
Eksamensprojekt i kommunikation og it A

Odense Tekniske Gymnasium

2020

A word cloud of terms related to digital communication and design. The words are arranged in a roughly circular shape, with some terms appearing more prominently than others. The terms include:

- Politisk kommunikation
- Massemedier
- Digital adfærd
- Meningsdannelse
- Visuel kommunikation
- Selvpromovering
- Brugertests
- Computerspil
- APP udvikling
- Gamification
- Lyddesign
- Positionering
- Word-of-mouth
- IoT
- Scrum
- Etik
- HCI
- Sociale medier
- Nudging
- Layout
- Selviscenesættelse
- Adfærdsdesign
- Webdesign
- UX
- Web 2.0
- Retorik
- Interaktionsdesign
- Robotter
- Mockups
- Storyboards
- 3D
- Storytelling
- Kommunikationsdesign
- Blogs
- Markedsføring
- Digitale subkulturer
- Prototyper
- Digitalisering
- Netnografi
- Globalisering
- Gestaltteori
- Affordances

Om eksamensprojektet	3
Links	3
Tidsplan	4
Cases	5
Case 1a: Trafiksikkerhed omkring Odense Letbane	6
Case 1b: PR omkring Odense Letbane	7
Case 2: FN's verdensmål	8
Case 3: Fonden for Entreprenørskab	9
Fra læreplanen	10
Bedømmelseskriterier	11
Rapport og produkt/produkter	11
Mundtlig præsentation og perspektivering:	11
Forklaring på bedømmelseskriterierne:	11
Faglige mål	13
Forundersøgelse og –analyse	13
Produktion og evaluering	13

Om eksamensprojektet

Alle cases er forholdsvis åbne, så I kommer selv til at præge projektet i jeres egen retning. Det stiller store krav til jer, fordi I selv skal tilrettelægge jeres tid mest effektivt, finde relevant teori, begreber, metoder og kilder samt skræddersy jeres egne undersøgelser og tests.

I eksamensprojektperioden får I vejledning af jeres lærer, men skal arbejde selvstændigt og vise, at I har overblik over projektet og processen. Brug relevant viden fra undervisningen i kombination med artikler, bøger, undersøgelser og statistikker om det valgte emne, så I sikrer et højt fagligt niveau og en aktuell vinkel på projektet.

Alle projekter skal udformes i grupper på max. fire personer. Gruppen skal:

- lave en ansvarsfordeling af opgaver og arbejde med projektstyring, disposition og tidsplan
- producere et eller flere medieprodukter - husk omhu i produktionen!
- lave egne forundersøgelser
- teste medieproduktet/-erne på brugeren eller udvikle det/dem i samspil med brugeren
- skrive en rapport på 10-15 sider samt et tillæg på yderligere 5 sider pr gruppemedlem. Op til 20 % af den skriftlige rapport kan afløses af multimodale rapportelementer.
- Alle gruppemedlemmer er ansvarlig for alt indhold der skrives i rapporten (der skal ikke noteres, hvem der har skrevet de enkelte afsnit).

Når I har lavet en projektformulering, bør I få et overblik over de faglige mål, som I kan finde i læreplanen (og sidst i dokumentet). På den måde sikrer I fra projektets start, at I kan leve op til kravet om at udvælge fem faglige mål, som I går særligt i dybden med. I skal dog kunne forholde jer til alle de faglige mål.

Brug skabelonen herunder til jeres eksamensrapport.

Links

- [Skabelon til eksamensrapporten i KIT A](#)
- [Læreplan Kommunikation og it A – htx 2017 \(pdf\)](#)

Tidsplan

Uge:	Dag:	Dato:	Tidspunkt:	Aktivitet:
8	Ons	19.02.20	09:55 - 11:40	Udlevering af eksamensoplæg
9	Man	24.02.20	09:55 - 11:40	
9	Ons	26.02.20	12:05 - 13:50 (kun 3.l)	Endelig valg af case. (Alle)
11	Man	09.03.20	09:55 - 11:40	
11	Ons	11.03.20	12:05 - 13:50	
12	Ons	18.03.20	09:55 - 11:40	Møde med Odense Letbane
12	Tor	19.03.20	08:00 - 09:45	
12	Fre	20.03.20	09:55 - 11:40	
13	Man	23.03.20	09:55 - 11:40	
14	Man	30.03.20	09:55 - 11:40	
14	Tor	02.04.20	08:00 - 09:45	
16	Tir	14.04.20	08:00 - 09:45	
16	Tir	14.04.20	09:55 - 11:40	
16	Ons	15.04.20	09:55 - 11:40 (3.j til 13.50)	
18	Ons	29.04.20	09:55 - 11:40	
18	Fre	01.05.20	09:55 - 11:40	
19	Man	04.05.20	09:55 - 11:40	
19	Ons	06.05.20	12:05 - 13:50	
19	Søn	10.05.20	23.00	Aflevering af rapport og produkter
20	Man	11.05.20	09:55-11:40	Fremlæggelse af projekt for klassen
20	Man	11.05.20	12:05 - 13:50	Fremlæggelse / Forberede præsentation
20	Tor	14.05.20	08:00 - 09:45	Forberede præsentation

Cases

Gruppen skal vælge én af følgende cases til deres eksamensprojekt.

I enkelte af vores cases har man mulighed for at kontakte eksterne kontaktpersoner. Alt efter hvor mange der vælger disse cases, undersøger vi muligheden for at få personerne ud i undervisningen.

Hermed sagt, at man sender ikke en masse mails eller ringer til personer, uden at det er aftalt med PSL eller CSL.

Case 1a: Trafiksikkerhed omkring Odense Letbane



Odense får snart en ny letbane. Allerede når letbanen testkøres, vil trafikanter i Odense møde en helt ny trafikant, som det er vigtigt at være opmærksom på, når man færdes i byen. De primære trafiksikkerhedsmæssige udfordringer kan være:

- Letbanen er en ny transportform, som odenseanerne ikke er vant til
- Vognene er lydsvage
- Letbanen har lang bremselængde
- Skinner i kørebanen, som gående og cyklende skal være opmærksomme på

Derfor er der behov for en informationskampagne med fokus på, hvad øvrige trafikanter skal være særligt opmærksomme på, når de for eksempel krydser letbanens skinner. Formålet er at forebygge uheld, når letbanen kommer i drift.

Der hentes erfaringer fra andre byer med nye letbaner. Der ses på konkret viden om, hvilke typer uheld, som kommer, når der introduceres en letbane i trafikbilledet, og hvordan man skaber en målrettet kommunikation.

Økonomi

Odense kommune afsætter midler til udvikling af en kampagne i samarbejde med Odense Letbane, som medfinansierer kampagnen med 50 %.

Samlet budget OK	2017-2024	Afsat i 2020
	0,3 mio. kr.	0,3 mio. kr.

<https://www.odense.dk/politik/politikker-og-visioner/byudviklingsplaner/handlingsplan-for-mobilitet-og-byrum-2017-2024/10-trafiksikkerhed-naar-letbanen-er-i-drift>

Odense Letbanes kommunikationsafdeling vil gerne mødes med jer for at svare på spørgsmål og evt. bidrage med info. De vil også meget gerne se jeres endelige forslag.

Case 1b: PR omkring Odense Letbane



Inden den nye letbane er på plads i Odense, er der mange som er kritiske overfor projektet. I december 2019 var kun ca. 48% af odenseanerne positive¹. I denne case skal I arbejde med den gode fortælling om Odense Letbane, måske med udgangspunkt i erfaringer fra fx Århus. Målet er at tilslutningen til letbanen blandt Odenses befolkning skal øges markant, og befolkningen overbevises om at de skal benytte Letbanen.

Lidt fakta om letbanen:²

- Odense Letbane forventes at være færdigbygget til at gå i drift i efteråret 2021.
- Der bliver i alt 26 stationer på linjen fra Tarup i nord til Hjallesø i syd.
- Der forventes afgang fra hver station otte gange i timen i dagtimerne.
- Der forventes cirka 35.500 passagerer på en hverdag - og ca. 10-11 millioner om året.
- Letbanen skal skabe tæt sammenhæng med det øvrige bus- og toget.

Det skriver Borgmesterforvaltningen om letbanen:³

- Man forventer 9,8 millioner årlige passagerer i 2021. Det giver lidt mere end 105 millioner kroner i billetindtægter.
- Hvert år skal Odense Kommune betale 33 millioner kroner til Odense Letbane i bidrag. I 2018 gav Odense Kommune 130 millioner kroner i tilskud til Fynbus.
- Når Odense Letbane åbner nedlægger Fynbus en række bybusruter i Odense. Det udløser en besparelse på 40 millioner kroner om året Odense Kommune, der slipper billigere i tilskud til Fynbus.

1

<https://fyens.dk/artikel/ny-unders%C3%B8gelse-odenseanerne-er-blevet-mere-positivt-stemt-over-for-letbanen>

² <https://www.odenseletbane.dk/om-odense-letbane/fakta-om-letbanen/>

³ <https://www.tv2fyn.dk/letbane-i-odense/kritik-af-letbanen-urealistiske-forventninger-til-passagertal>

Case 2: FN's verdensmål



Børnene og de unge er vores fremtid og det er afgørende, at de får viden om Fn's verdensmål og den betydning de kan have for vores fremtid. Der foregår allerede en del undervisning omkring verdensmålene på både skoler og gymnasier, men der mangler materialer som kan bidrage til at nå målene. Materialerne skal bidrage til at gøre de fremtidige generationer til ambassadører for forandring så vi bedre kan agere og leve bæredygtigt og opnå verdensmålene.

Der er derfor et stort behov for udvikling af materialer som f.eks. moderne didaktiske læremidler, som kan bidrage til at løfte opgaven på skoler og gymnasier, og som virker motiverende for eleverne.

https://verdenstimen.dk/beta/wp-content/uploads/2020/01/Delmaalsplakat-v4_2019.pdf

Case 3: Fonden for Entreprenørskab



FONDEN FOR ENTREPRENØRSKAB
MEDLEM AF JA WORLDWIDE

Fonden søger et redesign af deres nuværende platform til undervisningsmaterialer: <https://orcapress.ffe-ye.dk>. Her ønskes en løsning hvor brugerne nemt kan finde det materiale de søger, men samtidig søger fonden hjælp til, hvordan de kommer ud til deres målgruppe. I skal bruge fagets undersøgelsesmetoder til at afdække målgruppen.

Bemærk, at der sammen med hjemmesiden findes en app til grundskolen.

Fondens designmanual, logo og farvesystem:

- <https://drive.google.com/file/d/1ORebAiG03KPVbdNybAy5x3x9glm5RYu8/view?usp=sharing>
- <https://drive.google.com/file/d/1bEYA3e22bnoYDc8UyinHmls5nrYXERmA/view?usp=sharing>
- <https://www.ffe-ye.dk/media/609772/dansk-web-tryk-.zip>

Krav:

- Fonden ønsker adgang til alle jeres kvalitative og kvantitative undersøgelser.
- Redesignet skal tage udgangspunkt i fondens grafiske design.

Kontaktperson:

Lars Frisdahl
Uddannelseskonsulent
lars@ffefonden.dk

Fra læreplanen⁴

Som afslutning på faget udarbejdes der et større projekt, som danner grundlag for projektprøven i faget. Arbejdet med det afsluttende projekt har et omfang på ca. 30 timers undervisningstid og ca. 10 timers fordybelsestid. Projektet gennemføres som gruppearbejde, med mindre særlige faglige hensyn gør sig gældende.

Der må højst være fire personer i hver gruppe. På baggrund af et projektoplæg fra læreren, afgrænser, dokumenterer og vurderer gruppen, i samarbejde med læreren, en relevant problemstilling, der omhandler emner, der indgår i fagets kernestof eller supplerende stof.

Projektet skal bestå af et eller flere kommunikationsprodukter samt en skriftlig rapport af et omfang svarende til 10-15 normalsider for en elev og et tillæg svarende til fem normalsider yderligere pr. elev i gruppen. En normalside har et omfang af 2400 anslag inklusiv mellemrum, eksklusive forside, resumé, figurer, tabeller, illustrationer, noter, litteraturliste og bilag. Op til 20 % af den skriftlige rapport kan afløses af multimodale rapportelementer.

Projektet skal indeholde en forundersøgelse og produktionsfase samt en endelig test af kommunikationsproduktet/produkterne. Den skriftlige rapport skal dokumentere, i hvilken grad gruppen har nået de faglige mål. Afleveringstidspunktet for projektet er senest en uge inden eksamensperiodens begyndelse.

Gruppen har fælles ansvar for det afleverede. Elevens individuelle arbejde med det afsluttende projekt skal indgå i grundlaget for den afsluttende standpunktskarakter i faget.

Der afholdes en projektprøve med skriftlig rapport og kommunikationsprodukt(er). Den tilhørende mundtlige eksamination gennemføres som en individuel prøve.

Før den mundtlige del af prøven sendes gruppernes rapporter til censor. Skolen giver endvidere censor adgang til gruppernes kommunikationsprodukter. Det afsluttende projekt må ikke forinden prøven være evalueret af læreren/eksaminator overfor eksaminanderne. Eksaminator og censor drøfter inden den mundtlige del af prøven på baggrund af oplæg fra eksaminator, hvilke dele af projektet eksaminanden skal uddybe.

Eksaminationstiden er 30 minutter pr. eksaminand. Der gives ingen forberedelsestid. Eksaminationen indledes med eksaminandens præsentation af projektet. Præsentationen tager udgangspunkt i en overordnet præsentation af projektets centrale problemstilling og konklusioner. Herefter går eksaminanden i dybden med udvalgte dele af projektet på baggrund af fem selvvalgte faglige mål.

Til den mundtlige præsentation anvender eksaminanden et eller flere relevante præsentationsmedier. Eksaminationen former sig derefter som en uddybende samtale

4

<https://www.uvm.dk/-/media/filer/uvm/gym-laereplaner-2017/htx/kommunikation-og-it-a-htx-august-2017.pdf?la=da>

mellem eksaminand og eksaminator med udgangspunkt i projektet. Eksaminandens præsentation må højst omfatte halvdelen af eksaminationstiden.

Bedømmelseskriterier

Bedømmelsen er en vurdering af, i hvilken grad eksaminandens præstation opfylder de faglige mål fra læreplanen.

Ved bedømmelsen lægges vægt på:

Rapport og produkt/produkter

- rapportens dokumentations- og kommunikationsværdi, herunder inddragelse af teorier om og metoder til udformning af digital mediebaseret kommunikation
- dokumentation og vurdering af projektets problemstilling
- planlægning, produktion og vurdering af kommunikationsprodukterne
- sammenhængen mellem forundersøgelse, produktionsfasen og testfasen
- omhu ved produktionen af kommunikationsprodukt(er)
- projektplanlægning og styring af projektarbejdsfasen, herunder brug af relevant it
- relevant brugerinddragelse i udvikling af kommunikationsproduktet.

Mundtlig præsentation og perspektivering:

- den mundtlige præsentation af projektets centrale problemstillinger og konklusioner
- præsentation og uddybning af relevante aspekter af projektet og produktudviklingsprocesserne
- forståelse af de valgte faglige metoders muligheder og begrænsninger i forhold til arbejdet med den valgte problemstilling og overvejelser om kvaliteten af den opnåede viden
- perspektivering af projektet og den behandlede problemstilling, herunder etiske problemstillinger i relation til projektet
- faglig dybde og selvstændighed i den faglige dialog om projektet.

Bedømmelsen er individuel, og der gives én karakter på grundlag af en helhedsbedømmelse af den mundtlige præstation, den skriftlige rapport og de(n) udførte kommunikationsproduktion(er).

Forklaring på bedømmelseskriterierne:

Din præstation skal leve op til de faglige mål og bliver bedømt på:

- Formalia i rapporten: Er rapporten logisk opbygget med for eksempel indholdsfortegnelse, indledning, konklusion og litteraturliste? Henvises der korrekt til kilder og statistikker? Er der en fyldig litteraturliste, som er udtømmende for emnet? Er der informationsgrafik og illustrationer, der understøtter formidlingen?

- Rapportens indhold: Hvordan bliver opgaveformuleringen besvaret? Lever opgaven op til de faglige mål? Afspejler rapporten et veltilrettelagt forløb med en klar planlægning? Bliver sammenhængen mellem forundersøgelse, produktionsfase og testfase forklaret? Bliver metoder kort præsenteret og vurderet i forbindelse med deres anvendelse? Hvordan er brugerne inddraget i processen? Bliver der givet forbedringsforslag?
- Omhu: Er det mundtlige og skriftlige arbejde generelt præget af grundighed og sans for detaljen? Hvordan er kvaliteten af medieprodukterne?
- Bliver projektet mundtligt perspektiveret med henblik på etiske problemstillinger, som er relevante for opgaven?
- Hvordan er kvaliteten af det mundtlige oplæg? Tales der klart og sammenhængende med en rød tråd og en klar disposition? Er der en god vægtning mellem de fem faglige mål, som er udvalgt på forhånd? Er der balance mellem tekst og illustrationer på slides eller lignende? Er der en direkte kobling mellem teorier og begreber fra faget og egne medieprodukter? Er tiden disponeret fornuftigt?
- Hvordan bliver eksaminators spørgsmål besvaret til den mundtlige dialog?

På baggrund af voteringen får du en samlet karakter for rapport, medieprodukt og det mundtlige oplæg. Karakteren er en individuel bedømmelse.

Faglige mål

fra [Læreplan Kommunikation og it A – htx 2017 \(pdf\)](#)

Eleverne skal kunne:

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
- udvælge relevante teorier, metoder og modeller til løsning af kommunikationsopgaver, herunder demonstrere viden om fagets identitet og metoder
- søge, anvende og vurdere relevant information om produktionen og kommunikationssituationen
- designe og gennemføre empiriske målgruppe- og brugerundersøgelser ved hjælp af kvantitative og kvalitative metoder, herunder observationsmetoder
- undersøge, forstå og problematisere digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
- udarbejde en strategi for kommunikationens gennemførelse, herunder analysere relationen mellem afsender, budskab, medie og modtager i en given kommunikationssituation
- planlægge den praktiske udarbejdelse af kommunikationsproduktet med fokus på tidsplaner, rollefordeling og projektledelse.

Produktion og evaluering

- styre den praktiske udførelse af kommunikationen på baggrund af forundersøgelsen, herunder forvaltning af ressourcer og produktoptimering
- forklare og anvende forskellige metoder til idégenerering og brugerinddragelse i forbindelse med udvikling af kommunikationsprodukter
- udvikle handlingsplaner med fokus på budskab, virkemidler, medievalg og økonomi, herunder reflektere over inddragelse af brugere
- reflektere over og vurdere arbejdsprocessen med gruppemedlemmerne med henblik på udvikling af kommunikationsprodukter
- gennemføre og dokumentere produktionen af kommunikationsprodukter ved anvendelse af relevante teorier, metoder, modeller samt ved inddragelse af relevant hard- og software
- opnå forståelse og erkendelse af de etiske aspekter i forbindelse med kommunikationsproduktionen
- anvende og dokumentere relevante metoder til løbende tests og slutttest af egne kommunikationsprodukter og på baggrund af resultaterne forbedre produkt og proces.