|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Blooms taksonomi** | **AIDA-modellen** | **Målgrupper/segmenter** | **Appelformer** | **Lovgivning** | **Designprincipper** |
| Vurdering | At kunne vurdere, begrunde og argumentere for, hvorvidt måden, modellen er brugt på, rent faktisk virker.  | At kunne vurdere, begrunde og argumentere for, hvorvidt dit produkt rent faktisk ville tale til din målgruppe.  | At kunne vurdere, begrunde og argumentere for, hvor effektiv appelformen ville være i forhold til de andre.  | At kunne forholde sig kritisk til copyright og copyleft og deres betydning for udviklingen af kommunikation.  | At kunne vurdere, begrunde og argumentere for, hvordan dette udtryk virker ift afsender, budskab og målgruppe.  |
| Syntese | At kunne vise, at du har fået AIDA-modellen til at spille sammen med alt den anden teori. Fx at attention netop fanger interessen hos din målgruppe.  | At kunne vise, at du har brugt anden teori til at rette dit produkt mod netop din målgruppe.  | At kunne tænke appelformerne ind i sammenhængen og udvælge de(n) mest effektive ud fra målgruppe, afsender og budskab.  | At have brugt kilder som billeder, fonte, lyd og andet i den sammenhæng og på den måde, som det er tilladt.  | At kunne få farver, fonte og balance til at gå op i en højere enhed og skabe bestemt stemning eller udtryk i dit eget produkt.  |
| Analyse | At kunne analysere modellen på dit eget produkt og argumentere for, hvorfor hvad er hvad.  | At kunne analysere og argumentere for, hvilke elementer i produktet, der skal appellere til din målgruppe.  | At kunne analysere og argumentere for, hvilke appelformer, der er brugt hvor i produktet.  | At kunne forholde sig til, om – og under hvilke vilkår – man må bruge kilderne.  | Fx at kunne analysere hvilken stemning eller udtryk farver, fonte og balance givet et produkt.  |
| Anvendelse | At bruge modellen til opbygning af dit produkt.  | At kunne vise, hvordan målgrupper/segmenter er tænkt ind i produktet.  | At bruge dem i tekst og billeder i produktet.  | At kildeangive korrekt.  | At skabe balance i et billede, bruge farver ud fra betydning, udvælge font.  |
| Forståelse | At kunne forklare hvad tingene står for og komme med eksempler. | At kunne forklare, hvad det er og hvordan det kan bruges.  | At kunne forklare forskellen og komme med eksempler.  | At kunne forklare ophavsret med egne ord og komme med eksempler.  | At kunne identificere fonte og balance, forklare farvers betydning.  |
| Viden | At kunne redegøre for modellen og de fire forskellige elementer | At kunne redegøre for Gallup Kompas og/eller Minervamodellen.  | At kunne redegøre for de tre appelformer.  | At kunne demonstrere grundlæggende kendskab til ophavsret.  | Demonstrere viden om farver, fonte, balance m.m. |

Bemærk: Undgå helt at redegøre for viden i rapporten og til en eventuel eksamen, med mindre du slet ikke har andet at komme ind på.

Bemærk: Udvælg udelukkende den teori, der er relevant for dit produkt. Kom for eksempel ikke ind på journalistiske genrer i en plakat eller AIDA-modellen i en pressemeddelelse.