



Undervisningsbeskrivelse

Termin	August 2024 - Juni 2026
Institution	UCRS
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it A
Lærer	Lisa Krag Nygaard (lkn)
Hold	HTX24b

Forløbsoversigt (12)

Forløb 1	Fra kunst til Powerpoints
Forløb 2	Målgrupper
Forløb 3	CafeBxØrskov
Forløb 4	Budskaber
Forløb 5	Årsprøve
Forløb 6	Human Postcard
Forløb 7	Store følelser og det med grupper
Forløb 8	Samarbejde med den lokale folkeskole
Forløb 9	Kommunikationstræning
Forløb 10	Hjemmesidedesign
Forløb 11	SoMe
Forløb 12	Analog spildesign

Forløb 1: Fra kunst til Powerpoints

Forløb 1	Fra kunst til Powerpoints
----------	---------------------------

Indhold (1/2)	Opgave I dette forløb skal I lære at lave awesome PowerPoint. Opgaven er individuel. - Grafisk udtryk: Alle får et kunstværk fra en kendt kunstner (Vincent Van Gogh, Banksy, Wassily Kandinsky, HuskMitnavn, Andy Warhol, Johannes Vermeer, Tal R, Yayoi Kusama, Jackson Pollock, Paul Signac og Olafur Eliasson, Paul Klee, Barbara Kruger, James Tyrell, Elisabeth Wild), hvis stil I skal lade jer inspirere af. Dvs. kunstnerens udtryk skal være tydeligt i jeres PowerPoint. - Indhold: Jeres PowerPoint skal indeholde en definition af hvad kunst er, samt hvorfor den kunster I har fået er kunster. Krav til PowerPoint Udover stil- en er der nogle PowerPoints hacks I skal lære og have styr på. Det er ikke et krav at alle punkterne bliver brugt i jeres PowerPoint, men det er et krav at I har prøvet at lave dem alle. Det drejer sig om følgende: - I skal sørge for at integrere jeres design i Slidemasteren - Indsætte baggrundsbilleder i figurer, uanset mængde, størrelse og form- - Sætte billeder ind bag tekst (Under figur format – brug funktionerne Kombiner, fragmenter, kryds og træk-fra) - Skab jeres egne unikke grafiske ikoner - Skabe flotte overgange med "omform" - Lave en 3d animation - Max et slide med bulletpoints og ingen standard bulletpoints - Evaluerings Vi afslutter forløbet med fremlæggelser hvor I får mulighed for at vise jeres skills frem. Fremlæggelsen skal desuden indeholde billedet som I skulle lade jer inspirere af. Tidsplan I får 8 lektioner til forløbet – og heraf skal vi bruge en lektion til fremlæggelser. Dvs. I har 7 lektioner til produktionsarbejdet. Jeres PowerPoint skal afleveres til mig på Studie+ senest tirsdag d. 3. december kl. 20.00 Fremlæggelser onsdag d. 4. december kl. 9.00 Hints Hvis du får brug for hjælp, så kan du med fordel finde hjælp i de forskellige nedens-tående links: https://color.adobe.com/da/create/image (udtræk farvetema fra jeres kunstværk) https://support.microsoft.com/da-dk/office/-tilpas-en-slidemaster-036d317b-3251-4237-8ddc-22f4668e2b56 (hjælp til slidemaster) https://www.mauriziolacava.com/en/presentation-design-technique/10-powerpoint-hacks-you-never-heard-of/ (Indsætte billeder i figurer. Find punkt 9) https://www.tiktok.com/@marketer.s_diary/video/7198964084602260782?q=powerpoint%20ideas%20design&t=1688031064560
---------------	---

Indhold (2/2)	(Sætte billede bag tekst og overgang fra tekst til billede)
Omfang	8 lektioner / 7.83333333333333 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder Kernestof: Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 2: Målgrupper

Forløb 2	Målgrupper
Indhold	Eleverne introduceres til Gallup, conzoom og statistikbanken. Vi skal lave &#39;Kender du typen&#39; - placere stereotyper i gallup og forsøge at lære at hive brugbart data ud af statistikbanken. Varighed: ca 6 lektioner
Omfang	8 lektioner / 7.83333333333333 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder Kernestof: Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 3: CafeBxØrskov

Forløb 3	CafeBxØrskov
----------	--------------

Indhold (1/2)	Step 1 – Afsender analyse (Torsdag d. 9. januar) Vi skal lave et samarbejde med Cafe B, og derfor skal I starte med at lave en grundig afsender beskrivelse af Cafe B og Cafe B's eksisterende kommunikationsmateriale. I starter med at lave en afsender analyse som I kender den: • Vi-suel identitet (Herunder logo, skrifttype(r), farver) • Tone of voice (sproget, lix-tal, appelformer,) • Værdier • Krav? Er der på baggrund af afsenders værdier nogle bestemte krav der skal tages højde for i kommunikationen? NB: Det er ikke nok kun at kigge på Cafe B – I er nødt til at forholde jer til Ringkøbing-Skjern kulturcenter også. Positioneringskort: I skal også forsøge at lave et positioneringskort, hvor I udvælger nogle kriterier og placerer Cafe B og cafeens konkurrenter i forhold til hinanden. (https://marketingteorier.dk/positioneringskort-2 eller https://www.michaelrupandersen.dk/positioneringskort/) Step 2 – Analyse af eksisterende k-materiale (Mandag d. 13. januar) Næste skridt bliver at vi skal analysere det allerede eksisterende kommunikationsmateriale som Cafe B / Ringkøbing-Skjern Kulturcenter har. Vi skal kigge på deres instagram, deres Facebook, deres hjemmeside og ??? (ANALOG??) Og vi skal kigge på metoder I kan bruge til at analysere de forskellige posts. Metode til analyse af sociale medier: LEAP. (https://metodekataloget.dk/leap/) Metode til analyse af web-design: https://metodekataloget.dk/analyse-af-website/ Step 3 - Besøg hos Cafe B og forundersøgelse (Tirsdag d. 14. januar) Mødetid 8.30 hos Cafe B, Ranunkelvej 1, 6900 Skjern. Case 1. I skal lave en forundersøgelse af målgruppens (de unge) opfattelse af Cafe B. Her er det vigtigt at I inddrager Caféens ønske om at brande sig som en aktiv Café. 2. Dernæst skal I lave en detaljeret beskrivelse af målgruppen (de unge) og deres medieforbrug. 3. Med afsæt i ovenstående viden, skal I komme med forskellige ideer til hvordan Caféen igennem digital markedsføring kan tiltrække den unge målgruppe. Her skal I blandt andet anbefale hvilke medier det giver mening cafeen er synlige på, samt hvilke budskaber der vil være attraktive for målgruppen. 4. Hver gruppe skal afslutningsvis lave en konkret post til et udvalgt socialt medie. I fortsætter eftermiddagen med at påbegynde forundersøgelsen. Step 4 - Forundersøgelse og Idegenerering
---------------	---

Indhold (2/2)	Vi skal afprøve forskellige metoder til idegenerering. Blandt andet omvendt brainstorm, associationsteknikker, Step 5 - Produktion af content I skal nu i gang med at producere noget digitalt content for CafeB Varighed: Ca. 20 lektioner
Omfang	26 lektioner / 25.25 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idegenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software Kernestof: Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler Produktudvikling og -test: idegenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde

Forløb 4: Budskaber

Forløb 4	Budskaber
Indhold	I dette forløb skal I arbejde med budskaber. I skal kende til metoderne: Den moderne kommunikationsmodel (herunder forskellen mellem effekt og budskab), appelformer samt USP (unik), ISP (ironi) og ESP (emotional). I skal i nedenstående 3 eksempler identificere hvad budskabet er, samt hvilken appelform der bliver brugt (evt. også hvilken effekt der ønskes) Rådet for sikker trafik: Tak til jer, der viser respekt for skolepatruljen: https://www.youtube.com/watch?v=M2OO_MD-M4Oc McDonalds - Alt ændre sig. https://www.youtube.com/watch?v=HLQ0U&t=7s Mokai: Kongen af Randers. https://creativecircle.dk/arbejder/kongen-af-randers/ Til sidst skal I i små grupper idegenere (med de tidligere introducere idegenereringsopgaver) på budskab til 3 forskellige problemstillinger: 1. Få flere unge til at cykle med cykelhjelm 2. Få flere børn til at læse bøger 3. Få flere ældre til at drikke mindre alkohol Varighed: 4-6 lektioner
Omfang	4 lektioner / 3.91666666666667 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idegenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen Kernestof: Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Produktudvikling og -test: idegenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til ideudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg og gruppearbejde

Forløb 5: Årsprøve

Forløb 5	Årsprøve
Omfang	22 lektioner / 21.583333333333 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 6: Human Postcard

Forløb 6	Human Postcard
Indhold	Opgavebeskrivelse I skal i dette forløb producere små 'Human postcards'. I skal lære at redigere i Adobe Premier, fortælle gode historier og forhåbentlig også lære lidt nyt om hinanden. Krav I kan løse opgaven sammen to og to (tre kan også fungere) eller alene hvis I foretrækker det. Hvis I er sammen, laver man ikke film om sig selv, men om en af de andre/den anden. Derudover skal I igennem forløbet have lavet: • Et detaljeret storyboard til jeres film. Storyboardet skal indeholde overvejelser omkring: - o Perspektiv (Frø, normal, fugl) - o Billedbeskæring (Supernær, nær, halvtotal, total) - o Lyd (Synkron og asynkron lyd) • Et human postcard (Med kravene fra den valgte opgave, se nedestående) Til dette forløb har I mulighed for at vælge mellem 2 opgaver med forskellige krav til jeres film. Den første mulighed er: Orangeopgave. Hvis I vælger denne opgave, skal jeres film indeholde: • Voiceover • Minimum 3 nærbilleder • Bruge både nær- og halvtotalbilleder • Have minimum 3 frames med anvendelse af 'Den gode tredjedel' • Intro tekst (med navn) outro tekst (med humanpostcard) Den anden mulighed er: Lillaopgave. Hvis I vælger denne opgave, skal jeres film indeholde: • Synkron (Reallyd fra filmen) og asynkron lyd (voiceover og/eller underlægningsmusik) • Minimum 6 nærbilleder • Bruge både ultranær-, nær-, halvtotal- og totalbilleder • Bevidst billedkomposition (Brug af fx 'Den gode tredjedel' eller forgrund/mellemgrund/baggrund) • Animeret intro tekst (med navn) og animeret outro tekst (med humanpostcard) - Varighed: ca. 12 lektioner
Omfang	13 lektioner / 12.5 timer

Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 7: Store følelser og det med grupper

Forløb 7	Store følelser og det med grupper
Indhold	Opgave I dette forløb skal I først og fremmest øve jer i at arbejde i grupper og de udfordringer, konflikter og sejre der følger med i det arbejde. Derudover skal I arbejde videre på jeres nyerhvervede Adobe Premier Skills – I skal nemlig i jeres grupper udtrykke én følelse igennem en reklamefilm for et specifikt produkt. Om gruppearbejdet Inden vi starter op på selve forløbet, skal vi overvære et rollespil omkring netop gruppearbejde. Fire (frivillige) elever får tildelt en karikeret rolle i en realistisk gruppe-scenarie konflikt. Vi andre observerer rollespillet og snakker til sidst om, om gruppen håndterede konflikten godt eller skidt. Samt hvordan konflikten optimalt set skulle være håndteret. Scenariet bliver lavet ud fra jeres inputs om, hvad I synes kan være udfordrende i gruppearbejdet. Produkt Hver gruppe får udleveret én Cocio og én Red Bull. I må selv i grupperne afgøre hvilket produkt I helst vil lave jeres reklamefilm om. Vigtigt er det dog at huske, at jeres reklamefilm skal udtrykke en følelse. Reklamefilmen skal være mellem 30-60 sekunder. Rapport Udover produktet, skal I også aflevere en rapport. Find rapportskabelonen på studiet+, den er helt sikkert en god hjælp for jer. Dette forløb skal desuden også bruges til at repetere nogle af de metoder I har brugt tidligere: • Idegenereringsmetoder • Positionering. Lav et positioneringskort • Budskaber (H- erunder appelformer og ESP, USP eller ISP) • Storyboard • Filmiske virkemidler (med det mener jeg klipning, billedbeskæring, perspektiver, den gode tredjedel og tekst og lyd) Varighed: Ca. 12 lektioner
Omfang	12 lektioner / 11.5 timer

Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software Kernestof: Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst Brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer Produktudvikling og -test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Rollespil, dialog og gruppearbejde

Forløb 8: Samarbejde med den lokale folkeskole

Forløb 8	Samarbejde med den lokale folkeskole
Indhold	I skal lave kommunikationsprodukter om fællesskaber til elever fra 2. klasse. Vi besøger den lokale folkeskole, Skjern Folkeskole og får feedback fra ægte elever. eller I skal lave kommunikationsprodukter om sociale medier til elever fra 5. klasse. Vi besøger den lokale folkeskole, Skjern Folkeskole og får feedback fra ægte elever.
Omfang	18 lektioner / 17.25 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 9: Kommunikationstræning

Forløb 9	Kommunikationstræning
Indhold	Vi øver observationsstudier - men vi øver også kommunikation. Alle elever skal forberede en præsentation på ca. 5-10 minutter om et selvvalgt emne. Præsentationen bliver filmet. Eleven får feedback på sin præsentation umiddelbart efter af de andre elever - og ser filmen med mig efterfølgende og får ligeledes feedback. Sammen bliver vi enige om minimum 2 punkter som eleven skal arbejde på at forbedre. Varighed: Sideløbende med andre forløb. Opstart 2-4 lektioner. Litteratur: Alrø, Helle & Kristiansen, Marianne (2006): Et dialogisk perspektiv. I Nielsen, Mette S. & Rom, Gitte (red): Perspektiver på kommunikation i sundhedsfaglige professioner. Munksgaard. Carlsen, S. & Juel, H. (2009): Mundtlighedens magi – retorikkens didaktik, filosofi og læringskultur. Handelshøjskolens forlag. Greve, L. (2010): Den gode præsentation. Akademisk mundtlig fremstilling og personlig kommunikation. Samfundslitteratur. (kap. 7) Hald, M. (2008): Præsentation og formidling. Academica. (kap 6) Lund, Anne Kathrine (1997): Mundtlig formidling. Frydenlund grafisk. 1. udgave. 1. oplag.
Omfang	4 lektioner / 3.83333333333333 timer
Særlige fokuspunkter	Fagmål: Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software 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 Kernestof: Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation Digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 10: Hjemmesidedesign

Forløb 10	Hjemmesidedesign
-----------	------------------

Indhold (1/2)	Opgavebeskrivelse
	Denne opgave vil være delt i tre steps. 1. Analyse af hjemmeside (2-3 lektioner og løses i grupper på max 3) 2. Eget hjemmeside (13-14 lektioner og løses i grupper på max 3) 3. CSS og HTML – hjemmeside og kodning (5 lektioner løses individuelt) DEL 1 (2-3 lektioner) Som et led i dette projekt, skal I starte med at analysere en hjemmeside – det skulle gerne klæde jer bedre på til også at træffe gode designvalg til jeres egen hjemmeside. Vi bruger designskabelonen fra kommunikation/it metodekataloget: https://metodekataloget.dk/analyse-af-website/ I kan vælge mellem følgende hjemmesider: - https://olewitthansen.dk/ - https://www.apple.com/ - www.ucrs.dk - www.aros.dk DEL 2 (13-14 lektioner) I skal designe jeres egen hjemmeside – og her er det vigtigt I får valgt en ekstern reel afsender. Jeg har valgt at I skal fokusere på funktionalitet og æstetik, og derfor skal I bruge programmet Adobe XD til at designe jeres hjemmeside. Program Adobe XD er et program vi ikke har anvendt før – og jeg vil derfor anbefale jer at I indledningsvist sætter lidt tid af til at lære programmet af kende og gennemføre et par tutorials. Og ellers søger I jo bare efter hjælp efterhånden som spørgsmålene opstår mens I arbejder. Link til tutorials: https://letsxd.com/getting-started Jeg anbefaler at I går igennem de tre forskellige tutorials rækker der er: • Getting started in Adobe XD • Bring your designs to life • Creating and using components Krav Kravene til opgaven er: • Opgaven skal laves i grupper (Max 3. I laver selv grupper) • I skal have en reel ekstern afsender på jeres produkt – det vil sige det skal være en virksomhed der rent faktisk findes. Brug gerne jeres (eller jeres forældres) netværk. Hvis det lykkedes jer at få fat i en afsender I kan komme i kontakt med, vil det være guld værd for jer (og jeres opgave) • Hjemmesiden/prototype skal laves i Adobe XD • Der skal afleveres en rapport. Rapporten skal indeholde:

Indhold (2/2)	- o Grundig beskrivelse af afsender og modtager - o Mindmap som en del af jeres ideudvikling og designfase - o Flowchart over hjemmesiden - o Teori (Gestaltlove, typografi, farver, navigationsstruktur, brugervenlighed evt. også semiotik) Pensum I skal læse: • Bangshøj, Claus (2009): Det kommunikerende menneske - Kommunikation og IT A. Siderne 250-258 og 226-227. • Kapitel 7_Medicobjekter: side 116-125- • Kapitel 8_Visualisering: side 133-145 • Kapitel 9_Brugerflade: side 153-156 og 160-168 (Alle 3 kapitler er fra bogen Pedersen, Benny Juul mfl. (2006): Informationsteknologi HHX. 1. udgave, 2. oplag. Dafolo Forlag.) I kan også orientere jer i: • Usability_PDF (Den er god som inspiration til forskellige testmetoder - ligger på Studie+) • Meyhoff, Peder (2020): Kommunikation og IT C (Meget lavpraktiske gode råd - ligger på Studie+) Derudover kan I selvfølgelig også orientere jer på nettet og også finde inspiration i noget af det teori vi allerede har gennemgået. Varighed cirka: 15-20 lektioner
Omfang	16 lektioner / 15.333333333333 timer

Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces Kernestof: Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst Design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer
------------------------------------	---

	Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks - og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter Digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde, læreroplæg, præsentationer, individuelt arbejde og step-wise-improvement.

Forløb 11: SoMe

Forløb 11	SoMe
Indhold	Kort individuelt forløb om LEAP. Produkt: Post til et valgfrit socialt medie (Tiktok, instagram, facebook) med LEAP principperne. Produktet skal omhandle HTX Skjern og postes på vores sociale medie. Opgaven må løses i grupper på max 3.
Omfang	8 lektioner / 7.66666666666667 timer
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde

Forløb 12: Analog spildesign

Forløb 12	Analog spildesign
Indhold	Eleverne skal arbejde med analog spildesign. De skal på baggrund af teorien udarbejde tre kommunikationsprodukter: et brætspil, en æske til spillet og en how-to-play video. Derudover skal der laves en skriftlig rapport på 7-10 sider. Der må være max 3 personer per gruppe. Vari- ghed: omkring 16-20 lektioner
Omfang	16 lektioner / 15.333333333333 timer

Særlige fokuspunkter	Fagmål: Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen Kernestof: Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks- og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier Produktudvikling og -test: brugertests Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af
------------------------------------	--

	et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollektiv skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg, gruppearbejde