



Undervisningsbeskrivelse

| | |
|----------------------|---------------------|
| Termin | Januar 2025 |
| Institution | Niels Brock |
| Uddannelse | EUX Merkantil |
| Fag og niveau | Dansk C |
| Lærer(e) | Casper Præst (CAPR) |
| Hold | e24g118g |

Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

| | |
|-----------------|--------------------------------------------|
| Titel 1 | Introduktion til dansk |
| Titel 2 | Det kreative sprog |
| Titel 3 | Kommunikationsmodellen |
| Titel 4 | Gallups Kompas, segmentering og målgrupper |
| Titel 5 | AIDA og reklameanalyse |
| Titel 6 | Erhvervskommunikation |
| Titel 7 | Reklamefilmsanalyse |
| Titel 8 | Informerende journalistik: Nyhedsartikler |
| Titel 9 | Analyse af webshop/hjemmeside |
| Titel 10 | Porteføljearbejde og prøvecaseeksamen |



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

| | |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 1 | INTRODUKTION TIL DANSK |
| Indhold | Teori og materiale: <ul style="list-style-type: none">• Overordnet gennemgang af danskrummet og emner• PowerPoint om virksomheders valg af ord Øvelser: <ul style="list-style-type: none">• Brainstorm: Dansk i folkeskolen• Introducerende øvelser, der skal give eleverne forståelse for danskfagets betydning i forløbet• Speedintervirew og portrætskrivning af klassekammerat |
| Omfang | 2 modul á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• Introduktion til faget og hinanden• Portrætskrivning, forberedelse af interviewspørgsmål• At tage notater, andre kan bruge• At give og modtage feedback• At læse og følge en læsevejledning |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, virtuelle arbejdsformer, anvendelse af fagprogrammer, skriftligt arbejde |



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

| | |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 2 | Det kreative sprog |
| Indhold | <p>Teori og materiale: Om genren feature:</p> <ul style="list-style-type: none">• Indledende materiale: PowerPoint med eksempler på kreative produktbeskrivelser (kreativt og sansende sprog, at tale til modtagerens behov)• Fra <i>Hvordan skriver du gode produktbeskrivelser</i> https://conversio.dk/blog/hvordan-skriver-du-gode-produktbeskrivelser (web 29-11-2024)• Storytelling Fra iDansk (Gyldendal) https://idansk.systime.dk/?id=371 (web 29-11-2024) <p>Øvelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Øvelse: Skriv kreativt og sansende – beskriv din sko!• Øvelse: Om forskellen på ”showing” og ”telling” i skriftlig og mundtlig fremstilling• Find tillægsord på virksomheder/socials mediers omtale af produkter• Quiz om billedsprog <p>Skriftlig aflevering/fremlæggelse:</p> <ul style="list-style-type: none">• Skriftlig aflevering: Skriv en feature om et selvvalgt produkt (3 fordybelsestimer) |
| Omfang | 3 moduler á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• At skrive til sanserne og skabe billeder i modtagerens hoved• Træning af forståelse af opgaveformulering + de forskellige opgaveprocesser• Skriftlig opgave: ”Skriv en produktbeskrivelse”, herunder processkrivning• Træning af Storytelling• Skriftlighed og sprog: fokus på grammatisk korrekthed i skriftlige fremstillinger |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, skriftligt arbejde, processkrivning |

[Retur til forside](#)



| | |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 3 | KOMMUNIKATIONSMODELLEN |
| Indhold | <p>Teori og materiale: Kommunikation og kommunikationsmodellen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fra <i>iDanske</i> (Gyldendal), video: https://idansk.ibog.gyldendal.dk/?id=523#c2615• Fra <i>iDanske</i> (Gyldendal), 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 <p>Øvelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diverse øvelser i kommunikationsanalyse: brainstorm over hverdagskommunikation + virksomheders kommunikation• Vi skal sælge denne sko til pensionister, brug kommunikationsmodellen til at finde ud af, hvordan vi bedst gør det: <p>Skriftlig aflevering/fremlæggelse:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gruppearbejde + fremlæggelser om segmenterne i Gallups Kompas |
| Omfang | 3 moduler á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• 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 genererne, hvad er de betydelige forskelle på intern og ekstern kommunikation• Sproglige stilniveauer og deres relevans i forskellige kommunikationssituationer og teksttyper. |
| Væsentligste arbejdsformer | Refleksionskrivning, gruppearbejde, fremlæggelse, klasseundervisning, udarbejdning af PowerPoint |



| | |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 4 | Gallups Kompas, segmentering og målgrupper |
| Indhold | <p>Teori og materiale: Reklamer til målgruppeanalyse: My Little Pony, Axe og VitaePro</p> <p>Øvelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Test dig selv og find dit segment https://kantargallup.dk/Kompas2020.php (web 29-11-2024)• Kahoot-quiz om Gallups kompas• Mindre øvelser om målgrupper generelt og ud fra reklamer, herunder anvendelse af Gallups Kompas <p>Skriftlig aflevering/fremlæggelse:</p> <ul style="list-style-type: none">• Aflevering af PowerPoint samt mundtlig præsentation af segmenter og Gallups Kompas. |
| Omfang | 3 moduler á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• Lære om Gallups Kompas og segmentering• Mundtlighed: fokus på præsentationsteknik ved mundtlige fremlæggelser |
| Væsentligste arbejdsformer | Gruppearbejde, kreativt arbejde, mundtlige præsentationer, diverse CL-øvelser |



| | |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 5 | AIDA og reklameanalyse |
| Indhold | <p>Teori og materiale: Generelt om reklamer Lærer-powerpoint om AIDA og reklamens virkemidler</p> <ul style="list-style-type: none">• PowerPoint om reklamens virkemidler, herunder også kort Maslows behovspyramide.• Fra <i>iDansk</i> (Gyldendal), kapitlet ”At analysere en trykt reklame”: https://idansk.systime.dk/index.php?id=426 (Web 29-11-2024)• Fra <i>iDansk</i> (Gyldendal), kapitlet ”Storytelling”: https://idansk.ibog.gyldendal.dk/?id=371 (web 29-11-2024)• AIDA-modellen• Video om AIDA modellen (Tech College): https://www.youtube.com/watch?v=MrBKO0NeO_s (web 29-11-2024)• Udleveret læreproduceret materiale om AIDA-modellen <p>Øvelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Quiz om AIDA-modellen• Analyseøvelse i grupper: Analyser forskellige reklamer ud fra AIDA-modellen• Produktionsøvelse i grupper: Udarbejd Facebookopslag med reklame for åbning af butik ud fra AIDA-modellen.• Jeopardy repetitionsspil• Analyse af reklamefilm (fokus på filmiske virkemidler + effekt): VisitDenmark, ”Meget mere end bare Danmark”: https://www.youtube.com/watch?v=AanEzcYxy4E (web 29-11-2024)• Diverse CL-øvelser)• Refleksionskrivning: Hvad har du lært om analyse af trykte reklamer og hvilke analytiske redskaber kan du bruge til at analysere eller selv skabe reklamer? <p>Skriftlige fremstilling/frelæggelse:</p> <ul style="list-style-type: none">• Skriftlige aflevering: Skovgrise - reklameanalyse og storytelling (Fordybelsestid 4 timer) |
| Omfang | 3 moduler á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• Anvende AIDA-modellen til forskellige teksttyper (analytisk og produktivt)• Forståelse for reklameanalyse og storytelling• Maslows behovspyramide• Skriftlighed og sprog: fokus på grammatisk korrekthed i skriftlige fremstillinger |
| Væsentligste arbejdsformer | Individuelt arbejde, virtuelt arbejde, diskussion, |



| | |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 6 | Erhvervskommunikation |
| Indhold | <p>Teori og materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fra <i>iDansk</i> (Gyldendal), kapitlet ”Introduktion til erhvervskommunikation”: https://idansk.systeme.dk/?id=131#c2250 (web 29-11-2024)• Fra <i>iDansk</i> (Gyldendal) ”Ekstern kommunikation”: https://idansk.systeme.dk/?id=179 (web 29-11-2024)• Fra <i>iDansk</i> (Gyldendal) ”Intern kommunikation”: https://idansk.systeme.dk/?id=190 (web 29-11-2024) <p>Øvelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Øvelse om intern kommunikation (redegøre for + produktion af genren)• Quizøvelse om sproglig stil (høj, normal, lav)• Øvelse med analyse af selvvalgt en virksomheds kommunikation på hjemmeside og sociale medier <p>Kahoot om erhvervskommunikation</p> |
| Omfang | 2 moduler á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• Intern og ekstern kommunikation – hvad er det, hvad kendetegner genrene, hvad er de betydelige forskelle på intern og ekstern kommunikation• Sproglige stilniveauer og deres relevans i forskellige kommunikationssituationer og teksttyper |
| Væsentligste arbejdsformer | Selvstændigt arbejde, klasseundervisning, gruppearbejde |



| | |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 7 | Reklamefilmsanalyse |
| Indhold | <p>Teori og materiale: Om nyhedstrekanten, nyhedskriterier og kildetyper</p> <ul style="list-style-type: none">• ”At analysere reklamefilm”: https://idansk.systime.dk/index.php?id=413• ”Filmiske virkemidler”: fra <i>Håndbog til dansk</i> https://hbdansk.systime.dk/?id=222&L=0• Maslows behovspyramide <p>Øvelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Selvvalgte reklamefilm til analyse og præsentation• Svar-Bazar begreber til reklamefilmsanalyse• Quiz om AIDA-modellen <p>Skriftlig aflevering/frelæggelse:</p> <ul style="list-style-type: none">• Reklamefilmsanalyse. Elever producerer deres egen reklamefilm og bruger de teknikker, vi har lært undervejs |
| Omfang | 4 moduler á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• Maslows behovspyramide• Forståelse af filmiske virkemidler og deres effekt• Mundtlighed: fokus på præsentationsteknik ved mundtlige fremlæggelser• Forståelse for reklamefilmsanalyse og storytelling |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, refleksion, gruppearbejde, peerfeedback, mundtlig performance |



| | |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 8 | Informerende journalistik: Nyhedsartiklen |
| Indhold | <p>Teori og materiale: Om nyhedstrekanten, nyhedskriterier og kildetyper</p> <ul style="list-style-type: none">• Fra iDansk (Gyldendal), 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=dLJSCoyDTjo• Lærerprouduceret PowerPoint om avisens genrer, vinkling, kilder og nyhedskriterier (baseret på vejledning i Håndbog til dansk, Systime) <p>Øvelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Refleksions-/diskussionsøvelse om eget nyhedsforbrug + læsning af graf om danskernes nyhedskilder: https://idansk.ibog.gyldendal.dk/?id=255#c1436 (fra iDansk, Gyldendal)• Individuelle forståelses- og skriveøvelser om nyhedstrekanten, -kriterier og kildetyper.• Analyse af artikel: Børsen, ”McDonalds storsatser på kaffe” (25. august 2021)• Kahoot om nyhedsgenren <p>Skriftlig aflevering/fremlæggelse:</p> <ul style="list-style-type: none">• Skrive aflevering: ”Rødhætte” (eventyr) med henblik på omskrivning til nyhedsartikel ved hjælp af nyhedstrekant, nyhedskriterier og kildetyper (3 fordybelsestimer) |
| Omfang | 3 moduler á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• Forståelse for forskellige typer af hjemmesider• Hjemmesidens indhold (layout, opbygning, navigation, æstetik og åbenhed) samt afsender- og modtagerforhold. |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, præsentation, anvendelse af faglige it-programmer |



| | |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 9 | Analyse af Webshop/Hjemmeside |
| Indhold | <p>Teori og materiale: Om hjemmesideanalyse</p> <ul style="list-style-type: none">• Fra iDansk (Gyldendal), kapitlet ”Websider”: https://idansk.systeme.dk/index.php?id=181&L=0• Fra iDansk (Gyldendal), kapitlet “At analysere websider”: https://idansk.systeme.dk/?id=389&L=0#c1048 <p>Øvelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sammenlignende analyse af www.lidl.dk og www.illum.dk <p>Skriftlig aflevering/fremlæggelse:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gruppefremlæggelse af hjemmesideanalyse af Sportmaster (1 fordybelsestime) |
| Omfang | 3 moduler á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• Forståelse for forskellige typer af hjemmesider• Hjemmesidens indhold (layout, opbygning, navigation, æstetik og åbenhed) samt afsender- og modtagerforhold. |
| Væsentligste arbejdsformer | Klasseundervisning, gruppearbejde, præsentation |



| | |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel 10 | Porteføljarbejde og Prøvecaseeksamen |
| Indhold | <p>Teori og materiale:</p> <ul style="list-style-type: none">• Info om eksamensformen i dansk c (caseeksamen)• Info om pitch: https://rhetor.dk/saadan-pitcher-du-din-ide/• Generelt om mundtlige oplæg <p>Øvelser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Eleverne har arbejdet med udvalgte opgaver fra et tidligere eksamenscasesæt• Produktion af præsentationsportefølje• Træning af mundtlighed – lav et pitch af idé |
| Omfang | 6 moduler á 100 minutter |
| Særlige fokuspunkter | <ul style="list-style-type: none">• Træning af eksamensformen caseeksamen i dansk C• Repetition af centrale modeller og teorier• Mundtlig præsentation og præsentationsredskabet PowerPoint |
| Væsentlige arbejdsformer | Individuelt arbejde, præsentationer, metodeovervejelser |