**Skabelon til eksamensrapporten i Kommunikation og it C (ny ordning)**

Skabelonen skal ikke bruges slavisk, men kan fungere som inspiration til indhold i eksamensrapporten. Eleverne skal tilpasse indholdet til deres særlige problemstilling og problemløsningsproces.

Formalia: Rapportens omfang skal være 5-12 ns á 2400 anslag (inkl. mellemrum), eksklusiv forside, figurer, tabeller, illustrationer, noter, kildeliste og bilag. Den kan udarbejdes af 1-3 elever.

|  |  |
| --- | --- |
| **Afsnitsoverskrift** | **Forklaring på afsnittets indhold** |
| Forside | * projektets titel
* gruppemedlemmernes fulde navne
* uddannelsessted
* vejlederen/lærerens fulde navn
* fag
* afleveringsdato
* antal sider/anslag.
 |
| Indholdsfortegnelse | * oversigt over alle rapportens afsnit med angivelse af sidetal på afsnittenes start
 |
| Indledning og problemformulering | * kort beskrivelse af kommunikationsopgaven / problemformuleringen
* rapportens formål og indhold
* præsentation af rammerne for projektet.
 |
| Problemanalyse | * dokumentation og analyse af kommunikationsproblemet ved hjælp af fagets viden og metoder (fx tal, statistikker, kilder).
 |
| Afsender | * hvem er afsender?
* hvad er afsenders formål med at starte kommunikationen?
 |
| Målgruppeanalyse | * hvem er modtageren?
* hvad er gjort for at undersøge målgruppen nærmere?
* hvilke modeller/statistik/undersøgelser er blevet anvendt - og hvorfor?
 |
| Kommunikationsstrategi og medievalg | * forklar den overordnede kommunikationsstrategi
* hvilke konkrete kommunikationsmodeller kan bruges på produktet – hvordan og hvorfor?
* hvilke medier ønskes anvendt, hvordan og hvorfor? Hvad er deres fordele/ulemper i relation til målgruppen?
 |
| Design/produktbeskrivelse | * hvordan er kommunikationsproduktet udformet – designmæssige virkemidler som fx komposition, layout, skrifttyper, farver, gestaltlove? Og hvordan relaterer udformningen sig til målgruppen? Hvis der er flere kommunikationsprodukter: Hvilke forskelle er der på dem mht. design og hvorfor? Suppler gerne med billeder af produktet (inkl. forklarende billedtekster).
* teoretiske og metodiske overvejelser, der er anvendt ifm. fremstillingen af produktet.
 |
| It, teknik og proces | * hvilke arbejdsmetoder, teknikker, programmer / it-værktøjer er blevet anvendt til at udarbejde produktet?
 |
| Evaluering/test og argumentation for forbedringer | * hvis produktet er blevet vist til afsenderen/personer fra målgruppen – hvad er deres vurdering/bedømmelse?
* er der nogle særlige tekniske eller kommunikationsmæssige overvejelser, som har mundet ud i rettelser, forslag til optimering eller lignende?
 |
| Etiske problemstillinger | * hvilke etiske og/eller lovgivningsmæssige overvejelser har gruppen været igennem i projektets forløb?
* hvordan har det haft konsekvenser for den endelige produktudformning?
 |
| Konklusion | * hvordan opfylder det endelige produkt kommunikationsopgaven?
* hvordan passer det endelige produkt til målgruppen og målgruppens behov?
 |
| Refleksioner | * refleksion over hele processen fra problem til færdig løsning
* refleksion over sammenhængen mellem de forskellige faser i processen
* hvordan håndtererede man konflikter og udfordringer i processen?
 |
| Kilder | * lav kildeliste, som indeholder samtlige anvendte kilder.
 |
| Bilag | * Fx skitse, flowchart, storyboard, fotos, figurer, tidsplan. Husk at bilagene (eller dele/områder af dem) skal være omtalt/inddraget i selve rapporten, så de ikke fremstår løsrevet fra den.
 |

*Rapportskabelonen er udarbejdet på baggrund af ideer og rapportforslag fra Anna Fenger-Grøn, Claus Scheuer-Larsen, Daniel Vognstrup Perez og Niels-Arne Hansen.*