



## Undervisningsbeskrivelse

<b>Termin</b>	June 2024
<b>Institution</b>	EUC Syd
<b>Uddannelse</b>	htx
<b>Fag og niveau</b>	Kommunikation og it A
<b>Lærer</b>	Svenja Hansen (sha)
<b>Hold</b>	s23hx1u

### Forløbsoversigt (3)

<b>Forløb 1</b>	Informationskampagne
<b>Forløb 2</b>	Musikvideo
<b>Forløb 3</b>	Sociale medier og influencere

## Førløb 1: Informationskampagne

<b>Førløb 1</b>	Informationskampagne
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne laver informationskampagner om selvvalgte emner vha. Septrups model til kampagneplanlægning.</p> <p>- Kapitler 4.0 Produktion af kommunikation og 4.1 Sex og andre drifter i: Fenger-Grøn &amp; Meyhoff. Kommunikation og IT C</p> <p>Supplerende stof: Informationskampagne</p>
<b>Omfang</b>	6 lektioner / 6 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	

## Forløb 2: Musikvideo

<b>Forløb 2</b>	Musikvideo
<b>Omfang</b>	25 lektioner / 25 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse</p> <p>Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks - og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</p> <p>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	

### **Førløb 3: Sociale medier og influencere**

<b>Førløb 3</b>	Sociale medier og influencere
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne skal analysere forskellige influencere og lave deres egne social media produkter til en selvvalgt nano-influencer.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kapitel 9. Sociale medier i: Fenger-Grøn og Meyhoff. Kommunikation og IT C</li><li>- Jeff Orlovski. The Social Dilemma. 2020</li><li>- Regler for billeddeling og ophavsret</li><li>- Nanna Kaas Rødsgaard. Influencermarketing: 3 typer du skal kende. 2020 (<a href="https://iternumdigital.com/da/influencer-marketing-3-typer-du-skal-kende/">https://iternumdigital.com/da/influencer-marketing-3-typer-du-skal-kende/</a>)</li></ul>
<b>Omfang</b>	23 lektioner / 23 timer

<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse</p> <p>Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere</p> <p>Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen</p> <p>Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks- og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</p> <p>Produktudvikling og -test: brugertests</p> <p>Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p> <p>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	