



## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Termin hvori undervisningen afsluttes: Maj-juni
<b>Institution</b>	VID Gymnasier
<b>Uddannelse</b>	HTX
<b>Fag og niveau</b>	Kommunikation/it c
<b>Lærer(e)</b>	Vivi Ann Jacobsen
<b>Hold</b>	Htx1v18

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	<a href="#">Introduktion til kommunikation</a>
<b>Titel 2</b>	<a href="#">Etik, copyright og datadreven markedsføring</a>
<b>Titel 3</b>	<a href="#">Infografik</a>
<b>Titel 4</b>	<a href="#">Interaktive medier</a>
<b>Titel 5</b>	<a href="#">MediaCamp (SO-forløb)</a>



## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

[Retur til forside](#)

<b>Titel 1</b>	Introduktion til kommunikation
<b>Indhold</b>	<p>I dette forløb blev eleverne introduceret for Ingemanns Bollemodel samt en traditionel lineær kommunikationsmodel fra afsender til modtager. Eleverne blev øvet i at lære modellernes særkende og skulle bruge dem i en analyse, hvor de skulle analysere en reklame ved brug af Bollemodellen, og de skulle særligt beskrive målgruppen. I denne periode arbejdede vi endvidere med digital dannelse, hvor eleverne skulle afklare egne digitale færdigheder i forbindelse med digital dannelse, og de hørte afslutningsvis et foredrag fra Center for digital dannelse.</p> <p><b>Litteratur</b> <i>Den nye bollemodel – planlagt kommunikation</i> Ingemann, Bruno (2002)</p> <p><b>Ibog</b> <i>Kommunikation it c</i> Meyhoff, Peder (2017) <a href="https://kommitc.systeme.dk">https://kommitc.systeme.dk</a> Kapitel 1.0 og 1.1</p> <p><b>Foredrag</b> Center for digital dannelse Oplæg om digital dannelse</p> <p><b>Hjemmesider</b> Hvor meget er dine data værd? <i>Data calculator</i> <a href="https://calc.datum.org/">https://calc.datum.org/</a></p> <p>Hvad ved Facebook om dig? <i>Stalk scan</i> <a href="https://stalkscan.com/">https://stalkscan.com/</a></p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p><b>Faglige mål</b> Analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet</p> <p><b>Kernestof</b> <i>Kommunikationsteori og medier</i></p>



	-simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og processer -forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform

[Retur til forside](#)



## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

[Retur til forside](#)

<b>Titel 2</b>	Etik, copyright og datadreven markedsføring
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne har lært om etik og copyright, og de har skulle fremlægge en redegørelse af hovedreglerne i copyright samt en etik diskussion af Doves reklame, <i>Dove evolution</i>. Eleverne skulle fremlægge i Prezi og fik en introduktion til programmet. Eleverne brugte programmets muligheder for at alle i gruppen kunne arbejde med samme præsentation, og eleverne bruge fællesdokument til udarbejdelse af noter samt fordeling af arbejde. Efter fremlæggelserne om etik og copyright havde eleverne i samarbejde med fysik og teknologi et miniforløb om robotetik, hvor der var fokus på ansigtsløs kommunikation (deling af nøgenbilleder etc), diskussioner af omgangstone på nettet, redegørelse af filter bubbles og digitale fodspor.</p> <p><b>Ibog</b> <i>Kommunikation it c</i> Meyhoff, Peder (2017) <a href="https://kommitc.systime.dk">https://kommitc.systime.dk</a> Kapitel 4.12</p> <p><i>Kommunikation it a</i> Bern, Birthe Føg mv. <a href="https://kommunikationita.systime.dk/index.php?id=188">https://kommunikationita.systime.dk/index.php?id=188</a> Kapitel 11.0-11.5</p> <p>Håndbog til dansk, <i>Medieanalyse af reklamefilm</i> Larsen, Ole Schultz <a href="https://hbdansk.systime.dk/index.php?id=230">https://hbdansk.systime.dk/index.php?id=230</a></p> <p><b>Reklame</b> <i>Dove evolution</i> Ogilvy &amp; Mather (2016) <a href="https://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U">https://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U</a></p> <p><b>Video</b> Filter Bubbles and Echo Chambers MinuteVideos (2016) <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Zk1o2BpC79g">https://www.youtube.com/watch?v=Zk1o2BpC79g</a></p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p><b>Faglige mål</b> Forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter Undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p>



	<p><b>Kernestof</b></p> <p><i>Kommunikationsteori og medier</i> Eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p> <p><i>Design og visuel kommunikation</i> Billeder og deres formsprog i <u>faste</u> og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p><i>Etik, love og digital adfærd</i> Etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p> <p><i>Digitale værktøjer</i> Brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. ideudvikling, prototypefremstilling, og kollaborativ skrivning.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer

[Retur til forside](#)



## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

[Retur til forside](#)

<b>Titel 3</b>	Infografik
<b>Indhold</b>	<p>I dette forløb skal eleverne udarbejde en infografik som led i en kampagne, der skal fremme digital dannelse og korrekt brug af it. Eleverne har fået teorien knyttet til æstetik og layout samt brainstorming og projektledelse i dette forløb. Eleverne har løbende arbejdet med evaluering og slutter af med peer-to-peer på infografikkerne til en fernisering. Der var tilhørende rapporter til produkterne.</p> <p><b>Ibog</b> <i>Kommunikation it c</i> Meyhoff, Peder (2017) <a href="https://kommitc.systeme.dk">https://kommitc.systeme.dk</a> Kapitel 4.0-4.2 (udarbejdelse af kampagner), 3.0-3.3 (afsendere og modtagere), 4.4-4.7 (æstetik og layout samt typografi)</p> <p><b>Lærerstyret oplæg</b> Om farvesystemer, filstørrelser, evaluering og projektstyring.</p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p><b>Faglige mål</b> Udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til ideudvikling og projektarbejde Demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner Begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver. Anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p><b>Kernestof</b> <i>Design og visuel kommunikation</i> Brugervenlighed, herunder brugerflade og interaktionsdesign Grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Billeder og deres formsprog i <u>faste</u> og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Basal farvelære Skitser og prototyper</p> <p><i>Produktudvikling og projektstyring</i> Idegenereringsværktøjer Fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</p>



	<p>Evalueringsmetoder.</p> <p><i>Digitale værktøjer</i></p> <p>Digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</p> <p>Brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. ideudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/

[Retur til forside](#)



## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb) [Retur til forside](#)

<b>Titel 4</b>	Interaktive medier
<b>Indhold</b>	<p>I dette forløb arbejdede eleverne både med sociale medier med særligt fokus på nyhedsformidling og spredning af FakeNews. De blev introduceret til forskellige statistikker om brugerne af de mest anvendte sociale medier, så de havde en klar forståelse af hvem, hvordan og hvorfor de sociale medier bruges. I sidste halvdel af forløbet skulle de oprette en hjemmeside med Wix.com, hvor de enten skulle sælge et USP-produkt eller være nyhedsformidlere, og her skulle de finde relevante informationer om målgruppen.</p> <p><b>Hjemmesider</b> Program til tidsstyring <a href="https://clickup.com/">https://clickup.com/</a></p> <p><i>From AIDA til LEAP</i> Jevnaker, Ingjerd Straand <a href="https://socialbydesign.wordpress.com/2010/01/31/from-aida-to-leap/">https://socialbydesign.wordpress.com/2010/01/31/from-aida-to-leap/</a></p> <p><i>The turning point for social media</i> Surowiecki, James (2005) <a href="https://www.ted.com/talks/james_surowiecki_on_the_turning_point_for_social_media">https://www.ted.com/talks/james_surowiecki_on_the_turning_point_for_social_media</a></p>
<b>Omfang</b>	Anvendt uddannelsestid
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression</p> <p><b>Faglige mål</b> Analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet Undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen. Finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af en kommunikationsprodukt. Demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag Begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver. Anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter.</p> <p><b>Kernestof</b> <i>Kommunikationsteori og medier</i> Forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryks og produktionsformer Eksempler på datadreven analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p>





	<i>Digitale værktøjer</i> Programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider eller apps.
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer

[Retur til forside](#)



## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

[Retur til forside](#)

<b>Titel 5</b>	Media Camp (SO-forløb)
<b>Indhold</b>	<p>I dette SO-forløb arbejder eleverne i dansk, engelsk og kommunikation-it med journalistik. Emnet er Fake News, og eleverne skulle i gruppe af 3-4 udarbejde en sektion til en avis. Alle eleverne udarbejdede artikler, og de blev undervist i journalistisk teori samt layout til en trykt avis. Der var fokus på at målrette artiklerne og sektionerne til en specifik målgruppe. Eleverne skulle arbejde med projektstyring. Afslutningsvist skulle de præsentere deres artikler for hinanden og opponere. Der fulgte endvidere en skriftlig aflevering, hvor de redegjorde for deres formidlingsmæssige valg i forhold til målgruppen og teorien.</p> <p><b>Hjemmesider</b> <i>Avisen i undervisningen</i> <a href="https://aiu.dk/">https://aiu.dk/</a></p> <p><b>Foredrag</b> Om vinkling, kildetyper, interviews og praktiske erfaringer Rønnow, Haakon (Freelance journalist)</p> <p>Om fake news Thomsen, Søren (bibliotekar på Grenaa Bibliotek)</p>
<b>Omfang</b>	32 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<b>Faglige mål</b> Demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/projektarbejdsform/anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde

[Retur til forside](#)