

Studieplan for 3g mkC1 HHX (kernestof, kompetencer og faglige mål)

FAG:	Emneområder efterår:	Emneområder forår:	Kompetencer:	Faglige mål:
Markedskommunikation	<p>Kommunikationsteori og lovgivning</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationsmodelle - Integreret markedskommunikation - Positionering og branding - Kultur og reklame - Markedsførings- og ophavsretsloven <p>Kommunikationsanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reklamepsykologi - Reklameanalyse - Etik i markedsføring 	<p>Kommunikationsplanlægning</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationsplatforme 	<p>De økonomiske kompetencer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tankegangskompetencen - Problembehandlingskompetencen - Modelleringskompetencen - Ræsonnementskompetencen - Databehandlingskompetencen - Kommunikationskompetencen - Redskabskompetencen 	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - afgøre, hvilke forhold der har betydning for virksomheders og andre organisationers kommunikation, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder - identificere, formulere og løse virksomheders og andre organisationers kommunikationsmæssige udfordringer - anvende fagets teori og modeller i en relevant kontekst

- ræsonnere fagligt, herunder især forklare sammenhængen mellem en række forhold i relation til en given kommunikation
- indsamle, bearbejde og præsentere relevante informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation og vurdere informationers troværdighed samt relevans i en given sammenhæng
- fortolke og formidle informationer om virksomheders og andre organisationers kommunikation, herunder i samspil med andre fag
- udvælge og anvende relevante

				digitale værktøjer til at formidle og skabe kommunikation
--	--	--	--	--