



Undervisningsbeskrivelse

Termin	June 2023
Institution	College360
Uddannelse	htx
Fag og niveau	Kommunikation og it C
Lærer	Marie Søndergaard (mso)
Hold	htx1vy22s

Forløbsoversigt (4)

Forløb 1	Grundforløb
Forløb 2	SO1
Forløb 3	Reklamer og kampagner
Forløb 4	Eksamensopgave

Forløb 1	Grundforløb
Indhold	<p>Arbejde med Memes, Covers og Photoshop Herunder introduktion til photo-shop, farvelære, billedsymbolik og komposition.</p> <p>Introduktion til kommunikation og It: https://kommita.systime.dk/?id=313 Kommunikationsmodeller: https://kommita.systime.dk/?id=310 Støj og kommunikation: https://kommitc.systime.dk/?id=254 Målgrupper og segmenter: https://kommita.systime.dk/?id=119 Minervamodellen: https://kommita.systime.dk/?id=205 (1,5 sider) Det blå segment: https://kommita.systime.dk/?id=210 (1 side) Det grønne segment: https://kommita.systime.dk/?id=211 (1,1 side) Det rosa segment: https://kommita.systime.dk/?id=212 (0,8 sider) Det violette segment: https://kommita.systime.dk/?id=213 (0,7 sider)</p> <p>Internetforbrug og sociale medier 2021: https://kum.dk/fileadmin/mediernesudvikling/2021/Internetbrug_og_sociale_medier_2021.pdf8 (5 sider)</p> <p>Quizizz om Minervamodellen: https://quizizz.com/join?gc=33626799 Gallupkompas: https://kommita.systime.dk/?id=206 Conzoom: https://kommita.systime.dk/?id=207 Farver og farveharmonier: https://kommita.systime.dk/index.php?id=257 (4,5 sider) Farvernes betydning og symbolik: https://kommita.systime.dk/?id=275 Samspil og kontrast: https://kommita.systime.dk/?id=276 Komposition og æstetik: https://kommitc.systime.dk/?id=243 Ophavsret: https://kommita.systime.dk/?id=188</p>
Omfang	Ingen lektioner
Særlige fokuspunkter	<p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer - Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik - Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler - Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper - Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer - Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Individuelt arbejde i Photoshop, gruppearbejde og rapportskrivning.

Forløb 2: SO1

Forløb 2	SO1
	<p>Tværfagligt forløb med Engelsk og samfundsfag. Fremstilling af infographics, der omhandler mindretalsgrupper i engelsksprogede lande.</p> <p>Målgrupper og sociale medier:</p> <ul style="list-style-type: none"> - https://mediernesudvikling.kum.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2021/Internetbrug_og_sociale_medier/Internetbrug - Layout og skrift: https://kommitc.systeme.dk/?id=259
Omfang	2 lektioner / 1.5 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forundersøgelse: analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet - Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt - Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag - Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde - Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner - Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver - Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og -processer - Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov - Produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer - Produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsprodukter med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger - Digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd - Digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning
Væsentligste arbejdsformer	Gruppearbejde

Føreløb 3: Reklamer og kampagner

Føreløb 3	Reklamer og kampagner
Indhold	<p>Fokus på hvordan en opgave i kom/it ser ud, hvad en kampagne er, og hvordan man målretter sin kommunikation til en målgruppe. Vi har arbejdet videre i Photoshop og snakket om GDPR, interaktionsdesign og kort berørt udvikling af apps i app-lab.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kapitlet forundersøgelser https://kommitc.systime.dk/?id=237 (16,8 sider) (dog har vi ikke udarbejdet personaer) - Mashlows behovspyramide: https://kommitc.systime.dk/?id=257 (3,5 sider) - Positionering: https://kommitc.systime.dk/?id=238 (7,9 sider) - Aldersgruppers brug af sociale medier: https://kum.dk/kulturomraader/medier/mediernes-udvikling - Skitser og storyboards: https://kommitc.systime.dk/?id=262 - Det gyldne snit: https://kommitc.systime.dk/?id=245 (6,4 sider) - Fonte: https://kommitc.systime.dk/?id=259 (6,6 sider) - Aida: https://kommitc.systime.dk/?id=246 (4,4 sider) - Farver: https://kommitc.systime.dk/?id=258 (6,5 sider) - Lovgivning: https://kommitc.systime.dk/?id=250 (5 sider) - Feedback: https://kommitc.systime.dk/?id=248 (2 sider)
Omfang	20 lektioner / 15 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forundersøgelse: undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen - Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumenter og metoder til idéudvikling og projektarbejde - Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner - Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen - Design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik - Design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler - Design og visuel kommunikation: basal farvelære Design og visuel kommunikation: skitser og prototyper Produktudvikling og projektstyring: evalueringsmetoder - Etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter - Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv - Digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps
Væsentligste arbejdsformer	Tavleundervisning og projektarbejde

Forløb 4: Eksamensopgave

Forløb 4	Eksamensopgave
Indhold	
Omfang	16 lektioner / 12 timer
Særlige fokuspunkter	<p>Fagmål:</p> <ul style="list-style-type: none">- Forundersøgelse: finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt- Forundersøgelse: demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag- Produktion: udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde- Produktion: demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner- Produktion: begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver- Produktion: forklare og reflektere over etiske problemstillinger og op- og afvejning i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter- Produktion: anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter <p>Kernestof:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov- Kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer- Design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign- Etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter- Etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv
Væsentligste arbejdsformer	Projektarbejde