

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	August 2016 – Juni 2019
<b>Institution</b>	VID Gymnasier – Game College
<b>Uddannelse</b>	Htx
<b>Fag og niveau</b>	Kommunikation/it A
<b>Lærer</b>	Martin Stern Nielsen (MSNI)
<b>Hold</b>	Htxkitx16-19

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>1. år</b>	
<b>Titel 1</b>	Grundlæggende kom./it (MSNI)
<b>Titel 2</b>	Spilprojekt 1 (MSNI)
<b>Titel 3</b>	Plakatdesign (MSNI)
<b>Titel 4</b>	Skrifter og typografi (MSNI)
<b>Titel 5</b>	Etik og ophavsret (MSNI)
<b>Titel 6</b>	Spilanmeldelser (MSNI)
<b>2. år</b>	
<b>Titel 7</b>	Level design (MSNI)
<b>Titel 8</b>	Spiludvikling: Barcelona (MSNI)
<b>Titel 9</b>	Medialisering, postmodernisme og det hyperkomplekse samfund (MSNI)
<b>Titel 10</b>	Casual game design (MSNI)
<b>Titel 11</b>	Spilprojekt 2: Escape rooms (MSNI)
<b>3. år</b>	

<b>Titel 12</b>	Spilprojekt USA (LAHY, AVPE)
<b>Titel 13</b>	Markedsføring og branding af webshop (MSNI)
<b>Titel 14</b>	Kampagner på de sociale medier (MSNI)
<b>Titel 15</b>	Brugertests (MSNI)
<b>Titel 16</b>	Spilprojekt 3 (MSNI)
<b>Titel 17</b>	Eksamensforberedelse (MSNI)

<b>SO-forløb</b>	
<b>SO F Grundforløb</b>	Projektledelse og spiludvikling (teknologi, kom./it)
<b>SO 3</b>	Crowdfunding (dansk, engelsk, kom./it)
<b>SO 4</b>	Media Camp 2017 (diverse fag)
<b>SO 7</b>	Mini-SRP (kom./it, dansk, engelsk, design)
<b>SO 11</b>	Studietur til USA (kom./it, design, multimedier / programmering)
<b>SO 12</b>	iCamp46 2018 (kom./it, dansk, teknikfag)

1. år	s. 3
2. år	s. 9
3. år	s. 15
SO-forløb	s. 24

## 1. år

<b>Titel 1</b>	<b>Grundlæggende kom./it (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Som opstart på skoleåret introduceres eleverne til kom./it-faget gennem de tre overordnede grene af faget: forundersøgelse, produktion og evaluering. Eleverne diskuterer, hvad der skal ske i hver fase i forbindelse med en produktion af et computerspil, således at elevernes <i>game</i>-studieretning sættes i centrum.</p> <p>I introduktionsforløbet stifter eleverne desuden bekendtskab med grundlæggende funktionalitet i Word, og i slutningen af skoleåret repeteres det kernestof, som er grundlæggende for faget.</p>
<b>Omfang</b>	6 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning.

<b>Titel 2</b>	<b>Spilprojekt 1 (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Spilprojekt 1 er det første af tre store spilprojekter på uddannelsen. I dette projekt arbejder eleverne tværfagligt i et samarbejde mellem kom./it og teknologi, hvor de skal fremstille en fysisk spilinstallation til en ekstern samarbejdspartner. Denne samarbejdspartner er Museum Østjylland, og eleverne arbejder i grupper á 4 på tværs af klasser om at skabe et spil ved brug af Makey Makey.</p> <p>Undervejs i processen foretager eleverne en forundersøgelse hos Museum Østjylland for at kortlægge deres ønsker og for at fastlægge en mulig målgruppe for deres spilkoncept. Denne forundersøgelse dokumenteres igennem en persona, som repræsenterer elevernes målgruppe, og som afleveres, inden spilproduktionen for alvor går i gang.</p> <p>Projektet afsluttes med en Expo, hvor eleverne fremviser deres projekter for hinanden, lærerne og den eksterne kunde.</p>
<b>Omfang</b>	<p>Kom./it: 17 lektioner</p> <p>Teknologi: 32 lektioner</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave</li> <li>• anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen</li> <li>• gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse</li> <li>• planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på</li> </ul>

	<p>baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer</li> <li>• anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og procesformidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• brugervenlighed og funktionalitet</li> <li>• målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation</li> <li>• forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder</li> <li>• kvantitative og kvalitative analysemetoder</li> <li>• praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse</li> <li>• it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Målgruppesegmentering</li> <li>• Personaer</li> <li>• Richard Bartles fire spillertyper</li> <li>• Casual og hardcore gamers.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Projektarbejde.

<b>Titel 3</b>	<b>Plakatdesign (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Forløbet beskæftiger sig med den grafiske side af kom./it-faget, idet eleverne anvender grafiske teorier til at fremstille en fysisk plakat til et computerspil i Photoshop. Sammen med plakaten producerer eleverne en rapport, hvori de begrundet deres valg i designet fra et teoretisk perspektiv. Da eleverne kommer med forskellige forudsætninger for at kunne løse opgaven, er undervisningen differentieret således, at en del af klassen modtager undervisning i Photoshop, mens resten analyserer eksisterende covers til kendte spilsierier, inden alle elever til sidst fremstiller deres plakater.</p> <p><b>Litteratur:</b> Bern, Birthe Fog et al.: <i>Kommunikation/it A</i> (iBog)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitel 6.6: "Layout med BOV"</li> <li>• Kapitel 6.7: "Farver"</li> </ul>
<b>Omfang</b>	8 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse</li> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer</li> <li>• formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation, og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion</li> <li>• billeder og deres formsprog i forhold til såvel levende billeder som faste billeder</li> <li>• it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestaltlove</li> <li>• Farveteori</li> <li>• Grafik til skærm og tryk</li> <li>• Komposition</li> <li>• KISS-princippet</li> <li>• AIDA-modellen</li> <li>• Æstetik.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde, gruppearbejde.

<b>Titel 4</b>	<b>Skrifter og typografi (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	Forløbet er en kort introduktion til typografiens rolle i praktisk kommunikation, hvor særligt målgruppen og budskabet er i spil. Som ramme om forløbet ligger derfor den moderne kommunikationsmodel, hvor blandt andet <i>støj</i> -begrebet introduceres. Eleverne producerer undervejs i forløbet deres eget visitkort, hvor de særligt skal lægge vægt på, hvem de gerne vil kommunikere til, og hvad de gerne vil signalere med deres valg af typografi. Til forløbet benytter eleverne Adobe Illustrator.

	<p><b>Litteratur:</b> Bern, Birthe Fog et al.: <i>Kommunikation/it A</i> (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitel 6.8: ”Typografi”</li> </ul>
<b>Omfang</b>	6 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave</li> <li>• udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier</li> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation, og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion</li> <li>• forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation</li> <li>• kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktionsformer og -principper i forhold til den givne kommunikation</li> <li>• it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsmodeller</li> <li>• Visitkort.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde.

<b>Titel 5</b>	<b>Etik og ophavsret (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	Formålet med forløbet er at eleverne får viden om etik og ophavsret, og hvordan disse begreber har indflydelse på vores måde at skabe kommunikationsprodukter. Først introduceres eleverne til pligtetik og konsekvensetik, og klassen diskuterer, hvordan etikken påvirker teknologien i udvalgte eksempler. Dernæst deler eleverne sig ind i grupper, der arbejder med hver sin medieform og undersøger reglerne for ophavsret for det gældende medie, inden de præsenterer resultaterne for hinanden i matrix-grupper.

	<p><b>Litteratur:</b> Bern, Birthe Fog et al.: <i>Kommunikation/it A</i> (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitel 11: ”Ophavsret og videndeling”</li> </ul> <p><b>Medier:</b> Kulturministeriet: <i>Ophavsret</i> (Hjemmeside om ophavsret: <a href="http://kum.dk/kulturpolitik/ophavsret/">http://kum.dk/kulturpolitik/ophavsret/</a>)</p>
<b>Omfang</b>	4 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende systematiske søgestrategier ved informationsøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen</li> <li>• gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• informationsøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pligtetik og konsekvensetik</li> <li>• Billedmanipulation</li> <li>• Omgang med kilder</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klassediskussion, gruppearbejde.

<b>Titel 6</b>	<b>Spilanmeldelser (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Forløbet introducerer den journalistiske genre, spilanmeldelsen. Eleverne producerer en spilanmeldelse med baggrund i de journalistiske grundprincipper omkring opbygning og indhold. De vælger selv, hvilket spil de vil anmelde, og hvilket medie de vil bringe deres anmeldelse i. På den måde er særligt mediets betydning for målgruppen relevant i forløbet, foruden den journalistiske formidlingsstil. Eleverne får, for at imitere journalistens arbejdsvilkår, 1½ time til at skrive og layoute en færdig spilanmeldelse.</p> <p><b>Litteratur:</b> Bern, Birthe Fog et al.: <i>Kommunikation/it A</i> (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitel 7: ”Journalistik – skriv til din målgruppe”</li> </ul>

<b>Omfang</b>	8 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse</li> <li>• udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier</li> <li>• vælge medie til formidling af kommunikation og gennemføre den praktiske tilrettelæggelse i forhold til det valgte medie</li> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktionsformer og -principper i forhold til den givne kommunikation</li> <li>• forskellige journalistiske og fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vinkling</li> <li>• Opbygning af artikler</li> <li>• Rubrikker.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde.



## 2. år

<b>Titel 7</b>	<b>Level design (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Forløbet kombinerer to tilgange til spildesign, nemlig opbygningen af en fiktionsverden og design af et level. Først skaber eleverne en fiktionsverden til et spil på baggrund af David Hermans teorier om <i>World Building</i> samt udvalgt fortælle teori, og herefter visualiserer de verdenen igennem et storyboard, der viser et scenarie fra fortællingen, der udspiller sig i verdenen.</p> <p>Herefter designer eleverne et level til et computerspil med fokus på brugervenlighed og interaktionsdesign ud fra Dan Taylors ti principper for godt level design. Eleverne bestemmer selv, om de vil designe et level til den fiktionsverden, de har skabt, og de kan også selv vælge, om de vil gøre deres level spilbart.</p> <p>Forløbet afsluttes med, at eleverne præsenterer deres levels for hinanden, mens de er parate til at svare på kritiske spørgsmål i forhold til deres level design.</p> <p><b>Litteratur:</b> Taylor, Dan (9. september 2013): <i>Ten Principles of Good Level Design</i>, gamasutra.com.</p>
<b>Omfang</b>	16 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse</li> <li>• planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet</li> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer</li> <li>• formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• brugervenlighed og funktionalitet</li> <li>• storyboards og flowcharts i forhold til design og planlægning af kommunikationsprodukter</li> <li>• forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder</li> <li>• forskellige journalistiske og <b>fortælle tekniske</b> modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brugervenlighed</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• World building</li> <li>• Fortællemodeller.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Individuelt projektarbejde.

<b>Titel 8</b>	<b>Spiludvikling: Barcelona (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	I løbet af 2. år er eleverne på studietur til Barcelona, hvor de udvikler computerspil i samarbejde med en lokal skole. Projektet indgår således ikke i elevernes kom./it-timer, men de har dog et par lektioner til at præsentere deres spil, når de er tilbage i Danmark.
<b>Omfang</b>	2 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer</li> <li>• formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Præsentationer.

<b>Titel 9</b>	<b>Medialisering, postmodernisme og det hyperkomplekse samfund (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Forløbet starter med en introduktion til de ændringer, som er sket i samfundet de seneste årtier med fokus på medialiseringen, og hvordan denne relaterer til postmodernisme og det hyperkomplekse samfund. Eleverne arbejder efterfølgende med at konkretisere tendenserne med eksempler fra deres hverdag og ved at diskutere etiske problemstillinger ved medialiseringen.</p> <p>Det primære produkt i forløbet er en kommunikationsanalyse på videoform af en organisation, som er opstået på baggrund af de nyeste samfundsmæssige tendenser. I grupper vælger eleverne én blandt tre mulige cases, hvorefter de analyserer organisationens baggrund og behov for kommunikation, inden de giver deres bud på, hvordan organisationen kan styrke sit budskab gennem kommunikation – herunder hvilket medie og hvilken kodning de vil anbefale til organisationen. De tre organisationer er Consent Guardians, Center for Digital Pædagogik og Ministerierne Netværk mod IPR-krænkelser.</p>

	<p><b>Litteratur:</b> Bangsholm, Claus (2009): <i>Det Kommunikerende Menneske</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S. 54-59 (Medierne og den virkelige virkelighed, Det hyperkomplekse samfund)</li> <li>• S. 134-137 (Kommunikationsstrategi, Kommunikationsplan)</li> </ul> <p><b>Medier:</b> Pariser, Eli (2011): <i>Beware online "filter bubbles"</i> (TED talk)</p>
<b>Omfang</b>	8 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave</li> <li>• analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i</li> <li>• anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen</li> <li>• gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer</li> <li>• gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse</li> <li>• udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier</li> <li>• vælge medie til formidling af kommunikation og gennemføre den praktiske tilrettelæggelse i forhold til det valgte medie.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation</li> <li>• informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning</li> <li>• kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktionsformer og -principper i forhold til den givne kommunikation.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsanalyse</li> <li>• Kommunikationsmodeller</li> <li>• Kommunikationsstrategi.</li> </ul>

<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Gruppearbejde, klasseundervisning.
-----------------------------------	------------------------------------

<b>Titel 10</b>	<b>Casual game design (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Med udgangspunkt i Jesper Juuls teorier om det relativt nye marked for casual games udvikler eleverne deres eget spilkoncept til et casual game. Spillet skal leve op til Juuls 5 parametre for casual games, og eleverne skal fokusere på at gøre spillets main mechanic simpel og intuitiv. Derudover skal de forholde sig til konkurrencemarkedet, og hvordan de vil tjene penge på deres spilkoncept.</p> <p>Målet for forløbet er, at eleverne i selvvalgte grupper udvikler et spilkoncept, som de dokumenterer på skrift i en konceptbeskrivelse, og at de på baggrund af konceptbeskrivelsen skaber en prototype for spillet i en selvvalgt game engine.</p> <p><b>Litteratur:</b> Juul, Jesper (2010): <i>A Casual Revolution – Reinventing Video Games and Their Players</i>, kapitel 2.</p>
<b>Omfang</b>	14 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i</li> <li>• planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet</li> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer</li> <li>• formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• brugervenlighed og funktionalitet</li> <li>• målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder</li> <li>• it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konceptbeskrivelse</li> <li>• Prototyper</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forretningsmodeller.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, individuelt arbejde / gruppearbejde.

<b>Titel 11</b>	<b>Spilprojekt 2: Escape rooms (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Spilprojekt 2 er elevernes andet store, tværfaglige spiludviklingsforløb, hvor eleverne kobler kom./it-faget med design. De bliver sat sammen i grupper på 3-5 elever, og de skal herefter designe puzzles til et escape room. Formen på escape room'et vælger eleverne selv – det kan være fysisk, digitalt, en hybrid eller som brætspil. Designet skal være baseret på et valg af en genre og en mechanic, og eleverne skal tænke et narrativt forløb ind i deres design. Undervejs bliver eleverne introduceret til agil projektudvikling i form af Scrum og spilprojektsværktøjet HacknPlan.</p> <p>I løbet af projektet arbejder eleverne med delafleveringer, som skal produceres løbende. Fokus for disse delafleveringer er projektstyring, pitch af puzzle design, markedsføringsmateriale og en fremvisning af det endelige produkt på videoform. Derudover skaber eleverne et designdokument til deres puzzle design, der forklarer processen og begrundelsen for det endelige resultat baseret på løbende tests af deres puzzles. Forløbet slutter med en stor præsentationsseance, hvor eleverne fremviser deres puzzles for hinanden på tværs af 3 klasser.</p>
<b>Omfang</b>	<p>Kom./it: 16 lektioner</p> <p>Design: 19 lektioner</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave</li> <li>• anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen</li> <li>• planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet</li> <li>• vælge medie til formidling af kommunikation og gennemføre den praktiske tilrettelæggelse i forhold til det valgte medie</li> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer</li> <li>• anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og proces</li> <li>• formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation,</li> </ul>

	<p>og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• brugervenlighed og funktionalitet</li> <li>• storyboards og flowcharts i forhold til design og planlægning af kommunikationsprodukter</li> <li>• informationsøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning</li> <li>• forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder</li> <li>• kvantitative og kvalitative analysemetoder</li> <li>• praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse</li> <li>• it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektstyring</li> <li>• Prototyper</li> <li>• Testning</li> <li>• Brugervenlighed.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Projektarbejde.

### 3. år

<b>Titel 12</b>	<b>Spilprojekt USA (LAHY, AVPE)</b>
<b>Indhold</b>	<p>I starten af 3. år på uddannelsen tager eleverne på studierejse til USA, hvor de skal producere et spil på 4 uger med temaet ”Minimalism”. Fokus i projektet er på projektstyring, markedsføring, testning, pitches og game design.</p> <p>Undervejs i projektet skal eleverne oprette tidsplaner, køre SCRUM-møder, udarbejde en ”Developer’s Blog” til Facebook og arbejde med et game design document, som giver et fælles mål i grupperne, som består af 7-10 elever i hver gruppe.</p> <p>I slutningen af projektet præsenterer eleverne deres spil, inden de evaluerer projektet og laver et post mortem for spillet.</p> <p><b>Litteratur:</b>  Agile Business Consortium (2014): <i>Handbook: MoSCoW Prioritisation</i>  Sim, Ben (2017): <i>7 Minimalist Games that every Game Developer Should Take Inspiration From.</i></p> <p><b>Medier:</b>  Extra Credits (14. oktober, 2015): <i>Bartle’s Taxonomy – What Type of Player are You – Extra Credits</i> (YouTube-video).</p>
<b>Omfang</b>	92 lektioner fordelt på alle elevernes fag, inkl. SO.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer</li> <li>• planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet</li> <li>• udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier</li> <li>• vælge medie til formidling af kommunikation og gennemføre den praktiske tilrettelæggelse i forhold til det valgte medie</li> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer</li> <li>• anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og proces</li> <li>• kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis</li> <li>• formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul>

	<p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation, og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion</li> <li>• billeder og deres formsprog i forhold til såvel levende billeder som faste billeder</li> <li>• brugervenlighed og funktionalitet</li> <li>• informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning</li> <li>• fremstilling og bearbejdning af informationer fra forskellige kilder - såsom tekst, levende såvel som faste billeder, lyd, animationer o.l. - til brug i kommunikation i gennem trykte og digitale medier</li> <li>• forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder</li> <li>• forskellige journalistiske og fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• kvantitative og kvalitative analysemetoder</li> <li>• praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse</li> <li>• it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</li> </ul>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	<p>Projektarbejde.</p>

<p><b>Titel 13</b></p>	<p><b>Markedsføring og branding af webshop (MSNI)</b></p>
<p><b>Indhold</b></p>	<p>Eleverne skal designe og brande en webshop, ud fra et selvvalgt produkt, de vil sælge i deres webshop. Hovedproduktet i forløbet er et hjemmesidedesign, som kan skitseres i Photoshop, Illustrator, PowerPoint eller et webdesign-program. Forløbets omfang lægger ikke op til, at eleverne arbejder med funktional HTML, men de må gerne arbejde med projektet i HTML, hvis de finder det mest anvendeligt.</p> <p>Som udgangspunkt for hjemmesidedesignet undersøger eleverne markedsforholdene for deres produkt og positionerer deres brand i forhold til konkurrenterne. Som baggrund for deres webside tegner de skitser og producerer flowcharts.</p> <p>Udover websiden vælger eleverne selv to yderligere produkter, de vil producere og anvende i deres markedsføring og positionering af webshoppen.</p> <p><b>Litteratur:</b>  Bangsholm, Claus (2009): <i>Det kommunikerende menneske</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S. 37-48 (Markedsteori)</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• S. 105-114 (Målgruppeteori)</li> <li>• S. 258 (Flowcharts)</li> </ul> <p>Bern, Birthe Fog et al. (2017): <i>Kommunikation/it A (Læreplan 2017)</i> (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitel 2.2: ”Kommunikationsforskning og modeller”</li> <li>• Kapitel 4: ”Målgrupper”</li> <li>• Kapitel 6.1: ”K-planlægning i 8 trin”</li> <li>• Kapitel 6.7: ”Medievalg og synergieffekt”</li> <li>• Kapitel 7.6: ”Layout med BOV”</li> <li>• Kapitel 9.3: ”Brugervenlighed”</li> <li>• Kapitel 12: ”Ophavsret og videndeling”.</li> </ul>
<b>Omfang</b>	29 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave</li> <li>• analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i</li> <li>• anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen</li> <li>• gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse</li> <li>• planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet</li> <li>• udvikle kommunikationsstrategier med vægt på budskab, udtryksmidler og medier</li> <li>• vælge medie til formidling af kommunikation og gennemføre den praktiske tilrettelæggelse i forhold til det valgte medie</li> <li>• gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer</li> <li>• anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og proces</li> <li>• kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation, og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion</li> <li>• brugervenlighed og funktionalitet</li> <li>• storyboards og flowcharts i forhold til design og planlægning af</li> </ul>

	<p>kommunikationsprodukter</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning</li> <li>• kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktionsformer og -principper i forhold til den givne kommunikation</li> <li>• forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder</li> <li>• it-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• it-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markedsforhold</li> <li>• Positionering</li> <li>• SWOT-analyse</li> <li>• Flow-diagrammer</li> <li>• Brugervenlighed.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Individuelt projektarbejde.

<b>Titel 14</b>	<b>Kampagner på de sociale medier (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Forløbet tager udgangspunkt i teori om kampagner på de sociale medier fra kapitel 3.9 af Kommunikation/it A (læreplan 2017). Eleverne skal i grupper á 3-4 arbejde med kommunikation/it som analysefag frem mod deres SRP-skrivning, og de skal lave en kommunikationsanalyse af kampagnen ”But Why” fra Sundhedsstyrelsen.</p> <p>Undervejs i analysen tager eleverne stilling til kontekst, afsender, modtager, budskab og medie, inden de går til en næranalyse af indkodningen i kampagnen med fokus på visuelle og retoriske virkemidler. Til sidst behandler de støj og effekt i kampagnen.</p> <p>Formålet med opgaven er at gøre eleverne i stand til at tage kritisk stilling til andres kommunikation, og undersøge, om vores klassiske kommunikationsmodeller kan benyttes ukritisk, når vi analyserer kampagner via sociale medier. I den forbindelse stifter eleverne bekendtskab med <i>influencers</i> og <i>prosumers</i>, og de skal således inkorporere disse nye led i en selvskabt kommunikationsmodel til de sociale medier.</p> <p><b>Litteratur:</b> Bern, Birthe Fog et al. (2017): <i>Kommunikation/it A (Læreplan 2017)</i> (iBog)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitel 3.9: ”Kommunikationsmodeller og sociale medier”</li> </ul> <p><b>Medier:</b>  Sundhedsstyrelsen (2017-): <i>But why smoke</i> (kampagne), www.butwhysmoke.dk – besøgt 21.2. 2019  Sundhedsstyrelsen (2017-): <i>Kampagne til forebyggelse af rygestart blandt børn og unge 2017-2020</i></p>
<b>Omfang</b>	12 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave</li> <li>• analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i</li> <li>• anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen</li> <li>• gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer</li> <li>• gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• billeder og deres formsprog i forhold til såvel levende billeder som faste billeder</li> <li>• målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation</li> <li>• informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning</li> <li>• kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktionsformer og -principper i forhold til den givne kommunikation</li> <li>• kvantitative og kvalitative analysemetoder.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsanalyse</li> <li>• Kampagner</li> <li>• Retorik og appelformer</li> <li>• Filmiske virkemidler.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Gruppearbejde.

<b>Titel 15</b>	<b>Brugertests (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Forløbet er en træning for eleverne i at udføre brugertests ud fra et iterativt princip, hvor de gennem først en kvantitativ og senere en kvalitativ test kan foreslå ændringer til et eksisterende produkt.</p> <p>Eleverne vælger et eksisterende spil fra Dadius hjemmeside og forestiller sig, at de skal give feedback til udviklerne midt i udviklingsprocessen. I den forbindelse planlægger eleverne en spørgeskemaundersøgelse på relevante dele af målgruppen for det valgte spil.</p> <p>På baggrund af testen og dens resultater gennemfører eleverne efterfølgende en testsession, hvor der indgår både en observationstest og et fokusgruppeinterview. I den forbindelse producerer eleverne en testplan og tager notater og nedskriver konklusioner fra testsessionen, inden de, på baggrund af de to tests, giver et skriftligt forslag til ændringer i spildesignet.</p> <p>I starten af forløbet får eleverne besøg af to spilfirmaer, Octato og Funday Factory, som de selv agerer testere for på spil, der er i opstartsfasen og tæt på at blive udgivet.</p> <p><b>Litteratur:</b>  Bern, Birthe Fog et al. (2017): <i>Kommunikation/ it A (Læreplan 2017)</i> (iBog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitel 4: ”Målgrupper”</li> </ul> <p><b>Medier:</b>  Dadiu (2018): <i>Games</i> (platform for spilproduktioner på <a href="http://www.dadiu.dk/games">www.dadiu.dk/games</a>) – besøgt 21.1. 2019.</p>
<b>Omfang</b>	19 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave</li> <li>• gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer</li> <li>• planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet</li> <li>• anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og proces</li> <li>• kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis</li> <li>• formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul>

	<p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• brugervenlighed og funktionalitet</li> <li>• målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation</li> <li>• informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning</li> <li>• kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktionsformer og -principper i forhold til den givne kommunikation</li> <li>• kvantitative og kvalitative analysemetoder.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Gruppearbejde, klassediskussion, testsessioner.

<b>Titel 16</b>	<b>Spilprojekt 3 (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Hele 3. årgang på Game-linjen omdannes til spilvirksomheder med 8-10 elever i hver virksomhed, hvoraf de fleste arbejder på tværs af klasserne. Grupperne fordeler indbyrdes roller, så som projektleder og grafisk designer, imellem sig, mens de involverede lærere påtager sig rollen som investorer.</p> <p>Forløbet kører over to måneder i samarbejde mellem elevernes studieretningsfag: design og kom./it, mens også fagene multimedier og programmering bidrager med timer. I disse to måneder skal eleverne selv administrere deres tid, mens lærerne fungerer som vejledere. Projektet er samtidig elevernes sidste store projekt på uddannelsen, så det markerer også kulminationen på deres læring i de indgående fag.</p> <p>Under projektet introduceres eleverne for forskellige delafleveringer, som skal løses sideløbende med det overordnede mål om at skabe gruppens eget velfungerende computerspil. Disse opgaver har fokus på forundersøgelse i forhold til spillets målgruppe og markedsføring af spillet, samt design af spillets grafik. Eleverne vælger i starten af projektet en af fire mulige overordnede målgrupper: <i>Killers</i>, <i>Achievers</i>, <i>Socializers</i> og <i>Explorers</i>. Det færdige spil skal appellere til den valgte målgruppe.</p> <p>I slutningen af projektet evalueres elevernes spil ved en afslutningsceremoni med deltagelse af erfarne spildesignere fra industrien, som giver eleverne konstruktiv feedback, og eleverne udarbejder herefter deres egen interne evaluering.</p> <p><b>Litteratur:</b>  Bartle, Richard (1996): <i>Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who Suit MUDs</i>.  Jουλ, Jesper (2010): <i>A Casual Revolution – Reinventing Video Games and Their Players</i>, kapitel 2.  Stewart, Bart (2011): <i>Personality And Play Styles: A Unified Model</i>.</p>
<b>Omfang</b>	Kom./it: 42 lektioner

	<p>Design: 27 lektioner Multimedier: 15 lektioner Programmering: 3 lektioner</p>
<p><b>Særlige fokuspunkter</b></p>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anvende forskellige metoder og modeller til analyse og vurdering af behov og budskab i en kommunikationsopgave</li> <li>• Analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i</li> <li>• Anvende systematiske søgestrategier ved informationssøgninger og vurdere informationer kritisk i forhold til anvendelsen</li> <li>• Gøre rede for juridiske og etiske aspekter i praktisk kommunikation og demonstrere kendskab til problemstillinger omkring ophavsret og personfølsomme informationer</li> <li>• Gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse</li> <li>• Planlægge og styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og styring af kvalitet</li> <li>• Gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer</li> <li>• Anvende udvalgte metoder til vurdering af egne kommunikationsprodukter og give forslag til optimering af produkt og proces</li> <li>• Kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis</li> <li>• Formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grafisk formsprog og farvelære, til såvel papir som digital kommunikation, og betydningen heraf for en praktisk kommunikations gennemførelse, herunder forskellige principper og teorier for designs virkning og funktion</li> <li>• Billeder og deres formsprog i forhold til såvel levende billeder som faste billeder</li> <li>• Brugervenlighed og funktionalitet</li> <li>• Målgruppeanalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</li> <li>• Informationssøgning, research og kildekritik, herunder etik, ophavsret og anden relevant lovgivning</li> <li>• Fremstilling og bearbejdning af informationer fra forskellige kilder - såsom tekst, levende såvel som faste billeder, lyd, animationer o.l. - til brug i kommunikation i gennem trykte og digitale medier</li> <li>• Forskellige distributionssystemer, deres opbygning, tekniske komponenter og muligheder</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kvantitative og kvalitative analysemetoder</li> <li>• Praktiske metoder til systemudvikling og projektledelse</li> <li>• It-værktøjer til behandling af faste og levende billeder, tekst, lyd og animation i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</li> <li>• It-værktøjer til fremstilling og programmering af interaktive systemer.</li> </ul> <p><b>Relevante begreber:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spiludvikling</li> <li>• Projektarbejde og -styring</li> <li>• Programmering</li> <li>• Grafik</li> <li>• Brugervenlighed og funktionalitet</li> <li>• Markedsanalyse</li> <li>• Pitches</li> <li>• Evaluering.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Projektarbejde.

<b>Titel 17</b>	<b>Eksamensforberedelse (MSNI)</b>
<b>Indhold</b>	<p>Under elevernes sidste forløb i kom./it forbereder de sig på eksamen ved at sammensætte deres prøvemappe. Forløbet giver også anledning til repetition af kernestoffet fra faget, således at eleverne repeterer kendte teorier i fællesskab.</p> <p><b>Litteratur:</b>  Bangsholm, Claus (2009): <i>Det kommunikerende menneske</i>.  Bern, Birthe Fog et al.: <i>Kommunikation/it A – ibog</i>.</p>
<b>Omfang</b>	23 lektioner
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b>  Alle faglige mål er i spil under forløbet, da eleverne sammensætter deres prøvemappe på baggrund af de faglige mål.</p> <p><b>Kernestof:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eleverne vælger på baggrund af deres portfolio i kom./it-faget, hvilket kernestof de hver især vil lægge vægt på i deres prøvemappe.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klassedialog, individuelt arbejde.

## SO-forløb

### 1. år – grundforløb

<b>SO F</b> <b>Grundforløb</b>	<b>Projektledelse og spiludvikling</b>
<b>Indhold</b>	<p>SOF handler om, at eleverne får kendskab til, hvilken personlighedstype de er, og hvilken rolle de indtager i et gruppearbejde. Den optimalt sammensatte gruppe består af forskellige personligheder med forskellige kompetencer, der bidrager på forskellige måder til løsning af en opgave.</p> <p>Det er disse dynamikker, eleverne arbejder med og reflekterer over i SOF. De bliver præsenteret for teori om Belbins roller og tager en personlighedstest for at finde ud af, hvilken rolle der passer bedst til deres personlighed. De finder så sammen i grupper med andre elever, der kan udfylde andre roller.</p> <p>I grupperne arbejder eleverne med en konkret teknologi-opgave, hvor de skal udarbejde et koncept til et lille brætspil. De skal løbende reflektere over deres rolle i gruppearbejdet, samt hvordan de personligt bidrager til at løse opgaven.</p> <p>Eleverne skal undervejs skrive en individuel logbog, som skal uploades til deres elevportefølje.</p> <p><b>Anvendt materiale:</b>  SO-bogen på Systime:  <a href="https://so.systime.dk/?id=p124">https://so.systime.dk/?id=p124</a>  <a href="https://so.systime.dk/?id=p129">https://so.systime.dk/?id=p129</a></p> <p>Derudover materiale til Belbins teamroller:  <a href="https://www.123test.com/team-roles-test/">https://www.123test.com/team-roles-test/</a>  <a href="http://potential.dk/belbins-9-teamroller/">http://potential.dk/belbins-9-teamroller/</a></p>
<b>Omfang</b>	Teknologi (8 lektioner) Kommunikation/it (8 lektioner)
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål for SO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vælge og anvende fagligt relevante studiemetoder og arbejdsformer</li> <li>• Dokumentere viden om forskellige arbejds- og samarbejdsformer og planlægge og anvende disse hensigtsmæssigt i praktiske forløb</li> <li>• Demonstrere praktisk indsigt i innovative processer og metoder til idégenerering.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b>  <u>Overfagligt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kollektive og individuelle arbejdsformer.</li> </ul>



	<p><u>Særfagligt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektledelse</li> <li>• Spiludvikling</li> <li>• Logbog og dokumentation.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Individuelt arbejde, gruppearbejde.

## 1. år – studieretningen

<b>SO 3</b>	<b>Crowdfunding</b>
<b>Indhold</b>	<p>I SO 3 producerer eleverne deres egen Kickstarter-kampagne, hvor de skal forsøge at markedsføre et selvvalgt spil på Kickstarter. De anvender kom./it-teori til at opstille en Kickstarter-dummy-profil, som er deres primære produkt, mens de anvender danskfaglig viden om argumentation og appelformer og formidler deres Kickstarter projekt på engelsk.</p> <p><u>Relevante emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduktion til SO 3</li> <li>• Introduktion til Crowdsourcing, Crowdfunding</li> <li>• Praktiske overvejelser</li> <li>• Review af aktuelle Kickstarter projekter</li> <li>• Kommunikation: målgruppen – backers som målgrupper – nicher – orientering om forskellige typer af <i>crowd investor</i></li> <li>• Fælles- og selvevaluering.</li> </ul> <p><u>Produkter:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introttekst</li> <li>• Matrix-præsentation af Kickstarter projekt-anmeldelser</li> <li>• Præsentation af gruppens Kickstarter dummy-profil.</li> </ul> <p><u>Supplementerende produkter:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kickstarter moodboard (i forhold til udvælgelse af art og synligt udtryk i ”belønninger”)</li> <li>• Kickstarter-profilelementer som logo, belønninger, trailer, osv.</li> </ul>
<b>Omfang</b>	<p>Dansk: 5 lektioner</p> <p>Kom./it: 5 lektioner</p> <p>Engelsk: 8 lektioner</p>
<b>Særlige</b>	<b>Faglige mål for SO:</b>

<p><b>fokuspunkter</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vælge og anvende fagligt relevante studiemetoder og arbejdsformer</li> <li>• vælge og anvende skriftlig fremstillingsform til forskellige teksttyper</li> <li>• dokumentere viden om forskellige arbejds- og samarbejdsformer og planlægge og anvende disse hensigtsmæssigt i praktiske forløb</li> <li>• dokumentere viden om og anvende forskellige formidlings- og præsentationsformer</li> <li>• demonstrere praktisk indsigt i innovative processer og metoder til idégenerering</li> <li>• kombinere fagenes metoder og skabe sammenhæng i faglig viden inden for det enkelte fag og fagene imellem</li> <li>• udvikle kommunikative færdigheder, skriftligt og mundtligt, især ved formidling af videnskab og teknik.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <p><u>Overfagligt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• planlægningsværktøjer</li> <li>• kollektive og individuelle arbejdsformer</li> <li>• projektarbejde</li> <li>• sproglig bevidsthed</li> <li>• mundtlige, skriftlige og visuelle præsentationsformer</li> <li>• kommunikationsanalyse</li> <li>• formativ og summativ evaluering</li> <li>• portefølje.</li> </ul> <p><u>Særfagligt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumentation</li> <li>• Layout</li> <li>• Målgrupper</li> <li>• Skriftlig formidling.</li> </ul>
<p><b>Væsentligste arbejdsformer</b></p>	<p>Klasseundervisning, projektarbejdsform, anvendelse af fagprogrammer, skriftligt arbejde.</p>

<p><b>SO 4</b></p>	<p><b>Media Camp 2017</b></p>
<p><b>Indhold</b></p>	<p>I Media Camp 2017 udarbejder eleverne brandingvideoer. I projektet bliver de inddelt på tværs af årgange, klasser og skoler (htx og hhx) i grupper á ca. 8 personer. Opgaven er at producere en brandingvideo, der hører ind under én af følgende fire virksomheder:</p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Grenaa Gademusiker Festival</b></li> <li>2. <b>Danguitar</b></li> <li>3. <b>Karpenhøj</b></li> <li>4. <b>Sparekassen Djursland</b></li> </ol> <p>Det er vigtigt, at elevernes videoers budskab, målgruppe og udformning ligger i forlængelse af virksomhedens identitet og strategi, så de kan vise, at de kan udarbejde en video ud fra virksomhedens ønsker.</p> <p>Før Media Campen bliver eleverne introduceret til diverse programmer, filmiske virkemidler og værktøjer til at lave jeres video med. Under campen producerer de deres brandingvideo og dertilhørende materiale. Efter afslutningen skal alle reflektere over deres arbejde og evaluere forløbet.</p> <p>Projektet dokumenteres gennem følgende dokumenter:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Storyboard</li> <li>• Tidsplan</li> <li>• Brandingovervejelser</li> <li>• Refleksionspapir</li> <li>• Det endelige produkt.</li> </ul> <p><b>Anvendt materiale:</b>  Bangsholm, Claus (2010): <i>Det Kommunikerende Menneske</i> (s. 142-147)  <a href="https://da.wikipedia.org/wiki/Drejebog">https://da.wikipedia.org/wiki/Drejebog</a>  <a href="http://nofilmschool.com/2015/03/15-common-mistakes-amateur-filmmakers-make-fix">http://nofilmschool.com/2015/03/15-common-mistakes-amateur-filmmakers-make-fix</a>  <a href="https://support.microsoft.com/en-us/kb/272955">https://support.microsoft.com/en-us/kb/272955</a>  <a href="http://filmcentralen.dk/grundskolen/filmsprog/filmiske-virkemidler">http://filmcentralen.dk/grundskolen/filmsprog/filmiske-virkemidler</a></p>
<b>Omfang</b>	Diverse fag (30 lektioner i alt)
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål for SO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vælge og anvende fagligt relevante studiemetoder og arbejdsformer</li> <li>• dokumentere viden om forskellige arbejds- og samarbejdsformer og planlægge og anvende disse hensigtsmæssigt i praktiske forløb</li> <li>• dokumentere viden om og anvende forskellige formidlings- og præsentationsformer</li> <li>• sætte sig faglige og personlige mål og evaluere kvaliteten af eget arbejde</li> <li>• producere viden om praktisk-teoretiske problemstillinger i samspillet mellem fag</li> <li>• kombinere fagenes metoder og skabe sammenhæng i faglig viden inden for det enkelte fag og fagene imellem</li> <li>• udvikle kommunikative færdigheder, skriftligt og mundtligt, især ved formidling af videnskab og teknik.</li> </ul>

	<p><b>Kernestof:</b></p> <p><u>Særfagligt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medieproduktion</li> <li>• Målgruppe</li> <li>• Markedsføring.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Forelæsning, gruppearbejde, projektarbejde.

## 2. år – studieretningen

<b>SO 7</b>	<b>Mini-SRP</b>
<b>Indhold</b>	<p>Mini-SRP'en skal forberede eleverne til at skrive deres SRP-opgave på 3. år. I modsætning til SRP er det dog lærerne, der udformer opgavens problemstilling, og eleverne har således 3 projektoplæg at vælge imellem i kombinationen kom./it-dansk, kom./it-engelsk eller kom./it-design.</p> <p>Formålet med mini-SRP er, at eleverne udvikler deres evner til at:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. forberede sig til vejledningssamtaler, der skal hjælpe dem videre i projektet</li> <li>2. udvælge, anvende og kombinere forskellige faglige tilgange og metoder</li> <li>3. overholde de formelle krav til udformningen af opgaven, herunder inddragelse af kildemateriale.</li> </ol> <p>I løbet af arbejdet med at skrive mini-SRP arbejder eleverne med at fastholde tanker ved hjælp af skrive- og læselogs. Forløbet træner dem desuden i at strukturere opgaven, overholde formalia og at forholde sig argumenterende til problemstillingerne, som de beskrives i opgaveformuleringen.</p> <p>Som afslutning på projektet evaluerer eleverne deres egen proces med et formativt sigte.</p> <p><b>Litteratur:</b></p> <p>Lund, Birgitte Merci og Møller, Dorte Blicher (2011): <i>SO btx – Studieområdet</i> (iBog)</p>
<b>Omfang</b>	<p>Dansk: 14 lektioner</p> <p>Design: 14 lektioner</p> <p>Engelsk: 14 lektioner</p> <p>Kom./it: 14 lektioner</p>
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål for SO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vælge og anvende fagligt relevante studiemetoder og arbejdsformer</li> <li>• vælge og anvende skriftlig fremstillingsform til forskellige teksttyper</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• søge, vurdere og anvende kilder i de enkelte fag og i samspillet mellem fagene</li> <li>• sætte sig faglige og personlige mål og evaluere kvaliteten af eget arbejde</li> <li>• redegøre for sammenhænge mellem den teknologiske udvikling og samfundsudviklingen i udvalgte eksempler</li> <li>• producere viden om praktisk-teoretiske problemstillinger i samspillet mellem fag</li> <li>• kombinere fagenes metoder og skabe sammenhæng i faglig viden inden for det enkelte fag og fagene imellem</li> <li>• udvikle kommunikative færdigheder, skriftligt og mundtligt, især ved formidling af videnskab og teknik</li> <li>• udvælge, behandle og formidle centrale flerfaglige emner i en skriftlig opgavebesvarelse.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <p><u>Overfagligt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• planlægningsværktøjer</li> <li>• skrivning som redskab til læring og refleksion</li> <li>• kollektive og <b>individuelle</b> arbejdsformer</li> <li>• søgestrategier</li> <li>• vurderingsmetoder</li> <li>• anvendelse af kilder</li> <li>• videnskabelig metode inden for naturvidenskab, humaniora og samfundsvidenskab</li> <li>• modeller og hypoteser</li> <li>• analyser og eksperimenter</li> <li>• argumentation og argumentationsanalyse</li> <li>• videnskabelig dokumentation</li> <li>• sproglig bevidsthed</li> <li>• skriveprocessens faser</li> <li>• mundtlige, skriftlige og visuelle præsentationsformer</li> <li>• kommunikationsanalyse</li> <li>• <b>formativ</b> og <b>summativ</b> evaluering</li> <li>• portfolio.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Individuelt skriftligt arbejde, vejledning.

### 3. år – studieretningen

<b>Titel 11</b>	<b>SO11 – Studietur til USA</b>
<b>Indhold</b>	<p>I sommeren 2018 tager eleverne til USA for at udvikle computerspil med hjælp fra professionelle spildesignere i Seattle. Hele 3. årgang på Game College-linjen omdannes til spilvirksomheder med 7-10 elever i hver virksomhed, hvoraf de fleste arbejder på tværs af klasserne. Grupperne fordeler indbyrdes rollerne <i>Projektleder, game designer, programmører, grafikere</i> og <i>audiodesigner</i>. Derudover vælger grupperne et medlem, der, foruden sin primære rolle, er ansvarlig for markedsføring.</p> <p>Forløbet kører over 3 uger i samarbejde mellem elevernes studieretningsfag: programmering, multimedier, design og kom./it samt studieområdet. I disse uger skal eleverne selv administrere deres tid, mens lærerne fungerer som vejledere. Hele forløbet foregår i Seattle, og undervisningen afbrydes af besøg ved spilvirksomheder og skoler i Seattle; herunder fx ArenaNet, Monolith, Microsoft og DigiPen Institute of Education.</p> <p>Eleverne har ikke delafleveringer, men bliver gennem de 3 ugers projektarbejde løbende evalueret af undervisere, hinanden samt eksterne samarbejdspartnere fra de førnævnte virksomheder. Indledningsvist skal eleverne lave en præsentation af deres spildé. Derudover skal eleverne producere en 'developer's blog' (som en Facebook Page), som eleverne løbende opdaterer, og det er denne blog, der fungerer som deres produkt i SO-sammenhæng. Derudover skal eleverne anvende værktøjet HacknPlan til at styre deres projekt ud fra Scrum-metoden.</p> <p>Forløbet afsluttes med en peer-to-peer evaluering, efter eleverne er kommet hjem fra studieturen.</p>
<b>Omfang</b>	Kom./it, Design og Programmering / Multimedier. I alt 92 lektioner.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <p><u>Metoder</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vælge og anvende skriftlig fremstillingsform til forskellige teksttyper</li> <li>• dokumentere viden om forskellige arbejds- og samarbejdsformer og planlægge og anvende disse hensigtsmæssigt i praktiske forløb</li> <li>• dokumentere viden om og anvende forskellige formidlings og præsentationsformer</li> <li>• sætte sig faglige og personlige mål og evaluere kvaliteten af eget arbejde.</li> </ul> <p><u>Samspil mellem fag</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• demonstrere praktisk indsigt i innovative processer og metoder til idégenerering</li> <li>• kombinere fagenes metoder og skabe sammenhæng i faglig viden inden for det enkelte fag og fagene imellem</li> <li>• udvikle kommunikative færdigheder, skriftligt og mundtligt, især ved formidling af videnskab og teknik.</li> </ul>

	<p><b>Kernestof:</b></p> <p><u>Læringsteori og læreprocesser</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• planlægningsværktøjer.</li> </ul> <p><u>Arbejdsformer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• projektarbejde.</li> </ul> <p><u>Videnskab og vidensformer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kvalitativ og kvantitativ metode.</li> </ul> <p><u>Formidling og formidlingsteori</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mundtlige, skriftlige og visuelle præsentationsformer.</li> </ul> <p><u>Evalueringssteori og evalueringsværktøjer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• formativ og summativ evaluering.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Projektarbejde.

<b>Titel 12</b>	<b>SO12 – iCamp46 2018</b>
<b>Indhold</b>	<p>Det overordnede formål med iCamp-ugen er at få lavet nogle projekter, som eleverne kan vise frem ved skolens åbent hus-arrangement i slutningen af projektet.</p> <p>Eleverne skal arbejde i den samme gruppe hele ugen – gruppestørrelsen skal passe med størrelsen på det projekt, de vælger at arbejde med – Men 3-5 personer er formodentlig passende.</p> <p><b>For elever med DP Træ:</b></p> <p>Design et tralle-møbel. Møblet skal laves i skala 1:1. Designprocessen dokumenteres og filmatiseres. Dernæst skal der arbejdes med designanalyse af danske møbelklassikere. Der arbejdes med Finerpresse og digitalproduktion (Lasercutting og CNC).</p> <p><b>For elever med PLS:</b></p> <p>Eleverne skal arbejde med Forensic Science i ugens løb. Casen er, at der er sket en forbrydelse som eleverne definerer. De skal derfor i min. 4 teams udvikle retstekniske analyser, som kan være med til at bestemme identiteten af forbryderen.</p> <p><b>For elever med DDU:</b></p> <p>I forløbet er det overordnede tema, at der skal fremvises et interaktivt produkt, som anvender lyd, lys og/eller bevægelse. Det vil sige, at der i idégenereringsfasen</p>

	er meget frit spil. Rammerne bestemmes dels ud fra elevernes egne evner og mål, og dels ud fra, om det krævede materiale er tilgængeligt. Inden der vælges en bestemt idé, så skal det overvejes, om projektet er realistisk at gennemføre, og om det er muligt at fremskaffe materialerne.
<b>Omfang</b>	Dansk (7 lektioner) Teknikfag (22 lektioner) Kom./it (7 lektioner) I alt 36 lektioner.
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><b>Faglige mål:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vælge og anvende fagligt relevante studiemetoder og arbejdsformer</li> <li>• vælge og anvende skriftlig fremstillingsform til forskellige teksttyper</li> <li>• søge, vurdere og anvende kilder i de enkelte fag og i samspillet mellem fagene</li> <li>• dokumentere viden om forskellige arbejds- og samarbejdsformer og planlægge og anvende disse hensigtsmæssigt i praktiske forløb</li> <li>• dokumentere viden om og anvende forskellige formidlings- og præsentationsformer</li> <li>• sætte sig faglige og personlige mål og evaluere kvaliteten af eget arbejde.</li> </ul> <p><b>Kernestof:</b></p> <p><u>Læringsteori og læreprocesser</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skrivning som redskab til læring</li> <li>• Planlægningsværktøjer.</li> </ul> <p><u>Arbejdsformer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kollektive og individuelle arbejdsformer</li> <li>• Projektarbejde.</li> </ul> <p><u>Videnskab og vidensformer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Videnskabelig metode inden for naturvidenskab (PLS)</li> <li>• Kvalitativ og kvantitativ metode (PLS)</li> <li>• Analyser og eksperimenter (PLS)</li> <li>• Videnskabelig dokumentation.</li> </ul> <p><u>Formidlingsteori</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Præsentationsformer.</li> </ul> <p><u>Evalueringssteori og evalueringsværktøjer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formativ evaluering</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Portfolio.</li></ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Projektarbejde.