

# Helhedsorienteret forløb

- Der arbejdes med følgende fag og læringsmål

## Fag: Erhvervsfag 3 - Faglig kommunikation

Eleven kan:

Vælge kommunikationsformer og - metoder, der er afpasset modtageren.

Vurdere forskellige samarbejds- og kommunikationsformer.

Analysere forskellige kommunikationsprocesser på baggrund af grundlæggende kommunikationsmodeller, f.eks. afsender-modtager, envejs- og tovejskommunikation.

Skelne mellem kommunikation i forskellige medier, f.eks. sms, tale, og skriftlig kommunikation.

## Fag: Engelsk

Eleven kan:

Formulere sig korrekt på skriftligt på engelsk med en vis grammatisk forståelse.

Forstå og anvende faglige udtryk og begreber.

Vælge kommunikationsformer og -metoder som er afpasset modtageren.

Analysere forskellige kommunikationsprocesser på baggrund af grundlæggende kommunikationsmodeller.

Reflektere over de tilegnede faglige begrebs anvendelse i praksis.

## CASE: WALK'N TALK

Det fiktive firma Walk'n Talk danner grundlag for det tværfaglige projekt. Du er ansat i firmaet og har fået til opgave at løse nedenstående opgaver. Din position i firmaet varierer fra opgave til opgave.

Lav alle opgaver – og understøt den enkelte opgave med overvejelser, teori, modeller, fagudtryk og refleksioner på et ark for sig selv **efter** opgaven – dvs. hver opgaver fylder min. 2 A4 ark.

Overvej, hvordan du kan få en rød tråd igennem virksomhedens Kommunikation. Brug al det du ved om skriftlig kommunikation. Vær fag-faglig og kreativ.

Vis, hvad I har lært i erhvervsfag, dansk og engelsk!

Tidsramme: Der arbejdes med opgaven i 12 lektioner i uge 46. Deadline 15.11.19 kl. 13.30.

Opgaver:

1. Logo og slogan
2. forside til personaleblad
3. Medarbejderportræt - engelsk
4. Opslag til opslagstavle
5. Invitation
6. Pressemeddelelse
7. Ugebrev - engelsk

GF1- 2019

Periode: Uge 46

## Fag: Dansk

Eleven kan:

Skelne mellem formkrav i forhold til intern og ekstern kommunikation.

Skelne mellem afsender-, emne- og modtagerorienteret kommunikation.

Analysere reklamer ud fra genre og virkemidler.

Have kendskab til begreber og modeller i forbindelse med bl.a. billed- og reklameanalyse.

Have kendskab til genrer inden for erhvervslivet, herunder nyhedsbrev, annonce, pressemeddelelse osv.

Vurdere, om et layout i et skriftligt produkt er læsevenligt, og om det fanger læserens opmærksomhed.