**Undervisningsbeskrivelse**

|  |  |
| --- | --- |
| **Termin** | Januar 2025 |
| **Institution** | Niels Brock  |
| **Uddannelse** | EUX merkantil (Jesper Buchs Iværksætterakademi) |
| **Fag og niveau** | Dansk C |
| **Lærer(e)** | Nermin Cengiz (NECE) |
| **Hold** | 18m |

**Oversigt over gennemførte undervisningsforløb**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | Introduktion til dansk  |
| **Titel 2** | Det kreative sprog!  |
| **Titel 3** | Kommunikationsmodellen, målgrupper (Gallups Kompas), AIDA og appelformer |
| **Titel 4** | PROJEKT: Planlæg og gennemfør markedsføringskampagne |
| **Titel 5** | Novelleanalyse |
| **Titel 6** | Reklamefilmsanalyse |
| **Titel 7** | Nyhedsjournalistik og pressemeddelelser |
| **Titel 8** | Analyse af webshop/hjemmeside |
| **Titel 9** | Porteføljearbejde / eksamensforberedende |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 1** | **INTRODUKTION TIL DANSK**  |
| **Indhold** | **Teori og materiale:*** Overordnet gennemgang af danskrummet og emner
* PowerPoint om virksomheders valg af ord

**Øvelser**: * Brainstorm: Dansk i folkeskolen
* Introducerende øvelser, der skal give eleverne forståelse for danskfagets betydning i forløbet, herunder: 1) Undersøg virksomheders brug af farver (farvesymbolik og associationer), 2) Kreativ øvelse med valg af ord: Sælg is!
 |
| **Omfang** | 1 modul á 100 minutter |
| **Særlige fokuspunkter** | * Introduktion til faget
* Farvesymbolik og -associationer
* Ordforståelse og -associationer
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, skriftligt arbejde, kreative arbejdsformer |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 2** | **DET KREATIVE SPROG!** |
| **Indhold** | **Teori og materiale:**Om det kreative og levende sprog:* Indledende materiale: PowerPoint med eksempler på virksomheders produktbeskrivelser (kreativt og sansende sprog, at tale til modtagerens behov)
* Adjektiver: Video (a1kommunikation): <https://www.youtube.com/watch?v=vRKrrWNSHgs&t=1s>
* Billedsprog: om metafor, sammenligning, personifikation, besjæling, symbol i kapitlet ”4.2 Sproglige billeder” i *Håndbog til dansk*. Video (Alinea): <https://www.youtube.com/watch?v=LuwR7w6kWec>
* Semantiske felter: Afsnittet ”Semantiske felter” i kapitlet ”4.1 Ordenes betydning” i *Håndbog til dansk*
* Storytelling: Kapitlet ”Storytelling” (p371) i *iDansk*

**Øvelser**: * Øvelse: Skriv kreativt og sansende – beskriv din sko!
* Forskellige øvelser med sprog: Find tillægsord i salgsmateriale, quiz om billedsprog, analyse af billedsprog og semantiske felter i artikel (”Skæbnevalg: sidste udkald for Europa”, *Weekendavisen*, 2024).

**Skriftlig aflevering**/**fremlæggelse**: * Skriftlig aflevering: Skriv en produktbeskrivelse (3 fordybelsestimer)
 |
| **Omfang** | 4 moduler á 100 minutter |
| **Særlige fokuspunkter** | * At skrive kreativt og levende, skabe billeder i modtagerens hoved ved hjælp af tillægsord, billedsprog, semantiske felter og storytelling
* Forståelse for, hvordan virksomheder kan bruge sproget til at sælge et produkt til en bestemt målgruppe.
* Træning af forståelse af opgaveformulering + de forskellige opgaveprocesser
* Skriftlig opgave: ”Skriv en produktbeskrivelse”
* Skriftlighed og sprog: fokus på grammatisk korrekthed i skriftlige fremstillinger
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning, gruppearbejde, skriftligt arbejde |

Retur til forside

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 3** | **KOMMUNIKATIONSMODELLEN, MÅLGRUPPER (GALLUPS KOMPAS), AIDA OG APPELFORMER** |
| **Indhold** | **Teori og materiale:**Kommunikation og kommunikationsmodellen: * Fra *iDansk*, video: <https://idansk.ibog.gyldendal.dk/?id=523#c2615>
* Fra *iDansk*, Huskeliste til analyse af kommunikation: <https://idansk.ibog.gyldendal.dk/?id=523#c2370>
* Video om anvendelse af kommunikationsmodellen: <https://www.youtube.com/watch?v=9dk_Lhtxyog> (FLKA Grundfag)
* PowerPoint om virksomheders brug af medie/kanal til markedsføring

Målgrupper og Gallups Kompas:* Lærerproduceret PowerPoint om kommunikation og målgrupper
* Fra *Afsætning – F-C EUD/EUX*, kapitlet ”Livsstilmodeller”: <https://marketing.systime.dk/?id=1320>

AIDA og appelformer:* Video om AIDA-modellen: <https://www.youtube.com/watch?v=MrBKo0NeO_s> (FLKA Grundfag)
* Lærerproduceret materiale
* PowerPoint om appelformer med indlagte øvelser

Intern og ekstern kommunikation:* Gymnasielærer Peter Holmboe om intern og ekstern kommunikation: <https://www.youtube.com/watch?v=s_uF98Nj3eI>

**Øvelser**: * Diverse øvelser i kommunikationsanalyse – analyse af forskellige kommunikationssituationer, med særligt fokus på virksomheders kommunikation
* Udarbejdelse af reklamer (billede + tekst) vha. kommunikationsmodellen
* Mindre øvelser om målgrupper generelt og ud fra reklamer, herunder anvendelse af Gallups Kompas
* Kahoot om målgrupper
* Quizøvelse om AIDA (teori + øvelser i selvrettende quizelement)
* Analyseskema til AIDA-modellen anvendt på forskellige typer af tekster
* Analyse af appelformer i udvalgt ”Løvens Hule” afsnit
* Kreativ øvelse: Lav facebookinvitation med anvendelse af AIDA og appelformer
* Øvelse om forskellen på intern og ekstern kommunikation (redegørende niveau)
* Quizøvelse om sproglig stil (høj, normal, lav)
* Øvelse: ”Skriv en e-mail” med fokus på forståelse af sammenhæng mellem sproglig stil og modtager + formål. Her arbejder vi i Outlook.

**Skriftlig aflevering**/**fremlæggelse**: * Gruppearbejde + fremlæggelser om segmenterne i Gallups Kompas
* Præsentationer af facebookinvitationer.
 |
| **Omfang** | 9 moduler á 100 minutter |
| **Særlige fokuspunkter** | * Laswells kommunikationsmodel og forståelsen af, hvad man kan bruge den til, hvad de enkelte elementer dækker over, og hvordan man vurderer kommunikation, særligt i forbindelse med virksomheders kommunikation og markedsføring.
* Målgrupper/modtager, forståelse af hvordan man beskriver en målgruppe. Gallups kompas.
* Intern og ekstern kommunikation – hvad er det, hvad kendetegner genrerne, hvad er de betydelige forskelle på intern og ekstern kommunikation
* AIDA-modellen og appelformerne
* Sproglige stilniveauer og deres relevans i forskellige kommunikationssituationer og teksttyper.
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Refleksionsskrivning, gruppearbejde, fremlæggelse, klasseundervisning, udarbejdning af PowerPoint |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 4** | **PROJEKT: PLANLÆG OG GENNEMFØR MARKEDSFØRINGSKAMPAGNE** |
| **Indhold** | Eleverne har i grupper planlagt og gennemført en markedsføringsreklame for en virksomhed. Virksomheden og produktet skulle de selv finde på. Projektet samlede alle de hidtil gennemgåede emner, herunder målrettet kommunikation gennem kommunikationsmodellen, forståelse for sammenhæng mellem valg af medie og målgruppe (segmenter i Gallups Kompas), Maslows behovspyramide, brug af AIDA-modellen, appelformer, billedanalyse, ord- og farvevalg. Projektet havde en kreativ og idéskabende dimension, da eleverne skulle producere to reklamematerialer og begrunde opbygningen med relevante danskfaglige begreber og modeller. **Teori og materiale:*** Tidligere modeller og emner: Kommunikationsmodellen, Maslows behovspyramide, Gallups Kompas, AIDA-modellen, appelformer, farve- og ordvalg (tillægsord, billedsprog, semantiske felter).
* Fra *iDansk*, kapitlet ”At analysere en trykt reklame”: <https://idansk.systime.dk/index.php?id=426>
* Eleverne har anvendt billedredigeringsprogrammet Canva.com til at producere reklamemateriale.
* Udleveret feedbackark til peer-to-peer feedback

**Skriftlig aflevering**/**fremlæggelse**: * Aflevering af PowerPoint samt mundtlig præsentation af projektet. Herudover aflevering af supplerende dokument med overvejelser om brug af modeller, målgruppe, billedanalyse osv. som supplement.
 |
| **Omfang** | 6 moduler á 100 minutter |
| **Særlige fokuspunkter** | * Anvendelse af grundlæggende modeller, både analytisk og produktivt: Kommunikationsmodellen – herunder målgruppebeskrivelse og Gallups Kompas, medievalg, AIDA-modellen, appelformer, farvevalg, ordvalg, billedanalyse, Maslows behovspyramide
* Skriftlighed og sprog: fokus på grammatisk korrekthed i skriftlige fremstillinger
* Mundtlighed: fokus på præsentationsteknik ved mundtlige fremlæggelser
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Gruppearbejde, kreativt arbejde, mundtlige præsentationer, skriftligt arbejde |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 5** | **REKLAMEFILMSANALYSE** |
| **Indhold** | **Teori og materiale:*** Fra *iDansk*, kapitlet ”At analysere reklamefilm”: <https://idansk.ibog.gyldendal.dk/?id=413>
* DR Tema (vores natur), PDF om filmiske virkemidler (billedbeskæring, lyd, lys, klipning osv.)

**Øvelser**: * Analyse af reklamefilm (fokus på filmiske virkemidler + effekt): VisitDenmark, ”Meget mere end bare Danmark”: <https://www.youtube.com/watch?v=AanEzcYxy4E>
* Kreativ øvelse: Lav jeres egen reklamefilm med fokus på målgruppe og effekten af de valgte filmiske virkemidler
 |
| **Omfang** | 3 moduler á 100 minutter |
| **Særlige fokuspunkter** | * Forståelse af filmiske virkemidler og deres effekt
* Argumentation i reklamer – herunder appelformer
* Anvendelse af kommunikationsmodellen og forståelse for vurdering af sammenhængen mellem indhold og målgruppe (vurdering)
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Selvstændigt arbejde, klasseundervisning, gruppearbejde, præsentationer |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 6** | **NYHEDSJOURNALISTIK OG PRESSEMEDDELELSER** |
| **Indhold** | **Teori og materiale:**Om nyhedstrekanten, nyhedskriterier og kildetyper* Fra *iDansk*, kapitlet ”Nyhedsartikel”: <https://idansk.systime.dk/index.php?id=445>
* Journalistlærer Rasmus Thirup Beck, ”Hvad er en nyhedstrekant”: <https://idansk.ibog.gyldendal.dk/?id=255#c1436>
* Coagmento, ”Nyhedskriterier”: <https://www.youtube.com/watch?v=dLISCoyDTjo>
* Underviserproduceret video med eksempel på analyse af artikel: <https://www.youtube.com/watch?v=LwMEU4P7MUI>

Om pressemeddelelser:* Fra *iDansk*, kapitlet ”Pressemeddelelse”: <https://idansk.systime.dk/?id=397>
* <https://pressemeddelelse.dk/nyheder/pressemeddelelse-skabelon/>

**Øvelser**: * Refleksions-/diskussionsøvelse om eget nyhedsforbrug + læsning af graf om danskernes nyhedskilder: <https://idansk.ibog.gyldendal.dk/?id=255#c1436> (fra *iDansk*)
* Individuelle forståelses- og skriveøvelser om nyhedstrekanten, -kriterier og kildetyper.
* Analyse af artikel: *Berlingske*, ”SMVdanmark klar med 30 forslag, der skal opmuntre flere iværksættere” (24. februar 2022)
* Kahoot om nyhedsgenren
* Quiz og byt

**Skriftlig aflevering**/**fremlæggelse**: * Skriftlig aflevering: ”Skriv en pressemeddelelse om Jesper Buchs Iværksætterakademi” + efterfølgende forklaring om anvendelse af bl.a. nyhedstrekanten, nyhedskriterier og kildetyper (3 fordybelsestimer)
 |
| **Omfang** | 5 moduler á 100 minutter |
| **Særlige fokuspunkter** | * Genreforståelse: om nyhedsartikler, nyhedsjournalistik og pressemeddelelser. Nyhedstrekanten, nyhedskriterier, kildetyper, layout. Forståelse for afsender- og modtagerforhold
* Refleksion over eget nyhedsforbrug
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Klasseundervisning, refleksion, individuelt arbejde, skriftligt arbejde, peerfeedback, processkrivning, reflektere over egen læringsproces |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titel 7** | **NOVELLEANALYSE** |
| **Indhold** | **Teori og materiale:**Analysebegreber* Fra *iDansk*, kapitlet ”At analysere en novelle”: <https://idansk.systime.dk/index.php?id=386>
* Fra *Håndbog til dansk*, kapitlet ”Litterær analyse af romaner, noveller og kortprosa”: <https://hbdansk.systime.dk/index.php?id=171>

**Øvelser**: * Individuel analyse af Gyrðir Elíassons novelle: ” Inferno” (2009). Denne øvelse strakte sig over 3 moduler á 100 minutter på en digital undervisningsdag, hvor eleverne arbejdede virtuelt med digitalt undervisningsforløb.
* Aflevering af PowerPoint-besvarelse + videopræsentation
* Efterfølgende fysisk klassediskussion og -arbejde med novellen, analysebegreber, fortolkning og fokus på nærlæsning
 |
| **Omfang** | 4 moduler á 100 minutter |
| **Særlige fokuspunkter** | * Eleven kan selvstændigt foretage analyse af novelle ud fra relevante analysepunkter.
* Forståelse for, hvad det vil sige at fortolke en fiktionstekst
* Forståelse for, hvad det vil sige at være tekstnær
 |
| **Væsentligste arbejdsformer** | Individuelt arbejde, virtuelt arbejde, præsentation, diskussion |