



Undervisningsbeskrivelse

Termin	August 2021- Juni 2024
Institution	UCRS
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it A
Lærer	Lisa Krag Nygaard (lkn)
Hold	HTX21KomIT

Forløbsoversigt (18)

Forløb 1	HTX'eren som målgruppe
Forløb 2	Film, fantasi og fremtidens grundlov
Forløb 3	SoMe
Forløb 4	Human Postcard
Forløb 5	Grafisk Design
Forløb 6	ÅRSPRØVE - Symboler og semiotik
Forløb 7	Kulturens Rige
Forløb 8	Kampagne - Cybermissionen
Forløb 9	Kommunikationstræning
Forløb 10	Hjemmesidedesign
Forløb 11	Afslutning
Forløb 12	Fra Kunst til PowerPoint
Forløb 13	Røde Kors Ringkøbing
Forløb 14	Vi laver branding film...
Forløb 15	Kommunikationstræning - part 2
Forløb 16	Eventplanlægning af fernisering
Forløb 17	Den afsluttende opgave - Eksamensopgaven
Forløb 18	Eksamensforberedelse

Førløb 1: HTX'eren som målgruppe

Førløb 1	HTX'eren som målgruppe
Indhold	<p>Eleverne introduceres til segmenteringsværktøjer (bla. Minerva) De skal kunne identificere deres egen målgruppe både ud fra kvantitativ (spørgeskema) og kvalitativ (interviews) data. Der afleveres en Powerpoint med en mundtlig præsentation af den typiske HTX'er. Derudover skal eleverne i bedste &#39;Kender du typen&#39;-stil, forsøge at segmentere på baggrund af billeder fra tilfældige menneskers hjem.</p> <p>Varighed: 8 lektioner</p> <p>Litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - www.conzoom.dk - www.tns-gallup.dk/da/gallup-kompas - Bangsholm, Claus (2009): Det kommunikerende menneske - Kommunikation it A. Erhvervsskolernes Forlag. 1. udgave. 1. oplag. - Moe, Simon et.al.(2017): Kommunikation og it A. Systime I-bog.
Omfang	14 lektioner / 13.6666666666667 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</p> <p>Kernestof: Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p>
Væsentligste arbejdsformer	<p>Gruppearbejde Læreroplæg Skriftligt arbejde Fremlæggelser</p>

Førløb 2: Film, fantasi og fremtidens grundlov

Førløb 2	Film, fantasi og fremtidens grundlov
Indhold	<p>Film, fantasi og fremtidens grundlov et tværfagligt forløb mellem Kommunikation IT og Samfundsfag</p> <p>Opgave Vi skal være med i konkurrencen om fremtidens grundlov. Præmien for bedste film er en Ipad til alle i vindergruppen. Yay! Lad os vinde den! I skal sammen i grupper lave en video med et forslag til indhold eller ændringer til fremtidens grundlov.</p> <p>Indhold Indholdet til filmen skal forholde sig til grundlovens paragraffer. Skal de ændres? Fornyes? Eller skal noget slettes? (Det er især her hvor samfundsfag bliver relevant)</p> <p>Format I har kreativ frihed til at vælge hvordan I vil formidle jeres indhold. Det kan være en klassisk retorisk tale – enetale eller en dialog. Det kan være en rap, en sang, en stopmotion, animation eller noget helt andet. Her er det kun jeres fantasi der sætter grænser. Eneste krav, filmen må max være 3 minutter.</p> <p>Redigering og klipning Der findes desværre ikke et mega fantastiske gratis filmredigeringsprogram. I kan derfor vælge at bruge jeres telefon, iMovie (hvis man har en mac) og ellers kan jeg anbefale gratisprogrammet Openshot (https://www.openshot.org/) Hvis I har erfaringer med andre redigeringsprogrammer så er I også meget velkomne til at bruge dem.</p> <p>Krav til aflevering:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En film der er max 3 minutter lang • Et storyboard med både en gennemarbejdet tekst og opsætning • En mini-rapport med jeres faglige kommunikative overvejelser til filmiske virkemidler (1-3 sider) <p>Varighed: Ca. 10 kom/it lektioner og 10 samfundsfagstimer</p>
Omfang	13 lektioner / 12.75 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 3: SoMe

Forløb 3	SoMe
Indhold	Kort individuelt forløb om LEAP. Produkt: Post til et valgfrit social medie (Tiktok, instagram, facebook) med LEAP principperne. Varighed: 2 lektioner
Omfang	Ingen lektioner
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 4: Human Postcard

Forløb 4	Human Postcard
Indhold	<p>Opgavebeskrivelse I skal i dette forløb producere små 'Human postcards'. I skal lære at redigere i Adobe Premier, fortælle gode historier og forhåbentlig også lære lidt nyt om hinanden.</p> <p>Krav I skal løse opgaven sammen to og to (tre kan også fungere). I skal lave filmen om jeres makker.</p> <p>Derudover skal I igennem forløbet have lavet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Et detaljeret storyboard til jeres film. Storyboardet skal indeholde overvejelser omkring: <ul style="list-style-type: none"> o Perspektiv (Frø, normal, fugl) o Billedbeskrivelse (Supernær, nær, halvtotale, totale) o Lyd (Synkron og asynkron lyd) • Et human postcard (Med kravene fra den valgte opgave, se nedenstående) <p>Til dette forløb har I mulighed for at vælge mellem 2 opgaver med forskellige krav til jeres film.</p> <p>Den første mulighed er: Orangeopgave. Hvis I vælger denne opgave, skal jeres film indeholde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voiceover • Minimum 3 nærbilleder <ul style="list-style-type: none"> • Bruge både nær- og halvtotalebilleder • Have minimum 3 frames med anvendelse af 'Den gode tredjedel' <ul style="list-style-type: none"> • Intro tekst (med navn) outro tekst (med humanpostcard) <p>Den anden mulighed er: Lillaopgave. Hvis I vælger denne opgave, skal jeres film indeholde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Synkron (Reallyd fra filmen) og asynkron lyd (voiceover og/eller underlægningsmusik) <ul style="list-style-type: none"> • Minimum 6 nærbilleder • Bruge både ultranær-, nær-, halvtotale- og totalbilleder • Bevidst billedkomposition (Brug af fx 'Den gode tredjedel' eller forgrund/mellemgrund/baggrund) • Animeret intro tekst (med navn) og animeret outro tekst (med humanpostcard) <p>Varighed: 12 lektioner</p>
Omfang	12 lektioner / 11.6666666666667 timer

Væsentligste arbejdsformer	
-------------------------------	--

Forløb 5: Grafisk Design

Forløb 5	Grafisk Design
Indhold	<p>Eleverne skal med udgangspunkt i typografi, farver og layoutteori producere en plakat til den kommende gymnasiefest. Eleverne øver sig samtidig i at anvende Adobes Illustrator.</p> <p>Varighed: 8 lektioner</p> <p>Opgaven må løses sammen i grupper på 2-3</p> <p>Litteratur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kommunikation og it A. Systime.• Bangsholm, Claus (2009): Det kommunikerende menneske - kommunikation it A.
Omfang	9 lektioner / 8.66666666666667 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<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>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p> <p>Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</p> <p>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Klasseundervisning Grupperarbejde</p>

Forløb 6: ÅRSPRØVE - Symboler og semiotik

Forløb 6	ÅRSPRØVE - Symboler og semiotik
Indhold	<p>I dette forløb skal vi kigge på symboler og snakke om deres betydning - og hvem der egentlig giver dem betydning? Vi starter indledningsvis med en lille øvelse med at identificere ikoner, indeks og symboler. Herefter skal I lave en individuel grafisk plakat i Illustrator med jeres favorit film/tv-serie udelukkede med brug af tegn.</p> <p>Produkt: - Grafisk plakat - Rapport</p> <p>Varighed: ca. 10 lektioner</p> <p>Alle plakater printes og hænges op i Friday</p> <p>Forløbet afsluttes med en årsprøve - hvor produktet skal forsvares mundtligt.</p> <p>Litteratur: - Bregendahl, Michael m.fl. (2020): Markedskommunikation. Systime A/S - Lundholt, Matianne Wolff & Hansen, Per Krogh (red.)(2019): Kommunikationsmodeller. 1. udgave. Samfundslitteratur - Mark, Lise (2020): Kunstens stemmer. Systime A/S</p>
Omfang	10 lektioner / 9.66666666666667 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<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>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p> <p>Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering</p> <p>Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</p> <p>Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper</p> <p>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	<p>Læreroplæg, Individuelt arbejde, peer-to-peer-feedback</p>

Forløb 7: Kulturens Rige

Forløb 7	Kulturens Rige
----------	----------------

Indhold (1/3)

Opgave

I dette projekt skal vi samarbejde med Ringkøbing Skjern kommune - Kulturens Rige. I skal sammen i grupper (på max 3) komme med et forslag til et fredagsarrangement på skolen, som passer ind i rammerne for projektet. Det vil sige I skal event-planlægge samt udarbejde en formidling heraf.

Jeres opgave har rødder i et større projekt der kører i kommunen og nationalt i 6 andre kommuner under et netværk som hedder Sundby Netværket. Derfor kommer der herunder en temmelig lang indflyvning til projekt, som kan give jer en kontekst og rammesætte opgaven.

Problemanalyse

Vi oplever, at der i kommunen i stigende grad er børn og unge, der mistrives i skole og uddannelsesmiljøerne, med stort fravær og frafald som resultat, og deraf risiko for langvarigt forløb med angst, depression og dårlig livskvalitet.

Vi har lærere, sundhedsplejersker og mentorer, der dagligt har samtaler med børn og unge mennesker, der mistrives og har behov for et meningsfuldt tilbud om et fællesskab med andre unge i lignende situation.

Vi har "Selvhjælp", der har tilbud om Trivselsgruppeforløb for børn og unge, med motiverede frivillige gruppeledere, der er klar til at køre forløb. Der er blot begrænset tilslutning til forløbene. Unge mennesker i mistrivsel er svære at rekruttere, de oplever det flovt og ikke passende at gå i Trivselsgruppe.

Vi har et stærkt foreningsliv, og har en stor mangfoldighed af kulturelle tilbud, men også en geografisk størrelse, som gør det svært navigere og overskue mulighederne for sårbare unge mennesker. Unge oplever de står udenfor og kigger ind på en fest, som det er svært at blive en del af, når man ikke føler sig helt som de andre. De nuværende eksisterende fritidstilbud rammer ved siden af denne gruppe af unge, og har i dens nuværende form ikke mulighed for at rumme målgruppen.

Problemformulering

Hvordan kan kommunen udnytte kulturens sundhedsfremmende potentiale til at fremme de unges trivsel og mentale sundhed?

Bagvedliggende forskningsbaserede antagelser

- at kunst- og kulturaktiviteter har et særligt potentiale som katalysator for fællesskaber, social inklusion og social kapital
- at kunst og kultur som fælles rum (/tredje) er med til at udligne hierarkier mellem fx kommunale medarbejdere og borgere, da man mødes på fælles grund - det baner vejen for samarbejde og fællesskab på nye måder
- at det at være beskæftiget med/omgivet af kunst og kultur generelt giver os bedre velvære/trivsel
- at kunst og kultur skaber en kvalitativ, og i den forstand, mærkbar, oplevelse af velfærd
- at deltagelse i kulturaktiviteter åbner nye handlemuligheder hos den enkelte
- at kunst og kultur kan skabe værdi på flere områder: skærpe den mentale sundhed, skabe fysiske forandringer i kroppen, skabe organisatorisk innovation og tilfø-

<p>Indhold (2/3)</p>	<p>je liv og aktivitet i byens rum.</p> <p>Overordnet formål</p> <ul style="list-style-type: none"> • "At anvende kultur som sundhedsfremmende aktiviteter for at øge trivsel og livskvalitet for unge mennesker under uddannelse" (Trivsel: følge med i skolen, sove om natten, være i fællesskab og Livskvalitet er forebyggelse i langsiget perspektiv") • Igennem aktionslæring skabe et øget fokus på samarbejde mellem Kultur og Fritid, Ungdomsskolen, Ungdomsuddannelser, Sundhedsfremme og Foreninger/Frivillige • Skabe nye veje for at inddrage kunst og kultur som katalysator for fællesskaber og inklusion blandt sårbare unge. <p>Målgruppe</p> <p>Projektets målgruppe er børn og unge mellem 13-21 år i folkeskoler og ungdomsuddannelser. Jeres fokus vil være skal være på de unge i kommunens ungdomsuddannelser.</p> <p>Afsender</p> <p>D-</p> <p>en primære afsender er Ringkøbing Skjern Kommune. Men der er også en del andre involverede parter, som I skal være opmærksomme på, særligt hvis I vælger opgave 2. Det drejer sig om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ungdomsskolen • Kulturskolen (musik, drama, dans, kreativ, illustration) • Frivillig Vest - foreningsparaplyorganisation • Kultur, Natur og Fritid. Ringkøbing-Skjern kommune • Sundhedsfremme v. Sundhedscenter Vest RKSK • Streetpark <p>Skjern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ungehus Ringkøbing • Det rytmiske spillested Generator <p>Hv-</p> <p>is I får brug for mere viden undervejs, kan I desuden kontakte Lene Vinkler Brodde som er projektleder på projektet på tlf.: 99 74 15 99 eller hendes mobil 20 18 33 03 (Hvis hun ikke svarer – send end sms så ringer hun tilbage) eller på mail lene.brodde@rksk.dk.</p> <p>Planlægning af fredagsarrangement + formidling heraf</p> <p>Projektet har til formål at skabe arrangementer for unge i troen på, at det kan øge deres mentale sundhed. Men hvilke arrangementer ville I egentlig dukke op til? I denne opgave skal I finde på et event som I føler jer overbevist om, at flere elever på gymnasiet ville dukke op til. I skal samtidig formidle jeres event således det bliver synligt at eventet afholdes.</p> <p>Det er et krav til denne opgave at jeres arrangement kan afholdes af nogle af de eksterne samarbejdspartnere der er i projektet. Fx kulturskolen eller streetparken. Gå ind og undersøg grundigt hvilke tilbud de forskellige samarbejdspartnere har – og giv den så ellers gas med jeres gode ideer.</p> <p>Evaluering: Fremlæggende for hinanden og for projektlederen af 'Kulturens Rige'</p>
-----------------------------	--

Indhold (3/3)	Varighed 18 lektioner (heraf to til fremlæggelser for ekstern samarbejde)
Omfang	18 lektioner / 17.25 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 8: Kampagne - Cybermissionen

Forløb 8	Kampagne - Cybermissionen
----------	---------------------------

Indhold	<p>Vi skal deltage i konkurrencen Cybermissionen. Nærmere bestemt skal vi arbejde med kampagner - og den opgave som cybermissionen har kaldt &#39;Mission 1&#39;.</p> <p>MISSION 1 Eleverne skal arbejde med kommunikation for at skabe bedre og sundere digital adfærd.</p> <p>På denne mission skal eleverne finde på en anderledes og kreativ måde at uddanne unge så de forstår vigtigheden af cybersikkerhed. De unge skal forstå hvorfor netop de, er nogle af de vigtigste brikker i den "menneskelige firewall". Eleverne skal udarbejde en kommunikationskampagne, som bidrager til at unge bliver i stand til at spotte phishing-angreb, falske mails eller bliver bedre til at skifte passwords og låse computeren.</p> <p>Læs mere: https://cybermissionen.cyberskills.dk/mission-1/</p> <p>Materiale (youtube-link) - https://youtu.be/WZqJzwvlOb4 (Cybersecurity Awareness - Hvem beskytter vi os mod ? v. Jonathan Davis) - https://youtu.be/7DchVbiMLMM (Tips og tricks til gode cyber awareness kampagner v. Fritha Aktar) - https://youtu.be/wJh30AIuFXU (Når budskaber skal fange v. Susan Nørgaard)</p> <p>Forslag til produkter: - SoMe kamagne - Information-smail - Film - Podcast - Et event (Drejebog) - Quiz - Plakat - Pjece -</p> <p>Opgaven skal løses i grupper på max 4 - og I må selv lave grupperne</p> <p>-</p> <p>Varighed: 12 lektioner</p> <p>Produkt/aflevering: - Der skal afleveres minimum ét (gerne flere) kommunikationsprodukter som løser opgaven - En pitch på max 10 min. (Se krav til pitch i opgavebeskrivelse) - Bemærk: Intet rapport krav ! (Halleluja ! Fokuser på at lave nogle fede produkter - det ved jeg I er gode til)</p> <p>Vi kårer klassens bedste produkt og indsender det til konkurrencen - og vinder forhåbentlig en tur til København ! :)</p>
Omfang	13 lektioner / 12.583333333333 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse</p> <p>Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering</p> <p>Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere</p> <p>Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks- og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</p> <p>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	

Forløb 9: Kommunikationstræning

Forløb 9	Kommunikationstræning
Indhold	<p>Vi øver observationsstudier - men vi øver også kommunikation. Alle elever skal forberede en præsentation på ca. 5-10 minutter om et selvvalgt emne. Præsentationen bliver filmet. Eleven får feedback på sin præsentation umiddelbart efter af de andre elever - og ser filmen med mig efterfølgende og får ligeledes feedback. Sammen bliver vi enige om minimum 2 punkter som eleven skal arbejde på at forbedre.</p> <p>Varighed: Sideløbende med andre forløb. Opstart 2-4 lektioner.</p> <p>Litteratur: Alrø, Helle & Kristiansen, Marianne (2006): Et dialogisk perspektiv. I Nielsen, Mette S. & Rom, Gitte (red): Perspektiver på kommunikation i sundhedsfaglige professioner. Munksgaard. Carlsen, S. & Juel, H. (2009): Mundtlighedens magi - retorikkens didaktik, filosofi og læringskultur. Handelshøjskolens forlag. Greve, L. (2010): Den gode præsentation. Akademisk mundtlig fremstilling og personlig kommunikation. Samfundslitteratur. (kap. 7) Hald, M. (2008): Præsentation og formidling. Academica. (kap 6) Lund, Anne Kathrine (1997): Mundtlig formidling. Frydenlund grafisk. 1. udgave. 1. oplag.</p>
Omfang	2 lektioner / 1.91666666666667 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål: Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof: Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation Digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer</p>
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 10: Hjemmesidedesign

Forløb 10	Hjemmesidedesign
Indhold	<p>I skal lære at skabe flotte, brugervenlige og kommunikative hjemmesider. Jeg har besluttet at vi fokuserer på æstetikken frem for kodning - og I skal derfor designe jeres hjemmeside i Adobe XD.</p> <p>Opgaven laves i grupper på max 3 og der skal findes en reel afsender til jeres hjemmeside.</p> <p>Der skal afleveres en rapport og en hjemmeside.</p> <p>Varighed cirka: 15-20 lektioner</p>
Omfang	22 lektioner / 21.333333333333 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse</p> <p>Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering</p> <p>Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen</p> <p>Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst</p> <p>Design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</p>
------------------------------------	--

	<p>Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks - og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</p> <p>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer</p>
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde, læreroplæg, præsentationer.

Forløb 11: Afslutning

Forløb 11	Afslutning
Indhold	Vi mødes hos mig (Grønnegade 3) og reflektere over året der er gået - måske med en øl eller sodavand i hånden :)
Omfang	2 lektioner / 1.91666666666667 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 12: Fra Kunst til PowerPoint

Forløb 12	Fra Kunst til PowerPoint
Omfang	9 lektioner / 8.58333333333333 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 13: Røde Kors Ringkøbing

Forløb 13	Røde Kors Ringkøbing
Indhold	<p>Opgave</p> <p>Røde Kors Ringkøbing er en aktiv forening der med en masse forskellige aktivitetsgrupper er med til at hjælpe mange udsatte i lokalområdet. De tilbyder blandt andet sorggrupper, sprogcafé og sommerlejr-e. Røde Kors er primært drevet af frivillige, og deres arbejde er derfor enormt afhængigt af, at der er folk der melder sig til at hjælpe. Det skal I hjælpe dem med i dette projekt.</p> <p>I skal vælge én af følgende problemstillinger:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Der er allerede en masse frivillige som gør et kæmpe stykke arbejde, det kunne være gavnligt for Røde Kors Ringkøbing at have små film (eller posts) om dem og hvorfor de laver frivilligt arbejde. Filmene skal kunne postes på deres sociale medier og eventuelt bruges til at lokke flere frivillige til. 2. Men måske har Røde Kors også brug for noget nyt. Hvordan kunne en SoMe rekrutteringskampagne se ud? Slip kreativiteten løs og kom med et bud på, hvordan Røde Kors Ringkøbing kan bruges deres sociale medier til at rekruttere nye frivillige. <p>Læs mere om Røde Kors Ringkøbing her: https://ringkoebing.drk.dk/ Tjek deres Facebook: https://www.facebook.com/rodekorsringkobing/ Tjek deres instagram: https://www.instagram.com/rodekors_ringkobing/</p> <p>Krav</p> <p>Opgaven skal løses i grupper (max 4). Der skal afleveres minimum 2 produkter og en tilhørende rapport. Rapporten skal desuden indeholde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En grundig afsender beskrivelse. Herunder en SWOT-analyse. • En grundig forundersøgelse af, hvem jeres målgruppe er samt argumentere for, hvordan jeres indhold er målrettet denne. Inddrag herunder også Maslows behovspyramide. <ul style="list-style-type: none"> • En grundig beskrivelse af jeres proces og skitser fra jeres idegenerering (KIE-modellen) • En grundig beskrivelse af jeres post. I kan blandt andet anvende LEAP, billedkomposition og filmiske virkemidler. • Husk at forholde jer til Røde Kors' designguide (find den på studie+) <p>Find rapportskabelonen på studie+ og brug den som udgangspunkt for jeres rapport.</p> <p>Tidsplan</p> <p>I får 21 lektioner til hele forløbet.</p>
Omfang	21 lektioner / 20.166666666667 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p> <p>Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsførhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks- og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</p> <p>Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p> <p>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p>
<p>Væsentligste arbejdsformer</p>	

Forløb 14: Vi laver branding film...

Forløb 14	Vi laver branding film...
Indhold	Et forløb med meget fokus på produkt og teknik - og lidt mindre på skriftlighed og rapport.
Omfang	24 lektioner / 23 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Førløb 15: Kommunikationstræning - part 2

Førløb 15	Kommunikationstræning - part 2
Indhold	<p>Vi følger op på jeres oplæg fra 2.g. Det bliver dog en smule anderledes i år, fordi I denne gang skal have fagligt indhold i jeres oplæg. Oplægget skal nemlig omhandle jeres SOP. Så gør jeg umage for at gøre jeres oplæg interessant og relevant for jeres målgruppe - og vis jeres tillærte awesome PP-skills.</p> <p>Varighed: 4-5 lektioner.</p> <p>Litteratur:</p> <p>Alrø, Helle & Kristiansen, Marianne (2006): Et dialogisk perspektiv. I Nielsen, Mette S. & Rom, Gitte (red): Perspektiver på kommunikation i sundhedsfaglige professioner. Munksgaard. Carlsen, S.</p> <p>& Juel, H. (2009): Mundtlighedens magi - retorikkens didaktik, filosofi og læringskultur. Handelshøjskolens forlag.</p> <p>Greve, L. (2010): Den gode præsentation. Akademisk mundtlig fremstilling og personlig kommunikation. Samfundslitteratur. (kap. 7)</p> <p>Hald, M. (2008): Præsentation og formidling. Academica. (kap 6)</p> <p>Lund, Anne Kathrine (1997): Mundtlig formidling. Frydenlund grafisk. 1. udgave. 1. oplag.</p>
Omfang	5 lektioner / 4.83333333333333 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål:</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</p> <p>Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</p>
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 16: Eventplanlægning af fernisering

Forløb 16	Eventplanlægning af fernisering
Indhold	Tværfagligt samarbejde med design Som et led i et tværfagligt samarbejde med design, hvor I har produceret ?? , skal I i kommunikation og IT stå for at markedsføre en fernisering i et lånt lokale i bymidten, hvor vi gerne skal have lokket en masse mennesker til fernisering.
Omfang	17 lektioner / 16.333333333333 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 17: Den afsluttende opgave - Eksamensopgaven

Forløb 17	Den afsluttende opgave - Eksamensopgaven
Indhold	<p>I skal i dette forløb lave jeres eksamensopgave - og det er nu I skal vise de kom/it skills i har oparbejdet i løbet af de sidste 3 år. Opgaven skal laves i grupper (max 4. personer). På baggrund af et projektoplæg fra mig, afgrænser, dokumenterer og vurderer I i gruppen, i samarbejde med mig, en relevant problemstilling, der omhandler emner, der indgår i fagets kernestof eller supplerende stof. Projektet skal indeholde en forundersøgelse og produktionsfase samt en endelig test af kommunikationsproduktet/produkterne.</p> <p>Aflevering: Der skal afleveres et (eller flere) produkt(er) og en rapport (omfang: 10-15 normalsider for én elev - og et tillæg svarende til 5 normalsider yderligere pr. elev i gruppen. Op til 20 % af den skriftlige rapport kan afløses af multimodale rapportelementer)</p> <p>Varighed: 30 lektioner Fordybelsestid: 10 lektioner</p>
Omfang	32 lektioner / 30.6666666666667 timer

<p>Særlige fokuspunkter</p>	<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>Forundersøgelse og -analyse: udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation</p> <p>Forundersøgelse og -analyse: planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse</p> <p>Produktion og evaluering: styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering</p> <p>Produktion og evaluering: forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere</p> <p>Produktion og evaluering: reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppe-medlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter</p> <p>Produktion og evaluering: gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software</p> <p>Produktion og evaluering: opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen</p> <p>Produktion og evaluering: anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og sluttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces</p> <p>Kernestof:</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefællesskaber</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: forskellige fortælle tekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Kommunikationsteori og fortælle teknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen</p>
------------------------------------	---

	<p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst</p> <p>Brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenders formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet</p> <p>Design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign</p> <p>Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation</p> <p>Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler</p> <p>Design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer</p> <p>Design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper</p> <p>Produktudvikling og -test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige mediers udtryks- og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier</p> <p>Produktudvikling og -test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen</p> <p>Produktudvikling og -test: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi</p> <p>Produktudvikling og -test: brugertests</p> <p>Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter</p> <p>Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv</p> <p>Digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter</p> <p>Digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurerings af interaktive systemer</p> <p>Digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforsløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning</p>
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde

Forløb 18: Eksamensforberedelse

Forløb 18	Eksamensforberedelse
Indhold	Vi skal bruge de sidste lektioner på at gøre jer klar til eksamen. Det bliver blandt andet noget peer-to-peer feedback på jeres rapporter og produkter - samt mulighed for at forberede den mundtlige del af eksamen.
Omfang	5 lektioner / 4.83333333333333 timer
Væsentligste arbejdsformer	