

# Undervisningsbeskrivelse

## Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Maj-Juni 2017
<b>Institution</b>	Erhvervsgymnasiet Grindsted
<b>Uddannelse</b>	Htx
<b>Fag og niveau</b>	Kommunikation/ IT A
<b>Lærer(e)</b>	John Hansen – Bente Sørensen
<b>Hold</b>	Kommunikation/IT A 33614

## Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Indledende informationsteknologi
<b>Titel 2</b>	Videoprojekt (Rødhætte og ulven i forskellige genrer)
<b>Titel 3</b>	Tekstbehandling/Informationssøgning
<b>Titel 4</b>	Analyse, design og produktion af hjemmeside
<b>Titel 5</b>	Videoprojekt (Menneskets skyggesider)
<b>Titel 6</b>	Reklamespil
<b>Titel 7</b>	PC'ens opbygning
<b>Titel 8</b>	Arduino
<b>Titel 9</b>	Teori
<b>Titel 10</b>	Lyd og annonceprojekt
<b>Titel 11</b>	Øvelser i videoredigering – Campus OL
<b>Titel 12</b>	Virksomhedsfilm
<b>Titel 13</b>	Hjemmesideprojekt
<b>Titel 14</b>	Dækning af Campus Torv – indvielse og bygning af nyt lydstudie
<b>Titel 15</b>	Mediator
<b>Titel 16</b>	Markedsføring af Hvide Sande Marked

<b>Titel 17</b>	Netværk
<b>Titel 18</b>	Legorobot – Robotter i menneskets tjeneste
<b>Titel 19</b>	Intelligente Tekstiler
<b>Titel 20</b>	Eksamensportfolio

<b>Titel 1</b>	Indledende kommunikation/IT
<b>Indhold</b>	<p>Dette forløb er afviklet som introduktion, hvor grundlæggende begreber/software er gennemgået</p> <p><u>Anvendt litteratur:</u>            Iftek-materiale om 3-lags model            Introduktion til Mindview</p>
<b>Omfang</b>	5,25 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• give eksempler på modellering og strukturering af data, processer og systemer samt beskrive sammenhængen mellem en konkret model og dele af et it-system</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Individuelt arbejde

<b>Titel 2</b>	Videoprojekt
<b>Indhold</b>	<p>Eleverne har i forskellige grupper fået til opgave at lave en indspilning af Rødhætte og ulven. Hver gruppe har fået sin genre.</p> <p><u>Anvendt litteratur:</u> Per B. Katz og Henrik Poulsen: <i>Fokus. En grundbog i film, tv og video</i>, Gyldendal, 2002, s. 11-39, 41-45</p> <p><u>Emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsmodeller</li> <li>• Videoredigering</li> <li>• Lovgivning omkring copyright mm.</li> </ul> <p><u>Projekter:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fremstilling af video (Rødhætte og ulven)</li> </ul>
<b>Omfang</b>	4,5 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	

<b>Titel 3</b>	Tekstbehandling/Informationssøgning
<b>Indhold</b>	Gennemgang af forskellige faciliteter i Word (Automatisk indholdfortegnelse, fodnoter mm.) samt af praktisk informations-søgning, forskellige metoder og søgestrategier - også ikke-elektronisk.  Forløbet var en del af et tværfagligt SO-projekt
<b>Omfang</b>	4,5 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Informationssøgning
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Individuelt arbejde Gruppearbejde Besøg på biblioteket

<b>Titel 4</b>	Analyse, design og produktion af hjemmeside
<b>Indhold</b>	<p><u>Anvendt litteratur:</u>          Kommunikation/IT C, Peder Meyhoff, Systime, Kap. 1-4, 6          Samfundsfag C, Hammer, Kureer &amp; Lundgren, Systime A/S 2008:          Del 1 kap 1-3 (om målgrupper og politiske partier og ideologier)          Webstedet – om analyse af hjemmesider, Irving Eist og Peter Larsen, Systime 2002</p> <p>Noter : Webanalyse          Powerpoint-præsentation : Webanalyse</p> <p>Noter : HTML-programmering          Noter : CSS</p> <p><u>Emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlæggende HTML</li> <li>• Analyse af websteder</li> <li>• Design af websted</li> <li>• Produktion af websted</li> </ul> <p>Eleverne har analyseret, redesignet og produceret enkelte dele af en hjemmeside. Der er skrevet rapport om dette emne</p>
<b>Omfang</b>	22,5 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• identificere basale strukturer i programmeringssprog, udarbejde it-produkter i form af simple programmer og tilpasse eksisterende programmer</li> <li>• beskrive og analysere udvalgte elementer i et interaktionsdesign, udarbejde it-produkter i form af simple interaktionsdesign og tilpasse eksisterende design</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Individuelt arbejde med anvendelse af fagprogrammer Projektarbejde Skriftligt arbejde

<b>Titel 5</b>	Videoprojekt (Menneskets skyggesider)
<b>Indhold</b>	<u>Emner:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsmodeller</li> <li>• Videoredigering</li> </ul> <u>Projekter:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fremstilling af video</li> </ul>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Individuelt arbejde med anvendelse af fagprogrammer Projektarbejde (individuelt eller i grupper)

<b>Titel 6</b>	Reklamespil
<b>Indhold</b>	<p><u>Anvendt litteratur:</u>            Iftek's materiale om reklamespil <a href="http://iftek.dk/reklamespil">http://iftek.dk/reklamespil</a>            Reklamespil på nettet er effektiv branding, <a href="http://design.emu.dk/artikler/0036-branding.html">http://design.emu.dk/artikler/0036-branding.html</a>            Der er vist og afprøvet mange forskellige eksempler på reklamespil på nettet.</p> <p><u>Emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teori bag reklamespil</li> <li>• Programmering i Scratch</li> </ul> <p>Eleverne udarbejdede en rapport</p>
<b>Omfang</b>	18 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• give eksempler på, hvordan it-systemer har betydning for og påvirker menneskelige aktiviteter samt identificere, hvordan konkrete it-systemer påvirker brugeres adfærd</li> <li>• redegøre for repræsentation af udvalgte typer af data og udarbejde it-produkter i form af simple manipulationer af data</li> <li>• identificere basale strukturer i programmeringssprog, udarbejde it-produkter i form af simple programmer og tilpasse eksisterende programmer</li> <li>• give eksempler på modellering og strukturering af data, processer og systemer samt beskrive sammenhængen mellem en konkret model og dele af et it-system</li> <li>• beskrive og analysere udvalgte elementer i et interaktionsdesign, udarbejde it-produkter i form af simple interaktionsdesign og tilpasse eksisterende design</li> <li>• redegøre for innovative it-systemer sammenholdt med egne it-løsninger.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Individuelt arbejde med anvendelse af fagprogrammer Projektarbejde (individuelt eller i grupper)



<b>Titel 7</b>	PC'ens opbygning
<b>Indhold</b>	<p><u>Anvendt litteratur:</u></p> <p>Noter :  PC'ens opbygning og CPU'ens virkemåde  Operativsystemer</p> <p><u>Emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlæggende opbygning af en pc</li> <li>• Operativsystemers virkemåde</li> <li>• Historisk it</li> </ul>
<b>Omfang</b>	2 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• give eksempler på, hvordan it-systemer har betydning for og påvirker menneskelige aktiviteter</li> <li>• samt identificere, hvordan konkrete it-systemer påvirker brugeres adfærd</li> <li>• redegøre for generelle principper bag it-systemers arkitektur og redegøre for konkrete arkitekturer</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning

<b>Titel 8</b>	Arduino
<b>Indhold</b>	<p>Noter : Grundlæggende programmering</p> <p><u>Emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• programmeringssprog</li> </ul>
<b>Omfang</b>	2 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• give eksempler på, hvordan it-systemer har betydning for og påvirker menneskelige aktiviteter</li> <li>• samt identificere, hvordan konkrete it-systemer påvirker brugeres adfærd</li> <li>• redegøre for generelle principper bag it-systemers arkitektur og redegøre for konkrete arkitekturer</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning

<b>Titel 9</b>	Udvidet Teori
<b>Indhold</b>	<p><u>Anvendt litteratur:</u>  <b>Claus Bangsholm; Det kommunikerende Menneske</b>, Erhvervskolernes Forlag 2009  <b>Ole E Andersen; Reklamekampagnen</b>. Forlaget Grafisk Litteratur 2009 Side 47-58 (medieplan og budget), 42-46 (budskab og mål) 35-41 (segmentering) 7- 34 (inspiration til situationsanalyse)  <b>Henrik Birkvig; Grundbog i Typografi</b> side 14,18, 32, 36, 37 af Kim Pedersen og Henrik Birkvig; <b>Grundbog i Grafisk Design</b>, Grafisk litteratur, Side 28-39, 40-57  <b>Dorte Nielsen, Tine Kej og Katrine Granholm; Grundbog for Art Directors</b>, (KAP: Arbejdsgang for ArtDirectors)</p> <p><u>Noter:</u> Noter om målgrupper og segmentering fx Minerva, Conzoom.dk, Gallup mv.</p> <p><u>Emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsmodeller</li> <li>• Retorik</li> <li>• Medier</li> <li>• IT værktøjer</li> <li>• Lyd og billedteori mv</li> <li>• Små praktiske øvelser</li> </ul>
<b>Omfang</b>	25 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></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><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p><i>Evaluering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde, fremlæggelser, øvelser, mv.

<b>Titel 10</b>	Lyd og annonceprojekt
<b>Indhold</b>	<p><u>Noter:</u> Om redigering i Audacity og brug af LAME</p> <p><u>Opgaveformulering:</u> I skal lave en radioreklame. Reklamen skal bringes i radioen. Indslaget skal vare 45 sekunder – 1 minut.</p> <p>I skal desuden udarbejde en annonce</p> <p>Projektet laves individuelt Krav til lydfilen:</p> <p>Det skal være en mp3-lydfil på max. 0,45-1 minuts varighed</p> <p>Reklamen skal indeholde speak, lydeffekter og musik.</p> <p>Annoncen skal placeres i et selvvalgt medie og i skal ligeledes illustrere hvordan.</p> <p>Emner:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Situationsanalyse</li> <li>➤ Målgruppe</li> <li>➤ Mål</li> <li>➤ Produktets indhold (Overvejelser vedr. valg af et produkt. I skal forklare mere eller mindre færdigproducerede alternativer til den valgte. I skal gøre rede for valg og fravalg af lydreklame)</li> <li>➤ Produktets form (Overvejelser over og valg omkring annoncens og lydrekla- mets budskabsstrategi, indhold mv.)</li> <li>➤ Den valgte teknik (Brug af effekter, it, programmer mv.)</li> </ul> <p>Desuden skal du:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Udarbejde et Mindview eller lignende program til ideudviklingen. Mind- view-ideudviklingen vedlægges som bilag</li> <li>➤ Selv finde eller udarbejde manuskript til speak. (vedlægges som bilag)</li> <li>➤ Forslag til hvordan man kan teste om reklamen vil virke</li> </ul>
<b>Omfang</b>	10 moduler
<b>Særlige fokus- punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></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><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Og projekt

<b>Titel 11</b>	Øvelser i videoredigering – Campus OL
<b>Indhold</b>	<p>Rediger et lille resumé af Campus Ol 2015 til brug på Campus Grindsted's Facebook side</p> <p><u>Fokus:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stort uoverskueligt billedmaterialesæt – tung databehandling</li> <li>• Redigering i Adobe Premiere Pro C6</li> <li>• Redigering i Final Cut Pro</li> <li>• Musikrettigheder og copyright</li> <li>• etik</li> </ul>
<b>Omfang</b>	8 moduler
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår i</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><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p><i>Evaluering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning og projekt

<b>Titel 12</b>	Virksomhedspræsentation
<b>Indhold</b>	<p><u>Opgaverformulering:</u> I har tre muligheder: 1. I skal præsentere et produkt fra en lokal virksomhed eller 2. I skal præsentere en lokal virksomhed med henblik på at tiltrække arbejdskraft eller 3. I skal præsentere en lokal virksomhed med henblik på at forbedre denne omdømme. I skal producere to produkter. En film og en plakat.</p> <p><u>Emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Situationsanalyse</li> <li>➤ Målgruppe</li> <li>➤ Mål</li> <li>➤ Produktets indhold (filmens personer, handling, dramaturgi samt de filmiske virkemidler)</li> <li>➤ Produktets form (Overvejelser over og valg omkring annoncens og filmreklamens budskabsstrategi, indhold mv.)</li> <li>➤ Den valgte teknik (Brug af effekter, it, programmer mv.)</li> <li>➤ En samlet medieplan</li> </ul> <p>Desuden skal du:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Udarbejde et idéudkast, storyboards</li> <li>➤ Selv finde eller udarbejde manuskript (vedlægges som bilag)</li> <li>➤ Forslag til hvordan man kan teste om reklamen vil virke</li> <li>➤ Lav en udførlig tidsplan</li> </ul>
<b>Omfang</b>	25 timer
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></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><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p><i>Evaluering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Projekt og gruppearbejde

<b>Titel 13</b>	Hjemmesideprojekt
<b>Indhold</b>	<p><u>Anvendt litteratur:</u>  <b>Claus Bangsholm: Det Kommunikerende Menneske</b>, side 249-250</p> <p><u>Noter:</u>  PPT Om webdesign, noter om PHP-programmering, Normalformer, Typer i PHP og MySQL, MySQL administration, Php-kode med MySQL</p> <p><u>Opgaveformulering:</u> En virksomhed, som sælger musik på lp'er (vinyl), vil gerne have en webbutik. I grupper på 1-3 skal I enten ...</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) komme med et udkast til hjemmesiden, hvor folk kan gå ind og søge efter forskellige kriterier samt bestille et antal lp'er.</li> <li>2) komme med et udkast til en administratorside, hvor indehaveren kan gå ind og tilføje, slette og ændre oplysninger om produkter.</li> </ol> <p><u>Krav til produkt:</u>  Hjemmesiden SKAL udvikles i HTML/CSS og PHP. Der må dog suppleres med kodestumper fra internet i Javascript og kun dette. Der skal opbygges en lille database i MySQL.</p> <p>Udover at I skal aflevere skitser til de forskellige udkast af design I har lavet, skal I også begrunde valg og fravalg af de forskellige designs. I skal altså til dette projekt aflevere en beskrivelse af overvejelserne bag Jeres valg af design. Desuden skal al kode afleveres.</p> <p>Det er vigtigt at understrege, at det kun skal være en lille eksempeldatabase, ligesom hjemmesiden ikke behøver at være fuldt funktionsdygtigt. Produktet skal betragtes som et oplæg til virksomhedsejeren af design og funktionalitet.</p> <p><u>Emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forundersøgelse (situationsanalyse, mål, målgruppe. Brug gerne kommunikationsmodeller, SWOT-analyse mv.)</li> <li>• Produktion (f.eks. planlægning, prætest, produktion, produkt)</li> <li>• Redegørelse for tabellerne i databasen, jf. normalformerne.</li> <li>• Evaluering (posttest). Ved fremlæggelsen skal I også evaluere arbejdsprocessen og produktet.</li> <li>•</li> </ul>
<b>Omfang</b>	16 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></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> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.</li> </ul> <p><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p><i>Evaluering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde og projekt



<b>Titel 14</b>	Dækning af indvielse af Campus Torv og bygning af lydstudie
<b>Indhold</b>	<u>Opgaver:</u> Interviewopgaver, fotoopgaver, droneflyvning, Timeplapse, test af lydudstyr,
<b>Omfang</b>	10 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– analysere markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst, kommunikationsproduktet indgår</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>–</li> </ul> <p><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning

<b>Titel 15</b>	Mediator
<b>Indhold</b>	<p><u>Opgave:</u> Introduktion til programmet</p> <p>Som et led i hvide Sande projektet skulle 3. endvidere lave en interaktiv version af materialet i programmet Mediator</p> <p>Emner:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markedsføring</li> <li>• Metakommunikation</li> </ul>
<b>Omfang</b>	6 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></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><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p><i>Evaluering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning

<b>Titel 16</b>	Markedsføring af Hvide Sande Marked
<b>Indhold</b>	<p><u>Anvendt litteratur:</u></p> <p><b>Lars Ljungqvist: Grafisk præsentation og billedbehandling - med Office og GIMP</b>, Systime 2011 <a href="https://grafisk.systime.dk/?id=p138">https://grafisk.systime.dk/?id=p138</a>  Farver: <a href="http://grafisk.systime.dk/index.php">grafisk.systime.dk/index.php</a> (grafikse begreber)</p> <p>Birthe Fog, Caroline Vogelius Wiener, Henriette Lungholt, Søren Buus Nowak;  Kommunikation/it A <a href="https://kommunikationita.systime.dk/?id=p185">https://kommunikationita.systime.dk/?id=p185</a>  © Forfatterne og Systime A/S. Første udgivelsesår 2012, Kap 5 "Kampagner og kommunikationsplanlægning"</p> <p><u>Opgave:</u>  På et marked i Hvide Sande bliver der solgt forskellige ting bl.a. hjemmelavet kunsthåndværk, garn og gamle sager. Mange af de gamle sager har udgangspunkt i, at Hvide Sande er en havneby.  Markedet mangler besøgende!</p> <p><u>Emner:</u>  Situationsanalyse  Mål  Målgruppe  Idégenerering  Produktets indhold  Anvendt teknik  Evaluering</p>
<b>Omfang</b>	30 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></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><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p><i>Evaluering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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>

	<ul style="list-style-type: none"><li>– formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li><li>•</li></ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning og projekt

<b>Titel 17</b>	Netværk
<b>Indhold</b>	<p><u>Anvendt litteratur:</u>            Noter :            MAC og IP-adresser, Netværkskomponenter, OSI-model og datapakker, og om Internettets historie</p> <p><u>Emner:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Små øvelser</li> </ul>
<b>Omfang</b>	6 timer
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></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> </ul> <p><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p><i>Evaluering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning

<b>Titel 18</b>	Legorobot – Robotter i menneskets tjeneste
<b>Indhold</b>	<p><u>Projektbeskrivelse:</u></p> <p>Dette projekt er et individuelt projekt, men hvor I skal 'kæmpe' mod hinanden til sidst.</p> <p>I skal bygge en Lego-robot efter eget design, og som I skal programmere til at fungere som en 'sumo-bryder'.</p> <p>Der vil blive lavet en rund plade med kant (hvid med sort ring i periferien), og opgaven er så, at I skal forsøge at skubbe andre robotter ud over kanten uden selv at komme ud over. Den sorte ring virker altså som advarsel for at kanten er tæt på.</p> <p><u>Produkt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>I skal sammen optage og aflevere en video, som viser alle individuelle kampe (alle møder alle) samt en kamp, hvor alle deltager samtidigt! Desuden skal I individuelt aflevere en lille rapport på ca. 2 sider, hvor I redegør for overvejelserne bag robotens design (forsvar- og angrebsfaciliteter) samt for centrale dele af programmet.</li> </ul>
<b>Omfang</b>	4 moduler
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p>Produktion – gennemføre produktion af kommunikationsprodukter, herunder anvende relevante it-værktøjer.</p> <p>Evaluering – kunne generalisere erfaring med henblik på at forbedre egen praksis – formidle og dokumentere såvel produktionen som de tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i arbejdsprocessen.</p>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning, gruppearbejde og øvelser

<b>Titel 19</b>	Intelligente Dimser
<b>Indhold</b>	<p><u>Opgaveformulering:</u> Der er beskrevet flere slags intelligente dimser som ikke endnu helt er introduceret på det danske marked. (Raptor briller, doppel, suplex dragt).</p> <p>I skal arbejde individuelt eller i grupper og vælge én tekstilform og lave en reklamekampagne for <i>lanceringen</i> af tekstilformen eller rettere produktet i Danmark. Der skal laves tre produkter, som supplerer hinanden (primært/sekundært/tertiært medie): Noget levende (video eller lyd), til skærm (hjemmeside, bannerreklame, ppt-show eller lignende – husk QR-kode) samt noget på papir (f.eks. plakat, folder, go-card). Produkterne skal vises i det miljø, hvor det skal fungere.</p> <p>Produkterne er valgfrie. I skal selv vurdere, hvilke produkter der vil egne sig bedst til lanceringen af det valgte.</p> <p><u>Emner:</u></p> <p><b>Forundersøgelse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situationsanalyse <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Søgestrategier</li> <li>○ Markedsforhold</li> <li>○ Politiske/kulturel kontekst</li> </ul> </li> <li>• Målgruppe</li> <li>• Mål</li> <li>• Juridiske og etiske overvejelser</li> </ul> <p><b>Produktion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Idéudvikling – husk skitser, udkast mv.</li> <li>• Produktets indhold</li> <li>• Produktets form (herunder typografi, opsætning, farvevalg, illustrationer)</li> <li>• De valgte medier og deres distribution</li> <li>• Den valgte teknik</li> </ul> <p><b>Evaluerings:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Test af produkterne</li> <li>• Vurdering og evaluering af tekniske og kommunikationsmæssige overvejelser i processen</li> </ul> <p>Desuden skal I:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Udarbejde roughs til jeres produkt, der vedlægges som bilag til synopsen</li> <li>• Selv fotografere/optage – andet billedmateriale må også anvendes</li> <li>•</li> </ul>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></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 kri-</li> </ul>

	<p>tisk i forhold til anvendelsen</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>– gennemføre forundersøgelser, herunder målgruppeanalyse og afsenders forhold, og derfra udarbejde en plan for kommunikationens gennemførelse.</li> </ul> <p><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p><i>Evaluering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning



<b>Titel 20</b>	Eksamensportfolio
<b>Indhold</b>	Udarbejdelse
<b>Omfang</b>	6 moduler
<b>Særlige fokus-punkter</b>	<p><i>Forundersøgelse</i></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><i>Produktion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> <p><i>Evaluering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <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>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning