Undervisningsbeskrivelse for faget/fagene

Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

Termin	juni 2026
Institution	Merkurs plads
Fag og niveau	• htx: Kommunikation og it A
Lærer	Hans Arne Niclasen, Vicky Kondrup Laxholm, Lolita Brodka Andersen
Hold	23-26htx kom it A

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	Rebranding af politisk parti
Titel 2	Horrorfilm
Titel 3	Logodesign
Titel 4	HTX-kampagne
Titel 5	DOgmefilm
Titel 6	Green Screen film
Titel 7	Computerspil
Titel 8	Logokonkurrence
Titel 9	Turistfilm
Titel 10	Fehmernkonkurrence
Titel 11	Fremstilling af valgplakater
Titel 12	Farver og moodboards
Titel 13	Podcast

Titel 14	Fri opgave
Titel 15	Eksamensprojekt

Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

Titel 1	Rebranding af politisk parti
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper

	• design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige

	interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Kommunikation og IT A, Moe, Fenger-Grøn et al, systime e-bog
Omfang	8 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • 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:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering:forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske

	udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • 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 • 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
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde
Titel 2	Horrorfilm
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og

	sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Kommunikation og IT A, Moe, Fenger-Grøn et al, systime e-bog, kap 10
Omfang	10 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • 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:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen

Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde
Titel 3	Logodesign
Indhold	<u>Kernestof</u> • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation <u>Anvendt litteratur</u> Kommunikation og IT A, Moe, Fenger-Grøn et al, systime e-bog, kap 7
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder

	analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • 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
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde
Titel 4	HTX-kampagne
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups,

	storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter

	• kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Kommunikation og IT A, Moe, Fenger-Grøn et al, systime e-bog
Omfang	8 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • 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:udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering:forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter

	• produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • 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 • 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
Arbejdsformer	• Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde
Titel 5	DOgmefilm
Indhold	<u>Kernestof</u> • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Kommunikation og IT A, Moe, Fenger-Grøn et al, systime e-bog, kap 10. "Festen", Thomas Vinterberg, 1998 "Idioterne der startede Festen", DR-dokumentar, 2020
Omfang	6 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software

	• forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Individuelt arbejde
Titel 6	Green Screen film
Indhold	<u>Kernestof</u> • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Kommunikation og IT A, Moe, Fenger-Grøn et al, systime

	e-bog, kap 10
Omfang	6 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde
Titel 7	Computerspil
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter

	• etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder

	metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Kommunikation og IT A, Moe, Fenger-Grøn et al, systime e-bog Computerspil, J.H. Møller, systime e-bog
Omfang	10 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • 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:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering:forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og

	kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • 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 • 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
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde
Titel 8	Logokonkurrence
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers

	udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber

	<u>Anvendt litteratur</u> Kommunikation og IT A, Moe, Fenger-Grøn et al, systime e-bog, kap. 7
Omfang	6 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere

	viden om fagets identitet og metoder • 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 • 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
Arbejdsformer	• Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde
Titel 9	Turistfilm
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler

	• brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Grøn et al: Kommunikation og IT A, systime e-bog, kapitel 10
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering:udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af

	brugere • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • 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
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 10	Fehmernkonkurrence
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling,

	prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres

	formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter <u>Anvendt litteratur</u>
Omfang	6 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • 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:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering:forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og

	kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • 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
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Ekskursion • Forelæsning • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 11	Fremstilling af valgplakater
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer,

	tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet

- brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst
- brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen
- brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation
- brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation
- kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn
- kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter
- kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan
- kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation
- kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber

<u>Anvendt litteratur</u>

Moe, Fenger Grøn et al: Kommunikaions og IT A, systime. kap.1,2,3,4,5,6,7,9.10 og 12

Omfang	6 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 12	Farver og moodboards
Indhold	<u>Kernestof</u> • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation

	<u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikaion og IT A, systime, kap
Omfang	2 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • produktion og evaluering:gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 13	Podcast
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter

	• produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Olsen, Houlind og Palle: Podcast, systime e-bog
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med

	kommunikationsproduktionen • 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:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • 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
Arbejdsformer	• Gruppearbejde • IT-baseret arbejde
Titel 14	Fri opgave
Indhold	Kernestof • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling,

	prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv • etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og

	digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign • brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter

	• kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber <u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikaion og IT A, systime, kap 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen • 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:reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere • produktion og evaluering:forklare og anvende

	forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter • produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • 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 • 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
Arbejdsformer	• Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 15	Eksamensprojekt
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof • digitale værktøjer: relevante it-værktøjer til brug i alle faser af et projektforløb, f.eks. til idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: relevante programmer til fremstilling, programmering og konfigurering af interaktive systemer • digitale værktøjer: relevante digitale it-værktøjer til behandling af billeder, film, grafik, illustrationer, tekst, lyd, animationer o.l. i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv

	• etik, love og digital adfærd: ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • etik, love og digital adfærd: etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter • produktudvikling og –test: brugertests • produktudvikling og –test: forskellige distributionssystemer, deres opbygning, muligheder og økonomi • produktudvikling og –test: projektledelse, herunder værktøjer til procesledelse i forbindelse med produktionen • produktudvikling og –test: forskellige mediers udtryks – og produktionsformer, herunder fremstilling og bearbejdning af informationer til forskellige medier • produktudvikling og –test: idégenereringsværktøjer og kreative procesværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser, mockups, storyboards og prototyper • design og visuel kommunikation: farvelære og digitale farvesystemer • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i både faste og levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik til såvel papir som digital kommunikation • design og visuel kommunikation: brugervenlighed og funktionalitet, herunder brugergrænseflader og interaktionsdesign

	• brugerforståelse og kommunikationssituation: forskellige afsenderes formål med at starte en kommunikation, herunder vurdere informationsbehovet • brugerforståelse og kommunikationssituation: afsenderanalyse, markedsforhold og den politiske, kulturelle og samfundsmæssige kontekst • brugerforståelse og kommunikationssituation: datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • brugerforståelse og kommunikationssituation: kvalitativ og kvantitativ dataindsamling, herunder metoder til observation • brugerforståelse og kommunikationssituation: brugeranalyse, herunder forskellige målgruppers kultur, medieforbrug og situation • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikative virkemidler, herunder anvendt argumentationsteori, retorik samt tekst og tegn • kommunikationsteori og fortælleteknik: forskellige fortælletekniske modeller i forbindelse med fremstillingen af kommunikationsprodukter • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsstrategi og handlingsplan • kommunikationsteori og fortælleteknik: kommunikationsmodeller, herunder forskellige interaktions- og involveringsformer til analyse af den givne kommunikationssituation • kommunikationsteori og fortælleteknik: digitale og sociale mediers rolle i samfundet, herunder digitale subkulturer og mediefælleskaber

	<u>Anvendt litteratur</u> Moe, Fenger-Grøn et al: Kommunikaion og IT A, systime
Omfang	20 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion og evaluering:styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering • forundersøgelse og –analyse:planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse • forundersøgelse og –analyse:udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation • forundersøgelse og –analyse:undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder • forundersøgelse og –analyse:søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen • forundersøgelse og –analyse:udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder • 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 • 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
Arbejdsformer	• Klassedialog • Gruppearbejde • Individuelt arbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde