Undervisningsbeskrivelse

Termin	November 2024 - August 2027
Institution	UCRS
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it A
Lærer	Lisa Krag Nygaard (lkn)
Hold	HTX24b

Forløbsoversigt (17)

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	Digital dannelse i børnehøjde
Forløb 9	Kommunikationstræning
Forløb 10	Hjemmesidedesign
Forløb 11	There is an app for that !
Forløb 12	Grafisk Design
Forløb 13	Podcast
Forløb 14	AI og SoMe
Forløb 15	Kommunikationstræning - del 2
Forløb 16	Den afsluttende opgave - Eksamensopgaven
Forløb 17	Eksamensforberedelse

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 stilen er der nogle PowerPoints hacks I skal lære og have styr på. Det er ikke et krav at alle punkterne bliver brugt i jeres Power Point, 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 - Evaluering 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 nedenstående 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 'Kender du typen' - placere stereotyper i gallup og forsøge at lære at hive brugbart data ud at statistik banken. 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 samar- bejde med Cafe B, og derfor skal I starte med at lave en grundig afsen- der beskrivelse af Cafe B og Cafe B's eksisterende kommunikationsmater- iale. 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 ko- mmunikationen? NB: Det er ikke nok kun at kigge på Cafe B – I er nødt til at forholde jer til Ringkøbing-Skjern kulturcenter også. Position- eringskort: 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/positioneringsk- ort-2 eller https://www.michaelrurupandersen.dk/positioneringsk- ort/) Step 2 – Analyse af eksisterende k-materiale (Mandag d. 13. ja- nuar) Næste skridt bliver at vi skal analysere det allerede eksisteren- de kommunikationsmateriale som Cafe B / Ringkøbing-Skjern Kulturcent- er har. Vi skal kigge på deres instagram, deres Facebook, deres hjemme- side og ??? (ANALOG??) Og vi skal kigge på metoder I kan bruge til at analysere de forskellige posts. Metode til analyse af sociale medi- er: LEAP. (https://metodekataloget.dk/leap/) Metode til analyse af web- design: https://metodekataloget.dk/analyse-af-website/ Step 3 - Bes- øg 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 forun- dersøgelse af målgruppens (de unge) opfattelse af Cafe B. Her er det vigtigt at I inddrager Caféens ønske om at brande sig som en aktiv Caf- é. 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 mark- edsføring kan tiltrække den unge målgruppe. Her skal I blandt andet an- befale 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 at udvalgt socialt medie. I fortsætter eftermiddagen med at påbegynde forundersøgelsen. Step 4 - Forundersøgelse og Idegenerering

Indhold (2/2)	Vi skal afprøve forskellige metod- er til idegenerering. Blandt andet omvendt brainstorm, associationstek- nikker, Step 5 – Produktion af content I skal nu i gang med at prod- ucere 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 informa- tion om produktionen og kommunikationssituationen Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgrupp- e- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative met- oder, herunder observationsmetoder Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikation- ens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, buds- kab, medie og modtager i en given kommunikationssituation Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af komm- unikationsprodukter Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budsk- ab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddra- gelse af brugere Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af ko- mmunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, mo- deller samt ved inddragelse af relevant hard- og software Kernestof: Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handl- ingsplan Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, heru- nder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitat- iv dataindsamling, herunder metoder til observation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af mål- grupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsf- orhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både fas- te og levende billeder, herunder filmiske virkemidler Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesv- ærktøjer 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 projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og ko- llaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde

Forløb 4: Budskaber

Forløb 4	Budskaber
Indhold	I dette forløb skal I arbejde med budskaber. I skal kende til metodern- e: 'Den moderne kommunikationsmodel' (herunder forskellen mell- em 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 hvil- ken effekt der ønskes) Rådet for sikker trafik: Tak til jer, der vis- er respekt for skolepatruljen: https://www.youtube.com/watch?v=M2OO_MD- M4Oc McDonalds - Alt ændre sig. https://www.youtube.com/watch?v=Hlgik_- HLQ0U&t=7s Mokai: Kongen af Randers. https://creativecircle.dk/arb- ejder/kongen-af-randers/ Til sidst skal I i små grupper idegenere (med de tidligere introducere idegenereringsopgaver) på budskab til 3 fors- kellige problemstillinger: 1. Få flere unge til at cykle med cykelhj- elm 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 idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af komm- unikationsprodukter Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budsk- ab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddra- gelse af brugere Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen Kernestof: Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, heru- nder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af mål- grupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesv- ærktøjer Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og ko- llaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Læreroplæg og gruppearbejde

Forløb 5: Årsprøve

Forløb 5	Årsprøve

Indhold (1/2)	Opgave I skal udvælge et at de nedenstående projekter og udforme et el- ler flere kommunikationsprodukt(er) til projektet. Dertil skal I aflev- ere en rapport der redegør for jeres overvejelser inden, under og eft- er produktionen. Produkterne kan bl.a. være billeder, postkort, plakat- er, apps, reklamefilm, kortfilm, blogs, interaktive produkter eller må- ske noget helt andet? Rapporten skal indeholde en grundig beskrivelse af kommunikationsproblem, afsender, budskab og modtager. Desuden skal du selvfølgelig også inddrage relevant kommunikationsteori under udar- bejdelsen og den efterfølgende analyse af produktet. Projekter I kan frit vælge mellem 3 forskellige projekter. En reklame, en kampagne ell- er informationsmateriale. Se en nærmere beskrivelse af de tre projekt- er herunder: Reklame Dette projekt går ud på at skabe opmærksomhed og interesse i et bestemt produkt. Vi er vant til at se lækre reklamer for dyre biler, lækre charterferier og fantastiske hollywoodfilm. Så hvordan ser det ud hvis vi skal reklamere for noget knaps så glamour- øst? Vælg mellem følgende tre produkter: • Refleksveste • Kål • Valgfri tegneserie Kampagne Det er altid spændende (og svært!) at se, om man kan få folk til at opføre sig anderledes end de gør lige nu. Det er det kampagner prøver at gøre. Her er tre problemstillinger som du kan vælge imellem til din kampagne: • I dag er der tilmeldt 180.000 frivillige bloddonorer, og det anslås, at der på landsplan er behov for 33.000 nye donorer i 2024 for at sikre nok blod i fremtiden. Lav en kampagne der kan få flere til at melde sig som bloddoner. • Vores uddannelsessystem er enormt kønsopdelt – og det er ikke fremmende for ligestillingen. Lav en hvervekampagne under temaet "Flere mænd i syge- plejen". • Tonen på de sociale medier er fortsat grov, hvorfor flere og flere holder sig væk fra vigtige debatter i frygt for at blive svin- et til. Lav en kampagne der kan få folk til at opføre sig ordentlig når de ytre sig på sociale medier. Informationsmateriale Alle skol- er, både universiteter, efterskoler, gymnasier og folkeskoler, har brug for at tiltrække flere nye elever. Især herude i Vestjylland, hvor un- gdomsårgangene bliver mindre og mindre. Vælg mellem en af nedenstående 3 afsendere: • HTX • DHE (mangler drenge på efterskolen) • Lem stati- onsskole

Indhold (2/2)	Tidsplan og aflevering I får 22 lektioner til at arbejde med årsprøven. I skal starte med i gruppen at lave en tidsplan over de timer I har samt en plan for, hvad I skal lave de forskellige lekti- oner så I er sikre på at nå i mål til deadline.
Omfang	22 lektioner / 21.5833333333333 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 6: Human Postcard

Forløb 6	Human Postcard
Indhold	Opgavebeskrivelse I skal i dette forløb producere små 'Human postc- ards'. I skal lære at redigere i Adobe Premier, fortælle gode histori- er 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 fore- trækker 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 la- vet: • Et detaljeret storyboard til jeres film. Storyboardet skal inde- holde overvejelser omkring: o Perspektiv (Frø, normal, fugl) o Billedb- eskæring (Supernær, nær, halvtotal, total) o Lyd (Synkron og asynkron lyd) • Et human postcard (Med kravene fra den valgte opgave, se nedens- tående) Til dette forløb har I mulighed for at vælge mellem 2 opgav- er med forskellige krav til jeres film. Den første mulighed er: Orang- eopgave. Hvis I vælger denne opgave, skal jeres film indeholde: • Voic- eover • 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 indehold- e: • Synkron (Reallyd fra filmen) og asynkron lyd (voiceover og/eller underlægningsmusik) • Minimum 6 nærbilleder • Bruge både ultranær-, næ- r-, halvtotal- og totalbilleder • Bevidst billedkomposition (Brug af fx 'Den gode tredjedel' eller forgrund/mellemgrund/baggrund) • Animer- et 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 syntes 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 studie+, 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 (Herunder 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 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 Kernestof: Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan Kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter 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 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 projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Rollespil, dialog og gruppearbejde

Forløb 8: Digital dannelse i børnehøjde

Forløb 8	Digital dannelse i børnehøjde

Indhold (1/2)	Opgave Børn og skærme fylder i øjeblikket meget i samfundsdebatten. På Christiansborg diskuterer politikerne, om sociale medier helt skal forbydes for unge under 15 år. Da vi var inde og overvære debatten i København, kaldte en politiker endda jeres generation for "den tabte generation" – fordi I er vokset op med skærme og sociale medier uden faste regler eller grænser. Men måske er virkeligheden mere nuanceret. Er skærmene og de sociale medier virkelig så skadelige – eller handler det i virkeligheden om at lære at bruge dem på en klog og tryg måde? Det er netop dét spørgsmål, I skal undersøge og arbejde med i dette projekt. Målgruppe Målgruppen I dette projekt er 2. klasses elever, og jeg har hooket op med den lokale folkeskole (2.a i Skjern Folkeskole) så I kan komme til at snakke med ægte børn. Vi har to planlagte møder med børnene: Torsdag d. 6. november: Formålet med dette møde er at I kan blive klogere på jeres målgruppe. Det er jeres ansvar at være så forberedt til mødet, at I går derfra igen med den viden og data I har brug for. Det kan være I skal snakke med børnene om skærmtid eller det kan være I skal have dem til at vise jer, hvad de laver på deres Ipad eller ser på youtube. Torsdag d. 4. december: Formålet med denne dag er at I får mulighed for at teste jeres produkter og få feedback fra børnene. På den måde får I et realistisk billede af, om det produkt I har lavet, passer til målgruppen. Hvad betyder digital dannelse? Digital dannelse for børn omkring 8 år handler om at give dem evnen til trygt og aktivt at færdes i den digitale verden. Det indebærer, at de lærer at bruge skærme og internet som redskaber til leg, læring og kommunikation, samtidig med at de forstår, at ord, billeder og handlinger online har betydning for dem selv og andre. Det handler ikke blot om teknik, men om adfærd: at kende forskel på hvad der er offentligt og privat, at spørge om lov før delt indhold, og at tænke over hvordan man taler med og til andre – også digitalt. Det handler også om at finde en god balance mellem tid på skærm og tid uden, være nysgerrig på digitale fællesskaber og kunne genkende risici som fake news, deling uden samtykke eller uhensigtsmæssig kommunikation. Kort sagt handler det om at udstyre børn med et digitalt kompas, så de kan bruge teknologien med omtanke, ansvar og respekt. Kilder: Center for Digital Dannelse – "Hvad betyder digital dannelse?" (https://digitaldannelse.org/vidensbase/hvad-betyder-digital-dannelse/) Medierådet for Børn og Unge – "Digital dannelse er et fælles ansvar" (https://www.filmvurdering.medieraadet.dk/medieradet/nyheder/digital-dannelse-er-et-faelles-ansvar?) Grupper, tidsplan og aflevering Opgaven skal løses i grupper, på max 4. (Anbefalet max 3). I må selv bestemme hvem I er sammen med. (Hvis I laver gru-

Indhold (2/2)	pper på tværs af årgange, så vær obs på at undervisningen i dette forløb kan ligge forskudt) I får til forløbet 24 lektioner. Sørg for at lave en tidsplan som det første i grupperne, så I har styr over det I skal nå. Find rapportskabelonen på studie+. Produkt og rapport skal afleveres på studie+ tirsdag. d. 9. december kl. 21.00. Der vil være skriftlig feedback fra mig. Teori Igennem dette forløb skal I stifte bekendtskab med teori omkring nudging og gamification. Det er dog ikke sikkert at I kommer til at anvende teorien i jeres produkt, det afhænger af, hvilket produkt I ender med at lave. Podcast: Huxi BacH (2025):"Ubegribeligt – Nudging". Med besøg af Sille Krukow. (https://www.dr.dk/lyd/p1/ubegribeligt/ubegribeligt-2025/nudging-11162505407) Kilder: • Møller, Jakob Horn (2017): "Computerspil". Afsnittet om Gamification. Systime A/S. • Bülow, Morten Winther & Læssøe, Thomas Løkke (red.)(2025): "SamfNU HTX". Systime A/S.
Omfang	22 lektioner / 21.0833333333333 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	8 lektioner / 7.66666666666667 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 fortælleteknik: 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 konfigurering 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 lektioner og løses i grupper på max 3) 2. Eget hjemm- esidesign (14 lektioner og løses i grupper på max 3) 3. CSS og HTML – hjemmeside og kodning (4 lektioner løses individuelt) DEL 1 (2-3 lek- tioner) 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://ol- ewitthansen.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 componen- ts Krav Kravene til opgaven er: • Opgaven skal laves i grupper (Max 3. I laver selv grupper) • I skal have en reel ekstern afsender på je- res 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/prototy- pen skal laves i Adobe XD • Der skal afleveres en rapport. Rapporten skal indeholde:

Indhold (2/2)	o Grundig beskrivelse af afsender og modtager o Mindm- ap som en del af jeres ideudvikling og designfase o Flowchart over hj- emmeside o Teori (Gestaltlove, typografi, farver, navigationsstrukt- ur, brugervenlighed evt. også semiotik Pensum I skal læse: • Bangsh- olm, Claus (2009): Det kommunikerende menneske – Kommunikation og IT A. Siderne 250-258 og 226-227. • Kapitel 7_Medieobjekter: 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 Ju- el 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+) • Mey- hoff, 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 allere- de har gennemgået. Varighed cirka: 15-20 lektioner
Omfang	20 lektioner / 19.4166666666667 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 sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces Kernestof: Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation Kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter 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: 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 konfigurering af interaktive systemer
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde, læreroplæg, præsentationer, individuelt arbejde og step-wise-improvement.

Forløb 11: There is an app for that !

Forløb 11	There is an app for that !
Indhold	
Omfang	15 lektioner / 14.5833333333333 timer
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde

Forløb 12: Grafisk Design

Forløb 12	Grafisk Design

Indhold (1/2)	Opgave Ringkøbing-Skjern Ungdomsklub er i samarbejde med Coding Pirates ved at stable et fritidstilbud på benene til unge som interesserer sig for kodning. De mangler hjælp til at skabe opmærksomhed omkring tilbuddet, og det er her I kommer ind i billedet. I skal lave en grafisk plakat, som kan hænge steder målgruppen kommer og som kan øge opmærksomheden omkring tilbuddet og forhåbentligt få flere unge til at melde sig på holdet. Målgruppen er unge i 7-9 klasse. Læs mere her: https://ungr.dk/?open=9328 og læs mere om konceptet Coding Pirates her: https://codingpirates.dk/ IT-værktøjer og Illustrator Til plakaten skal I bruge Adobe Illustrator. Det er (for de fleste af jer) første gang I stifter bekendtskab med Illustrator og der er derfor indlagt tid i forløbet til, at I lærer programmet at kende. Derfor skal I til en start (og som lektier) bruge lidt tid på at lave et par tutorials, så I bliver bekendt med programmets helt centrale funktioner. Der findes et hav af forskellige tutorials til Adobe Illustrator (Gå selv på opdagelse her) Total fra scratch – Hvordan fungerer programmet? Hvordan gemmer jeg, hvordan zoomer jeg osv (Tryk her) • Hvis I starter helt fra Scratch, kan jeg anbefale jer ar starte her • Vil I gerne arbejde med former – kan I starte her • Vil I gerne arbejde med tekst – kan I starte her • Vil I gerne arbejde med farver – kan I starte her Da I arbejder i forskellige tempo og har forskellige forhåndskendskab til programmet vil jeg ikke sætte krav til HVOR mange tutorials I skal gennemgå – men derimod sige, at I som minimum skal bruge 4 timer der hjemme på at udforske programmet. Brug af kunstig intelligens Ja, AI kan lave en masse for jer – men denne opgave går altså ud på at I selv skal lære at lave det grafiske arbejde. Fra bunden. I må derfor ikke bruge AI til jeres grafiske design. I må til gengæld gerne bruge AI til at søge efter specifikke funktioner i Illustrator. Krav Til opgaven skal I: • Lave en skitse i hånden, der i grove træk viser hvordan jeres plakat skal se ud og hvilke informationer og grafiske elementer den skal indeholde • Bruge Adobe Illustrator • Lave et grafisk produkt (fx plakat, klistermærke eller andet?) • Aflevere en lydfil hvor I gennemgår produktets væsentligste teorier: o Her foreslår jeg: ? Afsender (bemærk at Coding Pirates har en designguide https://codingpirates.dk/omcodingpirates/designguide/) ? Målgruppe ? Budskab

Indhold (2/2)	? BOV (Balance, overb- lik (gestaltlovene), variation (kontraster)) ? Visuelle stil ? Farveva- lg ? Typografi Tidsplan og aflevering Til forløbet har I, i alt 8 le- ktioner her på skolen. Og derudover skal I gerne bruge ca. 10 timer der hjemme også. 4 timer til at arbejde med Illustrator og 6 timer til at arbejde med produkt og aflevering. Produktet (både skitse og fæ- rdige produkt) samt lydfil skal afleveres mandag d. 31/8 senest kl. 21- .00. Evaluering Som evaluering på projektet vil I få lidt mundtligt fe- edback fra mig (på en lydfil) og derudover vil alle jeres produkter bl- ive sendt til Jakob Lemming som er tovholder på Coding Pirate projekt- et i Skjern. Han vil kåre klassens bedste produkt(er) og hvis jeres pr- odukter er af god nok kvalitet vil de komme til at indgå i ungdomsskol- ens markedsføring af Coding Pirates !
Omfang	8 lektioner / 7.75 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 13: Podcast

Forløb 13	Podcast
Indhold	Vi skal kigge nærmere på podcast mediet og hvordan man skruer en god podcast sammen. Opgaven skal løses i grupper på max 4.
Omfang	8 lektioner / 7.66666666666667 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 14: AI og SoMe

Forløb 14	AI og SoMe
Omfang	9 lektioner / 8.91666666666667 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 15: Kommunikationstræning - del 2

Forløb 15	Kommunikationstræning - del 2
Indhold	Opgave I skal nu vise mig at I er blevet fucking badass til at lave præsentationer! Det vil samtidig være en god øvelse for jer, forud for den SOP eksamen der venter jer lige om lidt. Denne gang vil I ikke blive filmet (medmindre I selv har et ønske om det) – men få direkte feedback fra både mig og resten af klassen umiddelbart efter jeres præsentation. Krav Oplægget skal være 5-10 min – og jeg forventer at I øver jeres præsentation der hjemme inden I skal holde det på klassen. - Indhold Nu har I prøvet at lave en præsentation om et valgfrit emne som interesserede jer – men hvordan ser det ud når I skal præsentere noget fagligt? Det skal I øve jer i. I skal derfor lave en præsentation af jeres SOP for de andre. Husk at gøre emnet relevant for målgruppen. Det skal altså ikke være en slavisk gennemgang af jeres SOP fra start til slut. Aflevering Forud for jeres præsentation skal I, i denne omgang aflevere et refleksionsskriv som skal indeholde: • Hvad vil I fokusere på at gøre bedre denne gang? (Find forbedringspunkter fra jeres evaluering fra sidst) • Hvordan jeres præsentation er bygget op omkring "fisken" eller "det retoriske pentagram" (Find begge på studie+ under mappen Kommunikationstræning) Omfanget på jeres skriv, skal være cirka 1. side og skal afleveres på studie+. I får desuden de to lektioner til at arbejde med oplægget på klassen. Det retoriske pentagram. Tjek kilde: Lund, Anne Kathrine (1997): Mundtlig formidling. Frydenlund grafisk. 1. udgave. 1. oplag. Fisken: Kommunikationstræningskompendie på Studie+: Påstand, argumentation, eksempel, imødegåelse og afslutning
Omfang	4 lektioner / 3.91666666666667 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 fortælleteknik: 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 konfigurering af interaktive systemer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 16: Den afsluttende opgave - Eksamensopgaven

Forløb 16	Den afsluttende opgave - Eksamensopgaven
Indhold	I skal i dette forløb lave jeres eksamensopgave - og det er nu I skal vise de kom/it skills i har oparbejdet i løbet af de sidste 3 år. Opgaven skal laves i grupper (max 4. personer). På baggrund af et projektoplæg fra mig, afgrænser, dokumenterer og vurderer I i gruppen, i samarbejde med mig, en relevant problemstilling, der omhandler emner, der indgår i fagets kernestof eller supplerende stof. Projektet skal indeholde en forundersøgelse og produktionsfase samt en endelig test af kommunikationsproduktet/produkterne. Aflevering: Der skal afleveres et (eller flere) produkt(er) og en rapport (omfang: 10-15 normalsider for én elev - og et tillæg svarende til 5 normalsider yderligere pr. elev i gruppen. Op til 20 % af den skriftlige rapport kan afløses af multimodale rapportelementer) Varighed: 30 lektioner Fordybelsest-id: 10 lektioner
Omfang	30 lektioner / 29.4166666666667 timer

Særlige fokuspunkter	Fagmål: 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 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: 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 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 fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation Kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan Kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter 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 Brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet 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 Produktudvikling og -test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen Produktudvikling og -test: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi Produktudvikling og -test: brugertests Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv 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 konfigurering af interaktive systemer Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde

Forløb 17: Eksamensforberedelse

Forløb 17	Eksamensforberedelse
Indhold	Vi skal bruge de sidste lektioner på at gøre jer klar til eksamen. Det bliver blandt andet noget peer-to-peer feedback på jeres rapport-er og produkter - samt mulighed for at forberede den mundtlige del af eksamen.
Omfang	4 lektioner / 4 timer
Væsentligste arbejdsformer	