

Studieplan 2025

Klassetrin: EUX GF1 Teknisk

Fag: Dansk C

Oversigt over forløb

Titel 1	Kommunikationens mange elementer.
Titel 2	Litteraturens verden
Titel 3	
Titel 4	
Titel 5	

Titel 1	Kommunikationens mange elementer.
tidsperiode	Aug-okt
Litteratur	<u>Kropssprog og mimik</u> Opgave om kropssprog, mimik og stemme fra Ipraxis – filmklip uden lyd FCK vs. Brøndby Find og analyser kropssprog og mimik Se fodboldvideoen fra forrige opgave en gang til. Stop videoen på et billede med en eller flere af personerne. Lav et skærmdump, og kopier billedet til et dias i en PowerPoint. Skriv i en tekstboks ved siden af billedet, hvad du mener personens/personernes kropssprog fortæller. De laver opgaven i grupper Evt. opfølgning på FCK-Brøndby opgave Vi definerer begreberne intern + eksternt kommunikation på tavlen ----- Sekundær litteratur https://master.praxis.dk/course/view.php?id=108 https://g1-dansk.praxis.dk/1670 <u>Korrekt sprog</u> Eleverne arbejder med hvad korrekt sprogbrug er, og hvordan man skriver, og sætter rigtige breve og e-mails op. ----- Sekundær litteratur Kap. 4.10 https://g1-dansk.praxis.dk/1960

E-mail-kommunikation

Eleverne lærer hvordan man sætter en god e-mail op og, hvad forskellen er på intern og ekstern kommunikation.

- 1) De skal skrive eksternt til en kunde og bekræfte at kunden har lavet en bestilling på et parti varer og kolli.
- 2) Eleverne skal skrive en intern kommunikation.

Sekundær litteratur

afsnit 5.2.4 evt. <http://www.emu.dk/modul/dansk-kommunikation-2012-13>

Argumentation og appelformer

Vi har arbejdet med Toulmins argumentationsanalyse.

[Argumenter og appelformer - Dansk C \(videnscenterportalen.dk\)](http://videnscenterportalen.dk)

Pressemeddelelse

Vi starter med pressemeddelelsen: Hvad er en pressemeddelelse? Vi laver en skitse på tavlen.

De læser pressemeddelelser.

Vi arbejder videre med case-virksomheden.

<https://jysk.dk/pressemeddelser/2011>

Sekundær litteratur

kap. 5.2.12

Reklamer

Når vi snakker reklamer, skal vi huske på, at vi skal se det fra virksomhedens perspektiv.

Freud – Hvem er Freud?

De læser om ham + søger på personlighedsmodellen og laver deres egne noter.

Vi gennemgår på tavlen.

Vi skal se på hvilke psykologiske aspekter, der kan inddrages, når man udarbejder markedsføring.

Vi skal se filmen ”Hjernestorm” – vi stopper undervejs!

Vi arbejder videre med argumentationsdelen. Nu har vi snakket Freud og koblet det på hjernestorm. Freud skema kobles på og forklares ud fra eksempler på lærred. Appelformerne – Patos, Logos og Etos kan ligne Freuds tilgang.

Praktisk argumentation:

Vi gennemgår de forskellige typer, hvorefter de prøver at lave opgaver dertil. Det er vigtigt at forstå, at man i princippet kunne bruge den samme argumenttype til alle varer, men det afhænger af målgruppen og hvad de falder for.

Vi ser de øvrige forskellige former for reklame i kap. 5.2.13 i webbogen. Vi definerer den klassiske reklame. De skal prøve at lave en klassisk reklame for deres uddannelse.

Husk, det I ved om former og farver + AIDA.

Nyhedsmail / Nyhedsbrev

Hvad er et nyhedsbrev – elektronisk nyhedsbrev kap. 5.2.13

Noter til et nyhedsbrev:

- Kan være både intern og ekstern
- Formål med intern: orientere om nyansatte, *ugen der gik* eller nye tiltag i virksomheden.
- Formål med ekstern: fortælle kunderne om fx et nyt produkt, tilbud, en konkurrence eller nye åbningstider.
- Udarbejdes efter AIDA-modellen
- Brug billeder
- Skriv kun korte tekster (reglen for gode nettekster siger max 5 linjer, før der skal være et mellemrum)
- Husk markedsføringsloven vedr. elektroniske nyhedsmail
- Man må kun sende mails til dem, som har sagt ja tak
- Man skal gøre det let og gebyrfrit at afmelde (derfor skrives det ofte nederst på siden)
- Ofte layouts det lidt i stil med virksomhedens hjemmeside

Vis dem eksempler: Sportmaster, Fårup sommerland, Matas

Opgave:

Lav en nyhedsmail for din virksomhed. Du bestemmer selv, hvad den skal indeholde – måske kunne der være en sammenhæng med det, du skrev om i din pressemeddelelse

Tips og tricks til et fedt nyhedsbrev

- Sørg for at lave system (tekst og billeder skal passe sammen)
- Hav gerne en top og bund
- Det ser fedt ud at lave klikbare links
- Husk reglerne for afmeld
- Brug farver der matcher virksomheden
- Hvad var det nu AIDA-modellen stod for?

Sekundær litteratur

[Introduktion til nyhedsbrevet - Dansk C \(videnscenterportalen.dk\)](#)

[Sprog og argumentation i nyhedsbreve - Dansk C \(videnscenterportalen.dk\)](#)

Hjemmesider

Opstart hjemmesider

- Hvad er en god hjemmeside
- Hvad bruger I internettet til?
- Hvad betyder layout for jer på en hjemmeside
- Hvad betyder brugervenligheden på en hjemmeside?
- Find 2 eksempler på hjemmesider, som du synes er gode at bruge – begrund hvorfor!

De svarer på spørgsmålene i grupper

Hvilke parametre kigger man i analysearbejdet af en hjemmeside?

Udlevering af analysevejledning

	De går sammen 2-3 personer, vælger mellem 3 hjemmesider, som de vil analysere. Fakta, Super Brugsen eller Rema1000 Gruppen arbejder med analysen.
Andre aktiviteter	
Faglige mål	Eleverne skal have et grundlæggende kendskab til hvordan man kommunikere både verbalt og nonverbalt. De skal også se på vigtigheden af korrekt sprog i intern og ekstern kommunikation og forskellen på de to. Intern/ekstern Interne teksttyper Eksterne teksttyper Pressemeddelelser Elektroniske nyhedsbreve Salgsbreve Handelsbreve Reklamer Viral markedsføring Reklametyper AIDA Hjemmesiders opbygning, navigation og layout

Titel 2	Litteraturens verden
Tidsperiode	Okt-nov
Litteratur	Lars Ahn "Mordene på Katrina" Mordene på Katrina – Lars Ahn H.C. Andersen "Hyrdinden og skorstensfejeren" Vi ser på begreberne motiv, tid, periode, historisk tid, Naja Marie Aidt "Slik" Novelle: Slik emu danmarks læringsportal Vi ser på begreberne Komposition, fortæller, tema og perspektivering.
Andre aktiviteter	
Faglige mål	Eleverne skal forstå grundelementerne i tekstanalyse. Analysetilgang Freuds personlighedsmodel

Titel 3	Nyheder og sagprosa
Tidsperiode	Nov.-dec.
Litteratur	Hvor mange læser avis? Hvilke aviser kender vi? Har de samme fokusområder? Har de forskellige målgrupper?

	De gennemgår de fem avistyper! Gintberg besøger pressen http://hval.dk/mitCFU/Samling.aspx?mode=1 De skal nu selv læse om artikelgenrerne. Hvad kan vi sige om de to hovedgenrer – noter med nøgleord om de to typer på tavlen! Vi gennemgår nyhedstrekanten, nyhedskriterierne, kommodemodellen Vi læser artiklen om crowdsourcing fra praxisonline. Et eksempel på en artikel. Hvad handler den om? Hvilken model er den skrevet efter? Kan vi sige noget om layoutet? De læser selv artiklen om Louise og laver analyse af denne. Vi tjekker om man kan bruge nyhedstrekanten – nyhedskriterierne. De går i gang med den nye artikel ”Når kunder går i for små sko” <u>Læserbrevet</u> Læserbreve – hvad er et læserbrev? “Læserbrevet” - gennemgang af teorien, så de er klar til at få en opgave kommende time. Fokus på sprog - hvordan kan man gøre sproget levende? Kender I mange ordsprog? De får arket med danske ordsprog. Kommende time bliver skrive dag (opgave: Undersøg dagens overskrifter på de forskellige medier. Find et emne, som du enten er utilfreds med, forarget over, imponeret over eller blot gerne vil diskutere. Skriv dit læserbrev. Skal være mellem 400 og 500 ord) Undersøg dagens overskrifter på de forskellige medier. Find et emne, som du enten er utilfreds med, forarget over, imponeret over eller blot gerne vil diskutere. Skriv dit læserbrev. Skal være mellem 400 og 500 ord Afleveres ved timens slutning. Opfølgning på læserbreve De læser de læserbreve, der er på praxisonline og udvælger den, de synes er bedst og laver en begrundelse om hvorfor.
Andre aktiviteter	
Faglige mål	Nyhedsartikler Baggrundsartikler Interview Læserbreve Skrivemodeller Nyhedskriterier