

Provkonstruktion

Provkonstruktion

Årskurs: Gymnasiet

Ämne eller kurs: Digitalt skapande 1

Tema: Publicering och spridning av digitala produktioner

Syfte

Syftet med provet är att bedöma elevernas förståelse för och förmåga att applicera kunskaper om olika plattformar för publicering och spridning av digitala produktioner samt deras förmåga att utveckla en effektiv publiceringsstrategi.

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Provet omfattar "olika plattformar för publicering och spridning av digitala skapelser och vikten av att nå ut till en publik."

Kunskapskrav

Provet kopplar till kunskapskravet: "Eleven kan använda relevanta plattformar för att publicera och dela sina digitala produktioner och reflektera över sin målgrupp och spridningsstrategi."

Prov

Faktafrågor

1. Vilken av följande plattformar används ofta för publicering av videoinnehåll?
 - A) Instagram
 - B) **YouTube**

- C) LinkedIn
 - D) Pinterest
2. Vilken av följande är en fördel med att använda sociala medier för publicering?
- A) Låg räckvidd
 - B) ****Hög interaktion med publiken****
 - C) Begränsad målgrupp
 - D) Fördröjd feedback
3. Vad är en viktig aspekt av metadata vid publicering av digitala produkter?
- A) ****Förbättra synlighet och sökbarhet****
 - B) Försämra användargränssnittet
 - C) Öka filstorleken
 - D) Göra produkten mer komplex
4. Vilken av följande plattformar är mest lämplig för konstnärer att visa sina verk?
- A) Facebook
 - B) ****Behance****
 - C) Twitter
 - D) TikTok
5. Vad innebär "target audience" i kontexten av publiceringsstrategi?
- A) ****Den specifika gruppen av människor som man riktar sin innehåll mot****
 - B) Alla människor i allmänhet
 - C) De som känner till innehållet
 - D) Ingen av ovanstående
6. En bra publiceringsstrategi bör inkludera:
- A) Ingen planering
 - B) ****Klar målsättning och konkreta steg****
 - C) Att inte tänka på målgrupp
 - D) Enkla bilder
7. Vilken av följande metoder är viktig för att analysera din målgrupp?
- A) ****Marknadsundersökning****
 - B) Att publicera utan analys
 - C) Att fråga en vän
 - D) Ingen analys behövs
8. Vad kallas det när du delar innehåll på flera plattformar?
- A) Syndikering
 - B) ****Cross-publishing****
 - C) Inbound marketing
 - D) Bubbla
9. Vilken typ av innehåll passar bäst för en blogg?
- A) ****Längre artiklar med djupgående analys****
 - B) Snabba statusuppdateringar
 - C) Kortfilmer

- D) Snabba bilder
- 10. Vad är en potentiell nackdel med att publicera på sociala medier?
 - A) **Tidskrävande interaktion med kommentarer**
 - B) Ökad synlighet
 - C) Större publik
 - D) Lätt att nå ut
- 11. Vilken av följande plattformar är mest effektiv för professionellt nätverkande?
 - A) **LinkedIn**
 - B) Snapchat
 - C) TikTok
 - D) Instagram
- 12. Vilken strategi ska en kreatör använda för att öka sin synlighet?
 - A) Ignorera publikens feedback
 - B) **Engagera sig aktivt med sin publik**
 - C) Använda samma innehåll på alla plattformar
 - D) Posta sällan
- 13. Hur kan du optimera en video för publicering på sociala medier?
 - A) Lämna rubriken tom
 - B) Använda irrelevant innehåll
 - C) **Skapa en beskrivande och intresseväckande rubrik**
 - D) Använda låga ljudnivåer
- 14. Vad är syftet med en publiceringsstrategi?
 - A) **Att effektivisera spridningen av ditt innehåll**
 - B) Att förvirra publiken
 - C) Att hålla innehållet hemligt
 - D) Att meddela förändringar i planeringen
- 15. Vad innebär "engagement" i kontexten av publicering?
 - A) Ökande kostnader
 - B) **Interaktion mellan kreatör och publik**
 - C) Förlust av publik
 - D) Problematik med innehåll

Resonerande frågor

1. Reflektera över hur valet av plattform kan påverka en publikens respons på ditt innehåll.
Syftet är att utvärdera olika plattforms påverkan på publikens engagemang.
2. Diskutera hur en väl genomtänkt publiceringsstrategi kan påverka synligheten av en digital produktion.
Syftet är att identifiera de strategiska fördelarna med en detaljerad plan.
3. Ge exempel på hur feedback från publiken kan användas för att förbättra framtida publiceringar.
Syftet är att belysa vikten av interaktion och anpassning utifrån

publikens behov.

4. Analysera skillnaderna mellan olika plattformars målgrupper och publiceringsmetoder.
Syftet är att jämföra och kontrastera hur olika plattformar fungerar.
5. Diskutera vikten av att ha en tydlig målgrupp när man skapar en publiceringsstrategi.
Syftet är att förstå hur en definierad målgrupp kan påverka strategiska val.
6. Beskriv hur du skulle anpassa din publiceringsstrategi efter aktuella trender på sociala medier.
Syftet är att utforska hur trender kan påverka engagemang och spridning.
7. Reflektera över hur du skulle kunna mäta framgången av din publiceringsstrategi.
Syftet är att bedöma metoder för att utvärdera effektiviteten av strategin.
8. Överväg hur etiska aspekter kan påverka dina val av publiceringsstrategi.
Syftet är att analysera hur ansvarfull publicering är avgörande för att bygga förtroende hos publiken.

Bedömning

Faktafrågorna bedöms med 1 poäng vardera. Resonerande frågorna bedöms med 3 poäng vardera.

För betyget E krävs minst 8 poäng totalt, för betygsnivå C krävs 12 poäng (varav minst 3 poäng från resonerande frågor) och för A krävs 18 poäng (varav minst 5 poäng från resonerande frågor).