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 C
Lærer	Hans Arne Niclasen, Janus Tange Ravn Wald
Hold	25-28htxa komit

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

Titel 1	25-28a Kommunikation og IT
Titel 2	Kommunikationshistorie og teori
Titel 3	Grafik
Titel 4	Segmentering og målgruppe
Titel 5	Levende billeder
Titel 6	Præsentation
Titel 7	Grafik og SoMe
Titel 8	Etik
Titel 9	Kampagner
Titel 10	Sociale medier
Titel 11	Fremstilling af kommunikationsprodukter
Titel 12	Eksamensprojekt

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

Titel 1	25-28a Kommunikation og IT
Indhold	<u>Kernestof</u> • kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov • kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer <u>Anvendt litteratur</u> Anna Fenger-Grøn og Peder Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet
Arbejdsformer	• Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 2	Kommunikationshistorie og teori
Indhold	<u>Kernestof</u> • kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af

	data i kommunikationsprocessen • kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer • kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov • kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog Kapitel 4,5 og 6
Omfang	6 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• forundersøgelse:demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag • forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse:finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt • forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet
Arbejdsform	• Tavleundervisning

er	• Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning
Titel 3	Grafik
Indhold	<u>Kernestof</u> • design og visuel kommunikation: skitser og prototyper • design og visuel kommunikation: basal farvelære • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog Kap 4
Omfang	3 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver • produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases

	og egne produktioner • produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • Klasseundervisning
Titel 4	Segmentering og målgruppe
Indhold	<u>Kernestof</u> • kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer • kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog Kapitel 3
Omfang	3 lektioner á 90 min.

Særlige fokuspunkter	• forundersøgelse:demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag • forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse:finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt • forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Elevdiskussion • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 5	Levende billeder
Indhold	Kernestof • digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd

	• produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger Anvendt litteratur
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion:anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter • produktion:forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter • produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver • produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner • produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde • forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg

	• Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 6	Præsentation
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog Kap. 2
Omfang	2 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion:anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter • produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver • forundersøgelse:demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag • forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog

	• Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde
Titel 7	Grafik og SoMe
Indhold	<u>Kernestof</u> • design og visuel kommunikation: skitser og prototyper • design og visuel kommunikation: basal farvelære • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik • design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign • kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer • kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov • kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer <u>Anvendt litteratur</u>

	Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog Kap 4,5 og 9
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion:anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter • produktion:forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter • produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver • produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner • produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde • forundersøgelse:demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag • forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse:finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt
Arbejdsform	• Tavleundervisning

er	• Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning • Projektarbejde
Titel 8	Etik
Indhold	<u>Kernestof</u> • 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 <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog Kap 2
Omfang	1 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion:forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter
Arbejdsform	• Tavleundervisning

er	
Titel 9	Kampagner
Indhold	Kernestof • supplerende stof • digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps • digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd • 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 projektstyring: evalueringsmetoder • produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger • produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser og prototyper • design og visuel kommunikation: basal farvelære

	• design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik • design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign • kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer • kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov • kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog Kap 1,2,3,4,5,6,7, 8,9
Omfang	6 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion:anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter • produktion:forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med

	udformning af kommunikationsprodukter • produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver • produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner • produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde • forundersøgelse:demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag • forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse:finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt • forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet
Arbejdsformer	• Tavleundervisning • Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Klasseundervisning

	• Projektarbejde
Titel 10	Sociale medier
Indhold	<u>Kernestof</u> • design og visuel kommunikation: basal farvelære • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik • design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign • kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer • kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog Kap 9
Omfang	3 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af

	kommunikationssituationen • forundersøgelse:finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt • forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet
Arbejdsformer	• Klassedialog • Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde
Titel 11	Fremstilling af kommunikationsprodukter
Indhold	<u>Kernestof</u> • digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd • 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 projektstyring: evalueringsmetoder • produktudvikling og projektstyring: fremstilling af

	kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger • design og visuel kommunikation: skitser og prototyper • design og visuel kommunikation: basal farvelære • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik • design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign <u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog
Omfang	4 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion:anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter • produktion:forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter • produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver • produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner

	• produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde • forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet
Arbejdsformer	• Praktisk arbejde • Elevoplæg • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde
Titel 12	Eksamensprojekt
Indhold	<u>Kernestof</u> • supplerende stof • digitale værktøjer: brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning • digitale værktøjer: programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps • digitale værktøjer: digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd • 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 projektstyring: evalueringsmetoder • produktudvikling og projektstyring: fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger • produktudvikling og projektstyring: idégenereringsværktøjer • design og visuel kommunikation: skitser og prototyper • design og visuel kommunikation: basal farvelære • design og visuel kommunikation: billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler • design og visuel kommunikation: grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik • design og visuel kommunikation: brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign • kommunikationsteori og medier: eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen • kommunikationsteori og medier: interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer • kommunikationsteori og medier: forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov • kommunikationsteori og medier: simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer

	<u>Anvendt litteratur</u> Fenger-Grøn og Meyhoff: Kommunikation og IT C, systime e-bog
Omfang	20 lektioner á 90 min.
Særlige fokuspunkter	• produktion:anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter • produktion:forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter • produktion:begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver • produktion:demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner • produktion:udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde • forundersøgelse:demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag • forundersøgelse:undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen • forundersøgelse:finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt • forundersøgelse:analysere udvalgte aktuelle

	eksempler på digitale mediers rolle i samfundet
Arbejdsformer	• Klassedialog • Praktisk arbejde • Gruppearbejde • IT-baseret arbejde • Projektarbejde