



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Maj-juni 2020
Institution	Vid Gymnasier
Uddannelse	Htx
Fag og niveau	Kommunikation og It A
Lærer(e)	Marie Møller Jensen
Hold	Htx3kitx19

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 11	Spilprojekt USA
Titel 12	IKEA-forløbet
Titel 13	Eksamensprojektet

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb

Titel 11	Spilprojekt USA
Indhold	<p>Eleverne arbejder i grupper som nystartede virksomheder, der har fået kontakt til en investor. Alle virksomheder består af et hold programmører, designere og nogle ”leads” og elevernes opgave er således at bruge deres faglighed til at samarbejde om at udvikle et færdigt spil (eller et level fra et spilkoncept, de udvikler), der kan præsenteres for deres investor efter et arbejdsforløb på omkring 3 uger, som foregår i USA. Tilbage i Danmark afholdes der efter de tre uger en EXPO for elever og undervisere og eleverne producerer et Post Mortem, hvor de evaluerer deres proces og produkt.</p> <p>I projektet indgår der en høj grad af projektstyring, hvor værktøjer som gruppekontrakt og game design dokumentet spiller en central rolle. Udover spillet som det primære kommunikationsprodukt kan eleverne vælge at designe en række sekundære produkter, der knytter sig til markedsføringen af spillet herunder eksempelvis en onepager, en brochure, en developer blog eller en trailer til spillet.</p> <p>Anvendt materiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektstyring - Gruppekontrakt - Designdokument - GameCollege Developer Model Canvas - Scrum - Unity - Dokumentation af udvikling og proces - Markedsføring - Bartle´s Playertypes - Tidsplan - OnePager - PostMotem <p>Mulige sekundære produkter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Game Design Document • Onepager • Brochure • Developer blog • Trailer til spillet • Kampagnestrategi
Omfang	<p>Anvendt undervisningstid i alt: 150 lektioner. KomIT: 50 lektioner, Programmering: 50 lektioner og Design: 50 lektioner</p>
Særlige fokus-punkter	<p>Kom./it</p> <ul style="list-style-type: none"> - udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder - søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen

	<ul style="list-style-type: none"> - planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. - styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering - gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software <p>Design</p> <ul style="list-style-type: none"> - behandle problemstillinger i samspil med andre fag. - demonstrere viden om fagets identitet og metoder. - identificere et designproblem samt formulere, planlægge og gennemføre et designprojekt, som baseres på et hovedgreb. - anvende forskellige strategier til idégenerering og konceptudvikling. - kombinere resultaterne af idégenerering, konceptudvikling og forskellige undersøgelser i et konkret designprojekt. - foretage, dokumentere og begrunde valg i en designproces. - detaljere et designprojekt eller et væsentligt element af et designprojekt. - arbejde iterativt. - præsentere et designprojekt visuelt og mundtligt. - bevæge sig bevidst mellem praksis og teori, det abstrakte og det konkrete, mellem helhed og detaljer, samt mellem det kendte og det endnu ukendte. - anvende og forklare formålet med forskellige former for visualisering i forskellige faser af designprocesser. <p>Programmering</p> <ul style="list-style-type: none"> - bruge programmering til at undersøge et emne eller problemområde, med henblik på, via programmets funktion, at skabe ny indsigt eller til at løse et problem - behandle problemstillinger i samspil med andre fag. - anvende avancerede konstruktioner i et programmeringsprog. - redegøre for arkitekturen af programmer på forskellige abstraktionsniveauer, herunder relationen mellem brug og funktion. - redegøre for simple specifikationsmodeller og realisere disse i simple velstrukturerede programmer samt teste disse. - rette, tilpasse og udvide avancerede programmer. - demonstrere viden om fagets identitet og metoder. - arbejde inkrementelt og systematisk i programmeringsprocessen.
Væsentligste arbejdsformer	Projektarbejde, klasseundervisning, anvendelse af fagprogrammer, skriftligt arbejde, produktudvikling

Titel 12	IKEA-projektet
Indhold	<p>I IKEA-forløbet undersøger eleverne IKEAs markedssegmentering, positioneringsstrategi og markedsføringsmateriale ved at analysere en udvalgte sider af IKEA-kataloget. I analysetræningen har vi særligt fokus på grafik og typografi. Vi undersøger også IKEAs logo og ser nærmere på, hvordan logoet har udviklet sig gennem tiden og undersøger, hvad et logo kan og hvad logodesignprocessen indeholder. Vi træner desuden mundtlige fremlæggelse og faglige argumentation, idet vi præsenterer resultaterne af vores undersøgelser for resten af klassen.</p> <p>Anvendt materiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Layout - Typografi - Farveteori - Logodesign - Markedssegmentering - Positioneringsstrategi - Segmentering af målgruppe
Omfang	Anvendt undervisningstid: 50 lektioner
Særlige fokus-punkter	<p>Kom./it</p> <p>Forundersøgelse og –analyse</p> <ul style="list-style-type: none"> - identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation - udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder - søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen - undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, analysearbejde to og to, præsentation

Titel 13	Eksamensprojektet
Indhold	<p>I dette store eksamensprojekt i Kommunikation og It A er målet at skabe en hjemmeside og skrive en rapport. Eleverne skal forestille sig, at de har oprettet deres egen virksomhed eller NGO, som skal sælge produkter eller ydelser via nettet i Danmark. Derfor skal de designe en hjemmeside, der kan bygges op som en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fiktiv webshop, der sælger et konkret produkt eller en produktserie, fx tøj, brætspil, gadgets eller lignende - Fiktiv kommunikationsvirksomhed, der tilbyder en service, fx reklamekampagner, undervisningskurser eller lignende - Fiktiv kommunikationskampagne, der formidler et budskab for en kunde fx Sikker Trafik, Cykling Uden Alder, Røde Kors eller lignende - Eksisterende virksomhed, som har brug for en ny hjemmeside. Hvis de vælger denne løsning, er det et krav, at de tager kontakt til virksomheden som en del af forundersøgelsen for at afdække deres behov. <p>Udover at designe en hjemmeside skal eleverne skrive en rapport. En gruppe på 2 personer skal skrive 15-20 sider, en gruppe på 3 skal skrive 20-25 sider og en gruppe på 4 personer skal skrive 25-30 sider.</p> <p>Eleverne skal arbejde i grupper på max. 4 personer. Hjemmesiden skal kunne tilgås offline fx som html, powerpoint eller lignende, og derudover skal de frit vælge, hvilke øvrige kommunikationsprodukter de vil designe. Det kunne være produkter, der kan indgå på hjemmesiden eller som visuelt taler sammen med hjemmesiden. Eksempler på sekundære produkter kan være: Logo, flyer, visitkort, poster, app, onePager, pressemateriale eller trailer / reklamefilm.</p> <p>Anvendt materiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Overordnet beskrivelse af markedet - Konkurrenter - SWOT-analyse - Markedssegmentering - Positioneringsstrategi - Segmentering af målgruppe - Idéudvikling - Idéudvælgelse - Skitser - Flowcharts - Brugervenlighed - Konceptbeskrivelse - Layout - Typografi - Farveteori - Logodesign - Kvalitativ og kvantitativ metode - Formidling og powerpointpræsentation
Omfang	Anvendt undervisningstid: 46 lektioner

	Fordybelsestid: 25 antal timer
Særlige fokus-punkter	<p>Kom./it</p> <p><u>Forundersøgelse og -analyse</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation - udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder - søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen - designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder - undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen - udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation - planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse <p><u>Produktion og evaluering</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering - forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter - udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere - reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter - gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software - opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen - anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttet af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.
Væsentligste arbejdsformer	Projektarbejde, klasseundervisning, anvendelse af fagprogrammer, skriftligt arbejde, produktudvikling