



HAM2A05 – Hagnýt miðlun

Námsáætlun, vorönn 2023

Kennari/kennarar:

Óttar Ólafsson

Netfang/netföng:

ottar.olafsson@borgo.is

Lýsing:

Í áfanganum þjálfast nemendur í hagnýtri miðlun með áherslu á markaðsboðmiðlun fyrirtækja. Gerð er grein fyrir helstu líkönum sem tengjast boðmiðlun, mikilvægi miðlunar í auðkenningu (mörkun) fyrirtækja, þróun og mikilvægi helstu miðla, auglýsingasálfræði, lög og siðfræði. Nemendur þjálfast í að afmarka og skilgreina markhópa og velja innihald, framsetningu og miðla með hliðsjón af tilgangi boðskiptanna. Lögð er áhersla á hvernig landslag miðlunar hefur breyst á undanförunum árum með tilkomu samfélagsmiðla og fjallað um ritun og textamiðlun, mynd- og hljóðmiðlun. Nemandinn þjálfast í gerð efnis fyrir hina ýmsu miðla með áherslu á ritun efnis með ólíkum mál- og stílsniðum. Við úrvinnslu efnis lærir nemandinn að vinna texta, myndir og hljóð og umbreyta með tilliti til miðils og birtingarforms.

Þekking, leikni, hæfni:

Nemandi skal hafa öðlast þekkingu og skilning á:

- helstu kenningum um boðmiðlun og hagnýtingu þeirra
- ólíkum aðferðum boðmiðlunar með tilliti til markhóps og tilgangs.
- mikilvægi og aðferðum við auðkenningu (mörkun) fyrirtækja.
- mismunandi tegundum miðla og tilkomu samfélagsmiðla.
- vinnslu texta, myndefnis og hljóðs fyrir mismunandi miðla.
- grunnatriðum auglýsingasálfræði.
- lögum um höfundarétt og siðfræði miðlunar.
- notkun leiðréttinga- og þýðingaforrita.

Nemandi skal hafa öðlast leikni í að:

- nýta sér helstu kenningar í boðmiðlun við mótun boðmiðlunarstefnu.
- móta boðmiðlunarstefnu fyrir mismunandi markhópa.
- búa til leiðbeiningar um auðkenningu (mörkun) fyrirtækja.
- búa til efni í rituðu máli, mynd- og hljóðefni fyrir mismunandi miðla.
- nýta sér aðferðir auglýsingasálfræði í boðmiðlun.
- taka mið af lögum og reglum um boðmiðlun.
- nota leiðréttinga- og þýðingaforrit við textavinnslu.

Nemandi skal geta hagnýtt þá almennu þekkingu og leikni sem hann hefur aflað sér til að:

- hanna skilaboð fyrir ólíka markhópa sem metið er með verkefnum og frammistöðumati.
- móta auðkenni (mark) fyrirtækja á árangursríkan hátt sem metið er með verkefnum, kynningu og frammistöðumati.
- velja mismunandi miðla með hliðsjón af markhóp og tilgangi boðskipta sem metið er með verkefnum, kynningum og frammistöðumati.
- nota aðferðir auglýsingasálfræði við hönnun skilaboða sem metið er með verkefnum, kynningum og frammistöðumati.
- búa til skilaboð með hliðsjón af lögum og almennu siðferði sem metið er með verkefnum og frammistöðumati.



Námsmat:

Áfanginn er símatsáfangi en í því felst að nemendur vinna verkefni sem öll eru metinn til einkunnar. Öllum verkefnum á að skila innan uppgefins tímafrests. Verkefnin eiga nemendur að skila í vinnubók með jöfnu millibili. **Öll verkefni eru einstaklingsverkefni** nema annað komi fram í verkefnalýsingu.

Vinnubók 3 x 25% = 75%

Lokaverkefni 20%

Kynning á lokaverkefni 5%

Lágmarkseinkunn í áfanganum er 5,0.

Námsgögn:

Ekki er ákveðin kennslubók í áfanganum er nemendur fá námsefni og verkefni inn á INNU eða í ljósriti. Nemendur mega gera ráð fyrir að námsefni og verkefni verði á ensku eða dönsku. Ef nemendur vilja hafa kennslubók til hliðsjónar geta þeir fundið hana á ensku undir heitinu „Marketing communication“.

Aðrar mikilvægar upplýsingar:

Áfanginn byggir á hugmyndafræði verkefnamiðaðs leiðsagnarnáms þar sem áhersla er á sjálfstæða vinnu nemenda og reglulega endurgjöf kennara. Nauðsynlegt er að skipuleggja námið vel og taka frá tíma í hverri viku til lesturs og gerð verkefna. Vegna þess að áfanginn er verkefnamiðaður eru gerðar ákveðnar kröfur til verkefnaskila m.a. hvað varðar málfar, réttitun, uppbyggingu, frágangs og heimildanotkunar. Kennari birtir nemendum viðmiðunarreglur í upphafi áfangans sem gilda við mat á verkefnum. Gefin er fjarvist (F) ef nemendur mæta seinna en 10 mínútur í kennslustund. Áfanginn er fimm feiningar (5 fein.) sem felur í sér að nemandi getur áætlað að heimanám verði rúmar tvær klukkustundir á viku.



Vika	Dags.	Námsþættir	Námsmatsþættir
1	5.-6. janúar	Kynning á áfanganum.	
2	9.-13. janúar	Fyrirtæki og samhæfð boðmiðlun.	
3	16.-20. janúar	Auðkenning (mörkun)	
4	23.-27. janúar	Auðkenning (mörkun).	
5	30. jan.-3. febrúar	Markhópur (persóna)	Fyrstu skil á vinnubók 25%
6	6.-10. febrúar	Markhópur (persóna)	Skóhlífardagar
7	13.-17. febrúar	Boðmiðlunarleiðir	Varða I
8	20.-23. febrúar	Auglýsingasálfræði	Vorhlé
9	28. febr.-3. mars	Höfundarréttur og siðfræði	
10	6.-10. mars	Textaboðmiðlun	Önnur skil á vinnubók 25%
11	13.-17. mars	Textaboðmiðlun	
12	20.-24. mars	Myndboðmiðlun	
13	27.-31. mars	Myndboðmiðlun	Valdagur
14	3.-11. apríl	Páskaleyfi	
15	12.-14. apríl	Hefðbundnir miðlar	
16	17.-21. apríl	Hefðbundnir miðlar	Þriðju skil á vinnubók 25% Sumardagurinn fyrsti
17	24.-28. apríl	Samfélagsmiðlar	Varða II
18	1.-5. maí	Samfélagsmiðlar	
19	8.-12. maí	Vinnustofa auðkenningarleiðbeininga	Skil á lokaverkefni 20% Kynning á lokaverkefni 5%
20	15.-16. maí	Vinnustofa auðkenningarleiðbeininga	Síðasti kennsludagur Varða III.

Námsáætlun er sett fram með fyrirvara um nauðsynlegar breytingar sem verða tilkynntar nemendum jafnóðum.