



Undervisningsbeskrivelse

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	Juni 2020
Institution	Erhvervsgymnasiet Grindsted
Uddannelse	HTx
Fag og niveau	Kommunikation og IT A
Lærer(e)	Bente Sørensen og John Hansen
Hold	1.KP 19

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Teori, IT baseret kommunikation, målgrupper, mål, design, websider, metoder, planlægning af design mv.
Titel 2	Reklamespil
Titel 3	Webdesign
Titel 4	Databaser
Titel 5	Digitalisering
Titel 6	Innovation
Titel 7	Grafisk Design
Titel 8	
Titel 9	
Titel 10	
Titel 11	



Titel 1	Teori – IT baseret kommunikation, målgrupper, mål, design, websider, metoder, planlægning af design mv.
Indhold	<p>Introduktion til kommunikationsteori: https://it.systeme.dk/?id=p973 ”Informationsteknologi” https://it.systeme.dk/?id=p17&L=0 Kommunikations udvikling, Laswells kommunikationsmodel, støj, Moderne kommunikations-modeller, den moderne modtager, budskab, medie, målgruppe, AIDA, Målgrupper Fra Bogen ”Informatik” https://informatik.systeme.dk/?id=p974 om målgrupper: conzoom, Minerva, Gallup, dataminig, personas</p> <p>Fra bogen ”informatik” kap 1 https://informatik.systeme.dk/index.php?id=1046 Om analyse og design af websider Fra bogen ”Kommunikation/IT C kap 4 om farver, Skriftstørrelse, layout og skrift 4.7, 4.8 og 4.9 og lav opgaver til 4.7 https://kommitc.systeme.dk/?id=c985 og til 4.8 https://kommitc.systeme.dk/?id=c993</p> <p>Fra bogen: ”Kommuniaktion/IT A” https://kommunikationita.systeme.dk/index.php?id=119#c225 Målgruppe, kvantitative og kvalitative metoder, brugerundersøgelser</p> <p>Dokumentar fra DR3: ”Fryden ved data - big data!” fra den 22 feb 2018 (link til CFU: http://hval.dk/mitCFU/mm/player/?copydan=331802222030)</p> <p>Fra bogen: ”Markedskommunikation” kap 8.4 om Big Data https://mak.systeme.dk/index.php?id=456#c1839</p> <p>Små øvelser med Mock ups, rutediagrammer, brugssammenhænge</p> <p>Fra bogen ”informatik” https://informatik.systeme.dk/?id=p1046 kap 1 ”Fra idé til færdigt IT-system”</p> <p>I forløbet Produktudvikling har eleverne lært om brainstorm samt set en udsendelse et foredrag om kreativitet med John Cleese.</p>
Omfang	Ca. 12 moduler/ca. 18 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Kompetencer, læreplanens mål, progression Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og –analyse identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</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– designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder– udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation <p>Produktion og evaluering</p> <ul style="list-style-type: none">– udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere– reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter– opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik</p> <ul style="list-style-type: none">– kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation– kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation</p> <ul style="list-style-type: none">– kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation– datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen– afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst <p>Produktudvikling og –test</p> <ul style="list-style-type: none">– brugertests
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning/virtuelle arbejdsformer/ anvendelse af fagprogrammer/skriftligt arbejde/øvelser



Forløb 2: Reklamespil

Forløb 2	Reklamespil
Indhold	<p>Martin Damhus, Jesper Buch, Elisabeth Husum m.fl.: Informatik, Systemer (alle senere kapitelhenvisninger er til denne bog)</p> <p>Teori om HYSO, brainstorm og reklamespil Programmeringsstrukturer Pseudokode og Flowdiagrammer</p> <p>Kap. 1: Fra idé til færdigt it-system samt vandfaldsmodellen Kap. 3: Modeller -> Algoritmer Kap. 3: Programmering (minus afsnittet om data og operationer)</p> <p>Noter mm: Brainstorm typer Spillertyper og opgave med spil Computerspillets udvikling og spilgenerer Bedre kode til styring med taster Pseudokode og flowdiagrammer Flowdiagrammer, kontrolstrukturer og funktioner Projektplan om reklamespil</p>
Omfang	13 lektioner / 19.5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og -analyse identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</p> <p>Produktion og evaluering</p> <ul style="list-style-type: none">- 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- <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik</p> <ul style="list-style-type: none">- kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation- forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation</p>



	<ul style="list-style-type: none">– afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst– forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet <p>Design og visuel kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">– brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign– billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler– farvelære og digitale farvesystemer– skitser, mockups, storyboards og prototyper <p>Produktudvikling og –test</p> <ul style="list-style-type: none">– idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer– brugertests <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">– relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter– relevante programmer til fremstilling, programmering og konfiguration af interaktive systemer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning, projektarbejde



Forløb 3: Webdesign

Forløb 3	Webdesign
Indhold	<p>Html og css Analysere en hjemmeside, foreslå ændringer og implementere nogle af disse.</p> <p>Noter mm.: Html-noter Css-noter Diverse mindre eksempler</p> <p>Webprojekt: Analyse og redesign af hjemmeside (Grindsted Bridgeklub) - rapportøvelse</p>
Omfang	Ca. 14 lektioner / ca. 21 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Fagmål: Forundersøgelse og –analyse identificere, formulere og dokumentere en problemstilling på baggrund af egen udført forundersøgelse, herunder vurdere hvorvidt problemet kan løses ved hjælp af kommunikation</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– 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>Produktion og evaluering</p> <ul style="list-style-type: none">– forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter– gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software <p>Kernestof: Kommunikationsteori og fortælle teknik</p> <ul style="list-style-type: none">– kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation– kommunikationsstrategi og handlingsplan



	<ul style="list-style-type: none">– kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation</p> <ul style="list-style-type: none">– afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst– forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet <p>Design og visuel kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">– brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign– grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation– billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler– farvelære og digitale farvesystemer– skitser, mockups, storyboards og prototyper <p>Produktudvikling og –test</p> <ul style="list-style-type: none">– idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">– relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter– relevante programmer til fremstilling, programmering og konfiguration af interaktive systemer
Væsentligste arbejdsformer	Klasseundervisning Mindre øvelser Projektarbejde Udarbejdelse af rapport Sidste del af undervisningen foregik virtuelt





Forløb 4: Databaser

Forløb 4	Databaser
Indhold	<p>Databaseopbygning SQL Normalformer Klient-server arkitektur</p> <p>DB Browser for SQLite Kap. 3 Udarbejdelse af et IT-system -> Modellering -> Databaser Kap. 5: Andet materiale -> Klient-Server arkitektur</p> <p>Noter mm.: Normalformer Noter om DB Browser for SQLite (fra CCT)</p> <p>Visning af, hvordan database i praksis kan kobles til en hjemmeside (MySQL/php/XAMPP)</p>
Omfang	4 lektioner / 6 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og –analyse</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– undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen <p>Produktion og evaluering</p> <ul style="list-style-type: none">– 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>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none">– datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen <p>Design og visuel kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">– brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign– skitser, mockups, storyboards og prototyper



	<p>Produktudvikling og –test</p> <ul style="list-style-type: none">– forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi. <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">– relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter– relevante programmer til fremstilling, programmering og konfiguration af interaktive systemer
Væsentligste arbejdsformer	<p>Virtuel undervisning (COVID-19 i slut af projekt)</p> <p>Små individuelle øvelser</p>



Forløb 5: Digitalisering

Forløb 5	Digitalisering
Indhold	Kap. 5, afsnittene IT-sikkerhed Personlige data Sociale medier
Omfang	11 lektioner / 16,5 timer
Særlige fokus-punkter	<p>Faglige mål:</p> <ul style="list-style-type: none">Forundersøgelse og –analyse<ul style="list-style-type: none">– søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen– 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 kommunikationssituationProduktion og evaluering<ul style="list-style-type: none">– udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere– opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionenKernestof:<ul style="list-style-type: none">Kommunikationsteori og fortælle teknik<ul style="list-style-type: none">– digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber– forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter– kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegnBrugerforståelse og kommunikationssituation<ul style="list-style-type: none">– datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen– forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovetEtik, love og digital adfærd<ul style="list-style-type: none">– etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter



	<ul style="list-style-type: none">– ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter– brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">– relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
Væsentligste arbejdsformer	Virtuelt SO-projekt med dansk (COVID-19)



Forløb 6: Innovation

Forløb 6	Innovation
Indhold	Kap. 5 Innovation i IT Innovation
Omfang	1 lektion / 1½ time
Særlige fokus-punkter	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og –analyse</p> <ul style="list-style-type: none">– undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen <p>Produktion og evaluering</p> <ul style="list-style-type: none">– forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter– opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik</p> <ul style="list-style-type: none">– digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber– kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation– kommunikationsstrategi og handlingsplan– forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter– kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation</p> <ul style="list-style-type: none">– brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation– kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation– datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen– afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst– forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet <p>Design og visuel kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">– brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign



	<ul style="list-style-type: none">– grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation– billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler– farvelære og digitale farvesystemer– skitser, mockups, storyboards og prototyper <p>Produktudvikling og –test</p> <ul style="list-style-type: none">– idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer– forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier– projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen– forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi.– brugertests <p>Etik, love og digital adfærd</p> <ul style="list-style-type: none">– etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter– ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter– brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">– relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter– relevante programmer til fremstilling, programmering og konfiguration af interaktive systemer– relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.
Væsentligste arbejdsformer	Virtuel undervisning (COVID-19)



Forløb 7: Grafisk Design

Forløb 7	Grafisk design
Indhold	<p>Introduktion til ligheder, forskelle, fodel og ulemper ved Adobes Indesign, Photoshop og Illustrator. Forskelle i arbejde vektorbaseret og pixelbaseret</p> <p>Små øvelser i Indesign, Photoshop og Illustrator</p> <p>Øvelser i analyse af Grafisk design vedr. typografi, farver og opsætning</p> <p>Kim Pedersen og Henrik Birkvig: Grundbog i Grafisk Design. Forlaget Grafisk Litteratur. Kap 3 og 8</p> <p>Daniel Riegels, Anne Sofie Olesen & Anders Bennekou: Grafisk Design med Photoshop, Illustrator og Indesign. Kap 4, 5 og kap 8</p> <p>Noter: Noter om Farvernes betydning Noter om programmer brugt til Grafisk Design Noter om 20 Designprincipper</p> <p>Hjælp/inspiration: fx https://www.youtube.com/watch?v=n3xnH6268fQ https://www.youtube.com/watch?v=FCyOmcvOBFA https://www.youtube.com/watch?v=Ct-XgMWp4AI https://www.youtube.com/watch?v=kb1lzkpJZFs</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=o8H-dFkbd58</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=mVW8AF2TMnw https://www.youtube.com/watch?v=g-lmrP79C4</p>
Omfang	
Særlige fokus-punkter	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og –analyse</p> <p>–udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>–udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p>



	<ul style="list-style-type: none">– planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse. <p>Produktion og evaluering</p> <ul style="list-style-type: none">– 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 sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces. <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik</p> <ul style="list-style-type: none">– kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn <p>Design og visuel kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">– grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation– billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler– farvelære og digitale farvesystemer– skitser, mockups, storyboards og prototyper <p>Digitale værktøjer</p> <ul style="list-style-type: none">– relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
Væsentligste arbejdsformer	Virtuel undervisning (COVID-19)

