



Undervisningsbeskrivelse

Termin	August 2025 - Juni 2026
Institution	UCRS
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it A
Lærer	Lisa Krag Nygaard (lkn)
Hold	HTX23kom-IT

Forløbsoversigt (6)

Forløb 1	Human Postcard
Forløb 2	Store følelser og det med grupper
Forløb 3	Samarbejde med den lokale folkeskole
Forløb 4	Kommunikationstræning
Forløb 5	Den afsluttende opgave - Eksamensopgaven
Forløb 6	Eksamensforberedelse

Forløb 1: Human Postcard

Forløb 1	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	12 lektioner / 11.5 timer

Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 2: Store følelser og det med grupper

Forløb 2	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 (Hunderunder 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 afsenders 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 3: Samarbejde med den lokale folkeskole

Forløb 3	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 4: Kommunikationstræning

Forløb 4	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	6 lektioner / 5.75 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 5: Den afsluttende opgave - Eksamensopgaven

Forløb 5	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 Fordybelsestid: 10 lektioner
Omfang	30 lektioner / 28.75 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 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 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 sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces Kernestof: Kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation 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: 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 afsenders 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 konfigurerings af interaktive systemer 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 6: Eksamensforberedelse

Forløb 6	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 rapporter og produkter - samt mulighed for at forberede den mundtlige del af eksamen.
Omfang	6 lektioner / 5.75 timer
Væsentligste arbejdsformer	