



PUNKTUM – Projektmedelsansökan
Datum: 2017-04-27
Dnr: FS 2.1.6-756-17

Sid 1 (9)

Ansökan projektmedel PUNKTUM

Denna mall ska du/ni använda för ansökan om medel till 2017 års utlysning av utvecklingsmedel inom **Pedagogisk Utveckling av Nyfikenhet och KreativiteT** vid **UMeå** universitet (PUNKTUM).

Kursiv text innehåller råd, ger anvisningar och eventuella exempel för respektive avsnitt. Rödmärkerad text anger de kriterier som ligger till grund för styrgruppens bedömningar.

På PUNKTUM:s hemsida kan du/ni läsa mer om utlysningen, bedömningsprocessen och tidsplanen för PUNKTUM 2017. <http://www.upl.umu.se/projekt/punktum/>

För att ansökan ska behandlas ska ansökan vara fullständigt ifylld.

1. Grunddata

1.1 Projekttitel

Lärande genom görande: att identifiera propaganda, *native advertising*, *astroturfing*, *spin* och andra former av "alternativa fakta"

1.2 Projektledare

Namn: Merja Ellefson (CV online)

E-post: merja.ellefson@umu.se

Telefon: 090-7865726

Institution: Institutionen för kultur och medievetenskaper

1.3 Underskrift prefekt/enhetschef eller motsvarande

Undertecknad godkänner projektansökan och medfinansierar med kostnaden för lärarens/lärarnas arbetsrum och övriga driftskostnader under projekttiden.

Underskrift: 

Namnförtydligande:

Karin Ljuslinder

1.4 Sökt belopp

249 775 kr



2. Projektbeskrivning

2.1 Projektsyfte och bakgrund

Beskriv projektets syfte, i vilket sammanhang det ska genomföras och varför detta projekt är betydelsefullt samt på vilket sätt projektet främjar utveckling av kreativa och flexibla lärandestrategier eller lärandemiljöer.

Brexit, presidentvalet i USA med Trumps riktade anklagelser mot etablerad media, nyhetsproducerande så kallade trollfabriker, nationers strategiska användning av desinformation för att vrida samhällsdebatten, med mera, har gjort det nödvändigt att justera utbildningen inom exempelvis Media och kommunikationsvetenskap och Journalistik.

Syftet med detta PUNKTUM-projekt är att möta detta förändrade medielandskap, och avser därför att utveckla momentet PR och journalistik (7,5 hp) inom kursen Journalistik, medier och kommunikation A för att öka studenternas förmåga att identifiera och kritiskt granska olika former av nyheter. I dagens medielandskap och samhällsdebatt som präglas av diskurser om "fake news" anser vi centralt att utrusta studenterna i Medie- och kommunikationsvetenskap och Journalistik med teoretiska och praktiska verktyg för känna igen och förstå olika former av nyheter och nyhetsförmedling.

Momentet PR och journalistik (7,5 hp) omfattar framväxten av olika typer av strategisk kommunikation och dess förhållande till journalistik. Strategisk kommunikation ses här som ett paraplybegrepp som omfattar bl a propaganda, PR, politisk kommunikation, marknadskommunikation, organisationskommunikation och övertalning. Fokus ligger på relationen mellan PR, propaganda och journalistik, relationen mellan kommunikatörer och journalister samt de intressekonflikter som kan uppstå när frilansande journalister arbetar som PR-konsulter. Forskning visar att nyhetsmediernas ekonomiska kris krymper redaktionerna, samtidigt som PR- och marknadsföringsbranschen växer. När färre journalister producerar mer innehåll på kortare tid, ökar beroendet av pressmeddelanden och annat färdigpaketerat innehåll.

Momentet har getts två gånger tidigare men nu kommer mer vikt att läggas på propaganda, vilket är ett mångfacetterat begrepp. Enligt Jowett & O'Donnell (2015) kan propaganda delas upp i vit, svart och grå propaganda beroende på budskapets sanningshalt och mottagarens vetskap om att hen är utsatt för övertalning och påverkan. Även oetiska former av PR, som exempelvis "astroturfing" (falsk gräsrotsrörelse) eller "flogging" (falsk blogg) kan ses som svart propaganda eller desinformation. Ett klassiskt exempel är "floggen" Walmarting Across America som var en dold reklamkampanj och inte en reseblogg skriven av ett par som reste landet runt och besökte Walmarts (Macnamara 2014: 206). Herman och Chomsky (1988) i sin tur anser att bl a ägarkoncentration, reklamberoende, sk "flak" och beroende av elitkällor gör mainstream-nyhetsmedierna propagandistiska. Nyhetsmedierna kan dessutom medvetet eller omedvetet sprida krigspropaganda, t ex under första Gulfkriget var en påstådd irakisk attack mot ett kuwaitiskt sjukhus en så kallad nyhetsanka orkestrerad av PR-firman Hill & Knowlton (Jowett & O'Donnell 2015). Enligt Macnamara (2014) tenderar journalisterna att ha en snäv bild av PR och associera det endast till pressmeddelanden och irriterande kommunikatörer som jämnt ringer till redaktionen. Reportrarna tenderar att glömma bort att deras "goda källa" i själva verket är en kommunikatör vars jobb är att skydda företagets intressen.

Reklam har traditionellt varit på betald plats, medan PR:s syfte har varit att "bädda in" budskapet i det redaktionella materialet. Digitaliseringen har dock minskat företagets massmedieberoende och gjort det möjligt att kommunicera direkt med kunderna/målgruppen. Enligt marknadsföringslagen måste reklamsamarbeten anges men det ligger i marknadsförarens intresse att säljandet inte är alltför uppenbart. Jansen (2016) talar om smygkommunikation (stealth communication) och Bull (2013) om



brand journalism (se även <http://brandjournalists.com>), dvs säljande budskap som inte ser ut som reklam. Samtidigt har även publiken blivit "prosumers", producerande konsumenter (se t ex Jenkins 2012). Populära bloggare kan syssla med sk influencer marketing. Sociala medier har blivit viktiga grindvakter men vet vi vad vi delar eller gillar?

Sammantaget innebär detta att inför höstterminen 2018 behöver innehållet på kursen Journalistik, medier och kommunikation A justeras ytterligare. Momentet PR och journalistik (7,5 hp) behöver praktiska inslag där studenterna själva aktivt skapar digitalt mediematerial, samtidigt som de anlägger ett kritiskt teoretisk perspektiv på sitt skapande. Momentet behöver praktiska inslag där studenterna själva aktivt skapar digitalt mediematerial, mediematerial, samtidigt som de anlägger ett kritiskt teoretisk perspektiv på sitt skapande. Syftet med detta "görande" är att dels ge konkreta praktiska färdigheter, dels öka studenternas förståelse för det nya medielandskapet där det - trots existerande lagar - inte alltid är lätt att avgöra vad som är sant, falskt, nyhet, promotion, fakta, säljande argument, osv.

Momentet i sin nuvarande form har vissa inslag av blended learning, exempelvis några korta inspelade föreläsningar samt länkar till relevanta podcasts, filmer och branschorganisationers hemsidor (t ex riktlinjer för/mot textreklam hos sf.se, iabsverige.se). Enligt Chen (2011) och López-Pérez et al (2011) kan blended learning, om den används på meningsfullt sätt, förstärka elevernas förståelse av ämnet och förbättra och stödja deras inlärningsprocess. Enligt Alseweed (2013) ökade e-lärande miljön mängden av interaktion mellan studenter och lärare, mellan studenterna och mellan student och kursinnehåll. Chen (2011) betonar dock vikten av pedagogisk kompatibilitet (educational compatibility), dvs "the degree to which an e-learning system complies with students' learning situation, learning style and ways of conducting learning activities". Enligt Chen är pedagogisk kompatibilitet viktigare än tekniska färdigheter. Det svåraste är att lära sig nya sätt att tänka, inte hur man använder specifika e-verktyg. Frågan är vilken typ av verktyg, virtuella eller face-to-face, som förbättrar undervisningen och inläringen och hur vi anpassar undervisningsmetoder (virtuella eller ansikte mot ansikte) med avsedda läranderesultat och bedömning.

Lärartid har använts för workshop inför gruppuppgift och frågestunder rörande loggboksskrivande. Den nuvarande gruppuppgiften är dock anpassad till marknadsanpassning inkl promotional culture som dock visat sig vara för abstrakt för studenter på första terminen. De saknar grundläggande kunskaper om övertalning och olika former av "smygkommunikation".

I det nya upplägget kommer promotional culture därför att ersättas med ett tydligare fokus på att identifiera och granska propaganda, mörka sidor av PR och mer hands-on uppgifter. Fler föreläsningar kommer spelas in för att frigöra lärarresurser för workshops, handledning och ett mer studentaktivt lärande. Studenterna kommer också uppmuntras till att ta en mer aktiv roll i lärandeprocessen. bl a genom att producera, förutom medieinnehåll, även föreläsningar som presenterar viktiga teoretiska utgångspunkter. Se 2.2 Projekt mål.

Referenser:

Alseweed, M. A. (2013). Students' achievement and attitudes toward using traditional learning, blended learning, and virtual classes learning in teaching and learning at the university level. *Studies in Literature and Language*, 6(1), 65-73.

Bull, A. (2013). *Brand journalism*. London: Routledge.

Chen, J. (2011). The effects of education compatibility and technological expectancy on e-learning acceptance. *Computers & Education*, 57(2), 1501-1511.



Herman, E.S., Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent. The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.

Jansen, S.C. (2016). *Stealth communications. The spectacular rise of Public Relations*. Cambridge: Polity Press.

Jenkins, H. (2012). *Konvergenskulturen*. Göteborg: Daidalos.

Jowett, G.S., O'Donnell, V.J (2014). *Propaganda and persuasion*. London: Sage.

López-Pérez, M. V., Pérez-López, M. C., & Rodríguez-Ariza, L. (2011). Blended learning in higher education: Students' perceptions and their relation to outcomes. *Computers & Education*, 56(3), 818–826.

Macnamara, J. (2014). *Journalism & PR. Unpacking, 'spin', stereotypes & media myths*. New York: Peter Lang.

Bedömningskriterier:

1 poäng: Projektet är relevant i förhållande till utlysningens syfte och inriktning.

2 poäng: Projektet är relevant i förhållande till utlysningens syfte och inriktning samt anknyter till aktuella pedagogiska problem inom högskolan idag.

3 poäng: Projektet är relevant i förhållande till utlysningens syfte och inriktning, anknyter till aktuella pedagogiska problem inom högskolan idag och innehåller lösningar/idéer kring högskolepedagogiska frågor.

2.2 Projektmål

Beskriv projektets mål

För att uppnå detta syfte kommer vi att ta fram och utveckla lämpliga övningar till en "vet du vad som är vad" verkstad - dvs studenterna ska lära sig att identifiera tvivelaktigt innehåll genom att själv producera olika typer av propagandistiskt (propaganda i vid bemärkelse) innehåll (t ex nyhetsartiklar, stillbilder eller rörliga bilder, memes, tweets, facebook uppdateringar, osv). Innehållet som ska produceras kan

- bygga på en verklig händelse, men vars ursprungliga betydelse förvanskas med hjälp av "spin" (tvivelaktig el orimlig vinkel).
- bygga på rena lögner, men låta trovärdigt.
- se ut som redaktionellt material eller ett autentiskt blogg-/vlogg-inlägg men är marknadsföring.
- se ut som live feed, statusuppdatering osv postat av en gräsrotsrörelse som ser äkta ut.

Att arbeta med den här typen av innehåll har sina risker. Mycket av nätets mest tvivelaktiga innehåll är främlings- och kvinnofientligt. Sådant innehåll är dock lätt att identifiera och syftet är inte att producera klassisk propaganda som alla genast känner igen. Övningarna ska istället ha innehåll och format som låter äkta, sansat, acceptabelt, trovärdigt och mainstream.

Utveckling av praktiska färdigheterna är ytterligare ett mål i projektet. Fokus ligger på att utveckla ett reflexivt och kritiskt förhållningssätt till urval, användning och tillämpning av teknik från ett medievetenskapligt perspektiv. De tekniska hjälpmedel som används ska bygga på principen "bring your own device", dvs studenterna ska använda sina egna mobiltelefoner, datorer, surfplattor och motsvarande



och gratis programvara. De ska jobba snabbt, enkelt och mobilt; vilket är viktiga och relevanta färdigheter i dagens mediemarknad, och således även viktiga för kursens arbetsmarknadsanknytning.

Dessa mål kommer att utvärderas först och främst genom examinationen (se 2.5).

Momentet ges för närvarande både på campus och som nätkurs. De föreläsningar som spelas in för nätkursen kan återanvändas på campuskursen och lärarresurser kan användas till verkstäder och handledning. Ett av projektets mål är att utveckla en modell för hur teknologiska, pedagogiska och ämneskunskaper samverkar (jmf "alignment" enligt TPACK, se tpack.org) och hur dessa kunskaper används som att skapa interaktion mellan lärare och studenter, mellan studenter och mellan studenter och kursinnehåll (jmf Alseweed 2013 och Chen 2011). Humlabs erfarenhet och kompetens i dylika pedagogiska sammanhang kommer att utgöra en resurs för att uppnå detta. Detta mål kommer att utvärderas genom löpande dokumentation av kursen samt intern utvärdering inom lärarteamet (se 2.5)

Bedömningskriterier:

1 poäng: Målen är tydliga, konkreta och kopplade till projektets syfte.

2 poäng: Målen är tydliga, konkreta, kopplade till projektets syfte, avgränsade och utvärderingsbara.

3 poäng: Målen är tydliga, konkreta, kopplade till projektets syfte, avgränsade och utvärderingsbara och problematiserade.

2.3 Projektets aktiviteter

Beskriv de aktiviteter som kommer att genomföras för att uppfylla målen. Ange eventuella delmoment i projektet, deras omfattning i innehåll och tid samt deras mål.

Kursen kommer att bestå av föreläsningar, praktiska inslag, handledning och redovisning. Genom föreläsningar får studenterna lära sig använda och tillämpa nyckelbegrepp, samt teoretiska och kritiska perspektiv. Diskussioner kring etik kommer att löpa som en röd tråd genom kursen. Genom praktiska inslag får studenterna lära sig enkla former av digital produktion (ljud och bild). Humlab kommer att utnyttjas som resurs för dessa aktiviteter med pedagogiskt teknisk kompetens, utrustning och lokal.

Det nya momentinnehållet lämpar sig väl till praktiska övningar, men "görandet" måste stödja djupinläring. För att ta fram övningarna behöver vi:

- bestämma vilken typ av teman som ska täckas, t ex vilken typ av verkliga händelser som är lämpliga för övningarna.
- bestämma vilka genrer, format och publiceringskanaler som är möjliga att användas.
- vilka tekniska hjälpmedel (hardware, software) som kan användas. Lärarna behöver även testa dem för att se hur de fungerar.
- skriva instruktioner till övningarna.
- bestämma hur övningarna ska redovisas, dvs om det blir vernissage, seminarier i smågrupper el redovisning för helklass.

Detta kommer att konkretiseras under kursplaneringsfasen (se 2.7 Tidsplan) utifrån aktuella mediala sammanhang och övriga förutsättningar.

Bedömningskriterier:

1 poäng: Aktiviteterna som beskrivs är relevanta och kopplade till målen.



2 poäng: Aktiviteterna är relevanta, kopplade till målen och det finns beskrivet hur de är utvalda för att möjliggöra måluppfyllelse.

3 poäng: Aktiviteterna är relevanta, kopplade till målen och det finns beskrivet hur de är utvalda för att möjliggöra måluppfyllelse baserad på vetenskaplig grund och/eller beprövad erfarenhet.

2.4 Projektets förväntade effekter

Ange vilka effekter som projektet förväntas få.

Det har gjorts några försök att använda e-verktyg som ett komplement till traditionell klassrumsundervisning, t.ex. Forum, Google Grupper. Dessa försök har dock lidit av alla typiska problem: komplexitet i undervisning, brist på förberedelse och planering, brist på effektiv kommunikation, brist på tid, brist på institutionellt stöd, lärarens förändrade roll, svårighet att anta ny teknik (se t ex. Coppola et al 2002; Ocaik 2011). Moodle används främst som distributionskanal, men enligt Chen (2011) gynnar det inte studenterna. Passiv innehållsleverans via lärplattform stöder inte djupt lärande. Med fokus på görande och digital produktion förväntar vi öka medvetenhet och kunskap om mekanismer bakom skapande och spridning av tvivelaktigt innehåll i olika former. Vi anser att detta moment kan ge studenter verktyg för det.

Färdigheter och kunskaper om digitalt pedagogisk kompetens behövs för att dels utveckla campuskurserna, dels skapa mer meningsfulla och interaktiva distansutbildningar. Slutligen, efter examen går våra studenter in i en alltmer digitaliserad arbetsmarknad. Kommunikatörer som arbetar med extern kommunikation skapar journalistiska produkter, t ex kundtidningar och publiceringsfärdigt material. Frilansande journalister måste kunna sälja sina verk, vissa arbetar även inom PR. Att bli van vid olika e-verktyg under sin utbildning kan betraktas som en överförbar skicklighet.

Referenser:

Coppola, N. W., Hiltz, S. R., & Rotter, N. G. (2002). Becoming a Virtual Professor: Pedagogical Roles and Asynchronous Learning Networks. *Journal of Management Information Systems*, 18(4), 169–189.

Ocaik, M. A. (2011). Why are faculty members not teaching blended courses? Insights from faculty members. *Computers & Education*, 56(3), 689–699.

Chen, J. (2011). The effects of education compatibility and technological expectancy on e-learning acceptance. *Computers & Education*, 57(2), 1501–1511.



Bedömningskriterier:

1 poäng: De förväntade effekterna för den egna institutionen beskrivs.

2 poäng: De förväntade effekterna för den egna institutionen beskrivs samt konsekvenser för framtida utvecklingsmöjligheter

3 poäng: De förväntade effekterna för den egna institutionen beskrivs, och konsekvenser för framtida utvecklingsmöjligheter samt överförbarheten av resultaten till andra institutioner/verksamheter.

2.5 Projektutvärdering

Beskriv hur och när projektet ska utvärderas. Ange också hur spridningen av projektresultatet ska gå till.

Projektet kommer att utvärderas dels genom en kursvärdering, dels genom en intern utvärdering i arbetsgruppen. Vid slutet av momentet kommer en komplett utvärdering att genomföras med hjälp av en specifik skriftlig blankett som kombineras med muntlig utvärdering. Lärarnas erfarenheter kommer också inkluderas i slutrapporten. För att säkerställa integreringen av de praktiska inslagen i de teoretiska delarna och för att kunna justera handledningsbehoven, kommer även en muntlig utvärdering att genomföras under momentets gång. Fokus kommer att ligga på studenternas progression, förmåga att reflektera över "görande" som process och över deras digitala medie- och informationskunnighet (MIK).

Under momentets gång kommer lärarna att dokumentera hur momentets olika delar fungerat. Dessa erfarenheter kommer sedan att sammanställas och diskuteras för att föreslå förbättringar inför nästa undervisningstillfälle HT 2019.

Momentet examineras med en loggbok som skrivs och kommenteras kontinuerligt under momentets gång. Studenterna skriver inte bara om kurslitteraturen utan även om grupparbeten och föreläsningar. Loggboken ger en bild av vad studenterna har lärt sig, vad som känns svårt och hur momentet rent allmänt fungerar. Loggboken kommer således att komplettera de skriftliga och muntliga utvärderingarna. Momentet examineras därutöver med muntliga redovisningar och opponering. Redovisningstillfällen kommer att vara öppna för andra studentgrupper, och till och med schemaläggas för relevanta grupper.

Arbetsgruppen bakom projektet, under ledning av Merja Ellefson, kommer att presentera och redovisa projektet för andra lärare, bl a inom ramen för ett seminarium på Humlab och på ett lärarmöte alternativt gemensamt APT på Institutionen för kultur- och medievetskap. Under projektets hela genomförande finns också en extern resurs, meriterade lärare Jenny Eklöv från Idé.sam., för kontinuerlig avstämning och feedback. Projektet kommer även att presenteras vid UmUs årliga pedagogiska konferens.



Bedömningskriterier:

1 poäng: Det finns en plan för hur och när utvärderingsaktiviteterna ska genomföras.

2 poäng: Det finns en plan för hur och när utvärderingsaktiviteterna ska genomföras som inkluderar relevanta utvärderingsfrågor.

3 poäng: Det finns en plan för hur och när utvärderingsaktiviteterna ska genomföras som inkluderar relevanta utvärderingsfrågor samt spridning av erfarenheterna.

--

2.6 Projektorganisation

Ange vilka personer som deltar i projektet, deras roller och ansvarsförhållandena dem emellan.

Merja Ellefson: institution för kultur- och medievetenskaper, lektor i MKV, projektansvarig, momentansvarig, huvudansvar för momentets undervisning på campus och nät, bidrar med ämneskunskap i journalistik, propaganda och strategisk kommunikation, handledning, författande av uppgifter, pedagogisk digital kompetens enligt TPACK, dvs content- pedagogi (PCK), content-technology (TCK), pedagogi-technology (TPK). [CV: https://sites.google.com/a/gapps.umu.se/cv-umu/](https://sites.google.com/a/gapps.umu.se/cv-umu/)

Elin Leyonberg: institution för kultur- och medievetenskaper, journalistiklärare, bidrar med ämneskunskap i journalistik, handledning och utformning av uppgifter samt pedagogisk digital kompetens (bl a Digitala lärmiljöer), dvs content- pedagogi (PCK), content-technology (TCK), pedagogi-technology (TPK).

Coppélie Cocq: docent, pedagogiskt ansvarig vid Humlab, kommer att bidra i projektet med handledning och digitalt pedagogisk kompetens, dvs främst pedagogi-technology (TPK) och content-technology (TCK), mediepedagogik kan också räknas som PCK. CV: <https://coppelie.com/cv/>.

Jon Svensson: Humlab, kommer att bidra med praktiska inslag om medieproduktion samt pedagogiskt perspektiv på tillämpning av teknik i undervisningen, dvs främst pedagogi-technology (TPK) och content-technology (TCK), mediepedagogik kan också räknas som PCK.

Jenny Eklöf: institution för idé- och samhällsstudier, meriterad lärare, pedagogisk resurs; kommer att bidra med feedback och input under projektets olika delar.

2.7 Tidsplan

Ange start och slutdatum för projektet. Om projektet är indelat i delmoment eller delmål bör det finnas en tidplan även för dessa. Ange även när projektet ska avrapporteras till bidragsgivaren.

Projektstart: revidering av kurslitteratur, lärandemål mm. Litteratur, lärandemål, mm. Institutionens deadline för HT18 kursplaner är 15 feb 2018.	2018-01-15 – 2018-02-15
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------



Kursplanering (i lärarteam): ta fram övningar, instruktioner, bestämma vilka tekniska lösningar (hardware, software) är lämpliga, hur undervisning ska organiseras, "alignment" av teori, praktik, teknik och pedagogik. Även schemaläggnings relaterade frågor, prel. scheman görs redan maj-juni VT18.	Feb 2018 till juni 2018
Arbete med kurssidan i Moodle, teknikfrågor, ev. schemaläggningsfrågor, eventuella justeringar i kursmaterial.	Sept – nov 2018
Genomförande: momentperiod	Dec 2018-12-01 – jan 2019 (momenttider för HT18 inte publicerade ännu)
Delutvärdering	Före juluppehåll
Examination och utvärdering	mom. sista dag/terminsslut i jan 2019: deadline för färdiga loggböcker, uppsamling inkl skriftlig och muntlig utvärdering.
Rättning av loggböcker	Inrapportering av betyg 15 arbetsdagar efter momentetsslut
Internutvärdering, sammanställa rapport	Feb-mars 2019
Presentation på seminarium, lärarmöte alt ATP	April-maj alt september-okt 2019
Presentation vid pedagogiska konferensen	Oktober 2019

3. Budget

Projektansökan kommer också att bedömas utifrån projektets samlade kompetens samt dess metodik och angreppssätt. I detta kriterium ingår även en bedömning av hur realistisk projektplanen är i förhållande till tid och budget.

Se budgetbilaga.

Merja Ellefson: 200 h, projektansvarig, huvudansvar för momentets undervisning, författande av uppgifter, pedagogisk digital kompetens enligt TPACK modellen (alignment of technological, pedagogical, content knowledge, mer info på <http://tpack.org/>).



Elin Leyonberg: 160 h, journalistisk expertis, utformning av uppgifter samt pedagogisk digital kompetens enligt TPACK modellen.

Coppélie Cocq: 116 h, bidrar med handledning och pedagogisk digital kompetens enligt TPACK modellen..

Jon Svensson: 116 h, bidrar med praktiska inslag om medieproduktion samt pedagogiskt perspektiv på tillämpning av teknik i undervisningen.

1 poäng: Projektgruppen bedöms ha tillräcklig kompetens för att genomföra projektet.

2 poäng: Projektgruppen bedöms ha tillräcklig kompetens för att genomföra projektet och den förslagna metodiken och angreppssättet är ändamålsenliga.

3 poäng: Projektgruppen bedöms ha tillräcklig kompetens, den förslagna metodiken och angreppssättet är ändamålsenliga och projektet bedöms vara realistisk inom den förslagna budgeten.

--