



Undervisningsbeskrivelse

Termin	Oktober 2023 - August 2024
Institution	UCRS
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it C
Lærer	Lisa Krag Nygaard (lkn)
Hold	Htx23a og Htx23b

Forløbsoversigt (5)

Forløb 1	Grafisk design - Fake News
Forløb 2	Målgrupper
Forløb 3	There is an APP for that !
Forløb 4	Kampagner - Så gør dog noget !
Forløb 5	Eksamensprojekt/Årsprøve

Forløb 1: Grafisk design - Fake News

Forløb 1	Grafisk design - Fake News
Indhold	<p>Vi skal kigge på Fake News som fænomen, se på aktuelle eksempler og diskutere de sociale mediers rolle heri, samt se på hvilke konsekvenser Fake News kan have. I skal producere en plakat om Fake News, en der hjælper modtageren spotte Fake News eller en fake News poster – med særligt fokus på layout og typografi. Det er et krav at I får feedback på jeres produkt.</p> <p>Varighed ca. 10 lektioner</p> <p>Litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Andersen, Anne Anthon (02.2017): "Fake News". Faktalink. https://faktalink.dk/falske-nyheder • Keern-Jespersen, Rasmus (01.01.2018): "Fake News er ikke et problem i Danmark - men misinformation er". Mandagmorgen. https://www.mm.dk/artikel/fake-news-er-ikke-problem-danmark-men-misinformation-er • Korsgaard, Lea (2017): "Den der råber lyver - mediebrugernes manual til løgnens tidsalder" • Kulager, Frederik (24.11.2017): "Store danske medier som Ekstra Bladet, BT og Metroxpress har citeret russiske internettrolle - uden at vide det". Zetland. https://www.zetland.dk/historie/sOPVpN7G-meQEnPmB-a4fbf • Mehlsen, Camille & Hendricks, Vincent F. (red.) (2019): "Like - Shitstorme, fake news, fear og missing out, What's not to like?". 1 udgave. 1 oplag. Center for Information og Boblestudier (CIBS), Københavns Universitet.
Omfang	10 lektioner / 9.5 timer
Væsentligste arbejdsformer	<p>Klasseundervisning og klassediskussion</p> <p>Gruppearbejde og skriftligt arbejde</p> <p>Arbejdsformer: C - niveau arbejder sammen to og to. A-niveau arbejder alene (men I må selvfølgelig meget gerne hjælpe hinanden)</p>

Førløb 2: Målgrupper

Førløb 2	Målgrupper
Indhold	<p>Eleverne introduceres til Gallup, conzoom og statistikbanken. Vi skal lave &#39;Kender du typen&#39; - placere stereotyper i gallup og forsøge at lære at hive brugbart data ud at statistik banken.</p> <p>Varighed: 6 lektioner</p>
Omfang	Ingen lektioner
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger</p>
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 3: There is an APP for that !

Forløb 3	There is an APP for that !
Indhold	<p>Eleverne skal lave en prototype til en APP afspejler repræsentere deres studieretning. De laver en prototype i papir og efterfølgende digitalt og interaktiv med powerpoint. Eleverne skal undervejs have feedback på deres prototype og fokus på målgrupper. Fokus: Modtageren !</p> <p>V- arighed: 10-12 lektioner</p> <p>Litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Julia Gardner: Papirprototyper- • Powerpoint til at lave APP
Omfang	8 lektioner / 7.66666666666667 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
Væsentligste arbejdsformer	Gruppe arbejde, læreroplæg, skriftlig arbejde

Forløb 4: Kampagner - Så gør dog noget !

Forløb 4	Kampagner - Så gør dog noget !
Indhold	<p>Opgave I dette projekt skal I lave en kampagne. Noget af det aller sværeste ved kommunikation er rent faktisk at få folk til at ændre adfærd. Vi hader at ændre os. Så derfor er det jeres opgave i dette projekt at lave en bad-ass awesome kampagne!</p> <p>Emne I skal vælge et af nedenstående temaer:</p> <ul style="list-style-type: none">• Du er tilstrækkelig (Afsender: Sundhedsstyrelsen)• - <p>Flere kvinder i militæret (Afsender: Forsvaret)</p> <p>Krav</p> <ul style="list-style-type: none">• Opgaven skal løses i grupper på max 4. I må selv vælge grupper.• I skal minimum lave ét produkt. Hvis man er over 3 i gruppen skal der laves 2 produkter. Hvilket produkt i laver er valgfrit.• Der skal afleveres en rapport. Omfang: 1. person min. 5 sider, 2 personer min. 6 sider og 3 personer min. 7 sider. (Find rapportskabelon på Uddata - 1 side er 2400 anslag med mellemrum) <p>Varighed: Cirka 10 lektioner</p> <p>Teori: Sepstrups kampagnemodell og BR-matrix</p>
Omfang	9 lektioner / 8.58333333333333 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål: Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsprodukter med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Læreroplæg Gruppearbejde</p>

Forløb 5: Eksamensprojekt/Årsprøve

Forløb 5	Eksamensprojekt/Årsprøve
Indhold	Da det er eksamensprojektet vil alle faglige mål og kernestofområder være i spil. Varighed: cirka 15 lektioner
Omfang	11 lektioner / 10.5 timer
Væsentligste arbejdsformer	