



Undervisningsbeskrivelse

Termin	August 2022 - juni 2024
Institution	UCRS
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it A
Lærer	Lisa Krag Nygaard (lkn)
Hold	HTX22komm-it

Forløbsoversigt (6)

Forløb 1	Fra Kunst til PowerPoint
Forløb 2	Røde Kors Ringkøbing
Forløb 3	Fra kunst til PowerPoint - afslutning
Forløb 4	Grafisk Design
Forløb 5	Human Postcard
Forløb 6	Hjemmesidedesign

Forløb 1: Fra Kunst til PowerPoint

Forløb 1	Fra Kunst til PowerPoint
Omfang	6 lektioner / 6 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 2: Røde Kors Ringkøbing

Forløb 2	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. 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.• 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 / 21 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 3: Fra kunst til PowerPoint - afslutning

Forløb 3	Fra kunst til PowerPoint - afslutning
Indhold	Vi afslutter endelig (!) vores "Fra kunst til PowerPoint" - forløb. I skal desuden introduceres til "Kommunikationstræning".
Omfang	2 lektioner / 2 timer
Væsentligste arbejdsformer	

Forløb 4: Grafisk Design

Forløb 4	Grafisk Design
Indhold	<p>Samarbejde med design. I forbindelse med en fernisering og en produktaktion i et lokale i byen, skal der laves grafisk design til væggene som afspejler produkterne.</p> <p>Varighed: 8-10 lektioner</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	10 lektioner / 10 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 Gruppearbejde</p>

Forløb 5: Human Postcard

Forløb 5	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. 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. 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 / 11.9166666666667 timer

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

Forløb 6: Hjemmesidedesign

Forløb 6	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	16 lektioner / 16 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.