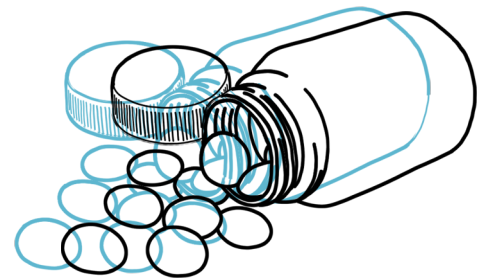
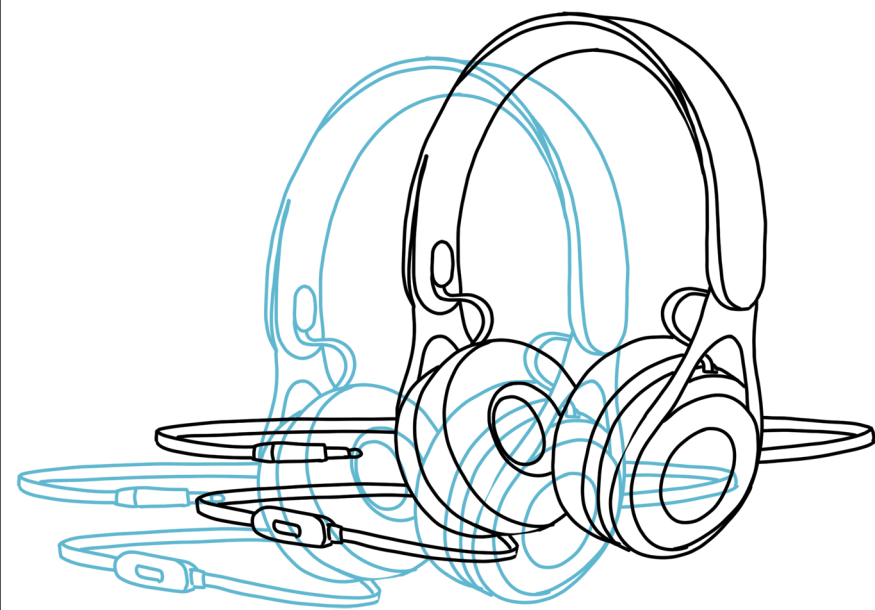


## PÆDAGOGISK VEJLEDNING

#VÆLGÆGTE inviterer 7.-9. klasser til at hjælpe med at løse en stor samfundsudfordring.

#VÆLGÆGTE lader eleverne udvikle og iværksætte kampagner mod kopivarer.

#VÆLGÆGTE understøtter elevernes selvstændige arbejde med den innovative projektopgave.



Den innovative projektopgave

# #VÆLGÆGTE

# #VÆLGÆGTE - EN VIRKELIGHEDSNÆR PROJEKTOPGAVE

Med #VælgÆgte inviterer Patent- og Varemærkestyrelsen landets 7.-9 klasser til at hjælpe med at bekæmpe kopivarer for at mindske efterspørgslen hos forbrugerne.

Hjælp Patent- og Varemærkestyrelsen med at udvikle og iværksætte kampagner, der får danskerne til at vælge ægte varer i stedet for kopivarer

Klassens mission

Eleverne udvikler #VælgÆgte-kampagner, som de iværksætter, fx i deres eget lokalområde og for en specifik målgruppe. Dermed lærer eleverne om kampagner, kopivarer og IPR (Intellectuelle ejendomsrettigheder) samtidigt med, at de er med til at bekæmpe et samfundsmæssigt problem med store økonomiske, sundheds- og sikkerhedsmæssige konsekvenser.

#VælgÆgte er bygget op omkring den innovative projektopgave med:

- **3-4 lektioner til FORBEREDELSE**, hvor Patent- og Varemærkestyrelsen præsenterer klassen for missionen, og der indledes en begyndende forståelse for problemstillingerne. Problemstillingerne tematiseres, der udvikles kampagne-ideer, og projektugens arbejde planlægges.
- **1 uge til PROJEKTARBEJDET**, hvor grupperne arbejder selvstændigt med en selvvalgt problemstilling understøttet af de tre faser **UNDERSØG**, **SKAB** og **IVÆRKSÆT**.



I **#UNDERSØG** udforsker grupperne problemstillingerne for at forbedre deres kampagne-ide.

I **#SKAB** producerer grupperne deres #VælgÆgte-kampagner med henblik på, at de skal iværksættes i virkeligheden.

I **#IVÆRKSÆT** lancerer og tester grupperne deres #VælgÆgte-kampagner og undersøger, hvordan de bliver modtaget. Desuden forbereder grupperne deres fremlæggelser.

Lærerens rolle er løbende at understøtte eleverne i at træffe selvstændige valg ift. metoder, værktøjer og fagligt indhold.

- **3-4 lektioner til FREMLÆGGELSE** (afhængigt af antallet af grupper). Grupperne pitcher deres indsigter og løsninger for et autentisk publikum, og de modtager feedback på deres arbejde.

# FORMÅL

Elever, der deltager i #VælgÆgte, skal have en oplevelse af

- at kopivarer er en samfundsmæssig udfordring
- at det er vigtigt at beskytte idéer og opfindelser
- at kunne handle på de udfordringer, de oplever i deres hverdag
- at deres løsninger bl.a. kan bidrage til opfyldelse af verdensmålene i forhold til jobskabelse, anstændige arbejdspladser, udnyttelse/menneskehandel, ulovlige penge- og våbenstrømme og bekæmpelse af organiseret kriminalitet

# LÆRINGSMÅL

## Eleverne lærer at:

- Indkredse og formulere en udfordring, der har rod i den virkelige verden
- Finde ny viden gennem lokale undersøgelser
- Tænke kreativt og få gode idéer
- Indgå i samarbejdsrelationer og diskutere forståelser
- Fremstille multimodale produkter til en bestemt målgruppe
- Kommunikere et budskab
- Tilrettelægge og gennemføre en kampagne fra idé til afvikling
- Teste og evaluere om deres kampagne virker i forhold til modtagergruppe
- Lancere kampagner, som skaber værdi for andre
- Pitche og modtage feedback

Afhængigt af elevernes fokus kan følgende **faglige kompetencer** komme i spil:

## DANSK

- Eleverne har viden om kommunikation og dets virkemidler
- Eleverne kan argumentere og forholde sig til andres perspektiv
- Eleverne kan indsamle oplysninger og disponere indholdet
- Eleverne kan fremstille og lancere multimodale produktioner
- Eleverne kan fremlægge produkter for andre
- Eleverne kan skabe sammen med andre

## SAMFUNDSFAG

- Eleverne har viden om forbrugeradfærd, forbrugerroller og forbrugerrettigheder
- Eleverne har viden om centrale principper i markedsøkonomien
- Eleverne kan diskutere rollen som forbruger
- Eleverne kan identificere, formulere og gennemføre enkle undersøgelser af samfundsmæssige problemstillinger
- Eleverne kan formidle resultater af en gennemført undersøgelse
- Eleverne har viden om brug af kulturteknikker og digitale medier til formidling
- Eleverne kan finde relevante kilder

# FORBEREDELSE

Patent- og Varemærkestyrelsen præsenterer klassen for missionen, og der indledes en begyndende forståelse for udfordringerne.

Udfordringerne tematiseres, der udvikles kampagne-ideer, og projektugens arbejde planlægges.

## OPGAVE 1

# FORSTÅ KLASSENS MISSION

**FORMÅL:** Klassen hjælper hinanden med at identificere og indkredse udfordringerne.

Hjælp Patent- og Varemærkestyrelsen med at udvikle og iværksætte kampagner, der får danskerne til at vælge ægte varer i stedet for kopivarer

**TIDSRAMME:** 45-90 min.

**ELEV MATERIALER:**



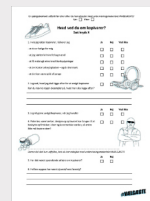
Kick-Off-møde/  
introvideo:  
jegvælgerægte.dk



Klassens vidensvæg:  
jegvælgerægte.dk



3 x Værd at vide...  
jegvælgerægte.dk



FØR-evaluering  
jegvælgerægte.dk

**OPGAVEN:**

1. Print plakaterne Klassens vidensvæg samt Værd at vide ud i A3 og hæng dem op et synligt sted i klassen. Imens besvarer klassen før-evalueringen på jegvælgerægte.dk med spørgsmål knyttet til elevernes forforståelse.
2. Klassen introduceres for missionen, de skal arbejde med i projektugen. De orienterer sig på plakaterne Værd at vide, og de deltager i et gratis Online Kick-Off-møde med Patent- og Varemærkestyrelsen eller ser Introvideoen. Tilmelding og intro-video findes på jegvælgerægte.dk.
3. På plakaten Klassens vidensvæg noterer eleverne nu alt, hvad de ved om kopivarer, rettigheder, kampagnen som genre samt Patent- og Varemærkestyrelsens perspektiver på udfordringerne.
4. Som opsamling udleder klassen de vigtigste udfordringer i bekæmpelsen af kopivarer. Udfordringer som klassen skal forsøge at løse gennem deres #VælgÆgte-kampagner. Udfordringerne noteres på Klassens vidensvæg.

**HVORFOR BEKÆMPE KOPIVARER?**

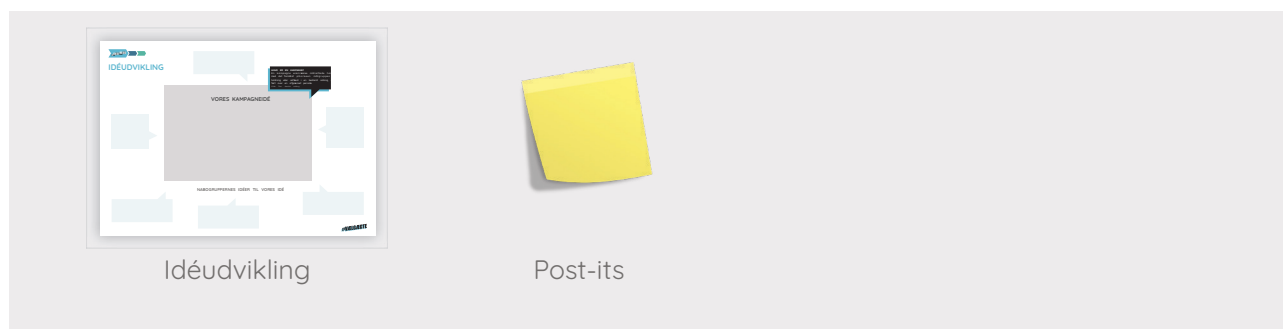
- Du sætter dit helbred på spil
- Du risikerer at få betalingskort misbrugt og computer inficeret med virus og malware
- Du sætter arbejdspladser på spil
- Du støtter kriminalitet
- Du udnytter sårbar arbejdskraft
- Du spilder dine penge

## OPGAVE 2

## UDVIKL KAMPAGNE-IDÉER

**FORMÅL:** Klassen samarbejder om at udvikle så mange og så kvalificerede kampagne-idéer som muligt. Kampagne-ideerne giver eleverne retning og mål for projektugen.

**TIDSRAMME:** 45 min.

**ELEV MATERIALER:**

Idéudvikling

Post-its

- OPGAVEN:**
1. Fordel klassens elever i grupper.
  2. Først brainstormer gruppens medlemmer individuelt på, hvad de kan gøre for at bekæmpe kopivarer. Alle idéerne noteres på post-its.
  3. Herefter præsenterer hver gruppe-medlem deres idéer for resten af gruppen, og sammen udvælger de den idé, de tror allermest på. Idéen beskrives i midterfeltet på arket Idéudvikling.
  4. Når alle grupper har beskrevet deres bedste kampagne-idé, sender de beskrivelsen til en nabogruppe, som tænker med og forbedrer idéen. De nye tilføjelser noteres i tekstfelterne.
  5. Efter 5 minutter sendes kampagne-beskrivelsen videre, og en ny gruppe udvikler videre på idéen. Det gentages minimum 3 gange, hvorefter kampagne-beskrivelsen kommer retur til gruppen.

Er kampagnen let/svær at gennemføre?  
Rammer kampagnene mange/få?

**EKSEMPLER PÅ KAMPAGNEIDÉER**

Happening på byens torv, brochure med gode råd inden sommerferierejsen, oplæg til morgensang med statistik, videovejledning til at spotte kopivarer på nettet, sjovt spil, radio-debat-program, instagram-memes med vælgægte-budskaber, et fancy slogan, klistermærker, en artikel til byens avis, nudging på rejsen, etc.

## OPGAVE 3

# PLANLÆG PROJEKTUGEN

**FORMÅL:** Klassen orienteres om projektugens 3 faser, og der dannes grupper. Grupperne introduceres til Bullet Journal, og de planlægger UNDERSØG-fasen.

**TIDSRAMME:** 45 min.

**ELEV MATERIALER:**



Guide til Bullet Journal



Metodekort til  
#UNDERSØG

- OPGAVEN:**
1. Projektugens 3 faser UNDERSØG, SKAB og IVÆRKSÆT bliver præsenteret for klassen.
  2. Klassen danner grupper, fx ved at eleverne vælger sig ind på klassens forskellige kampagneidéer.
  3. Klassen præsenteres for Bullet Journal, hvor de skal dokumentere og reflektere over ugens arbejde med tekst, billeder og film. I Elevhæftet er der en guide til, hvordan den kan udarbejdes.
  4. Hver gruppe planlægger projektugens UNDERSØG-fase (projektugens to første dage) i deres Bullet Journal, og de overvejer:
    - Hvad skal vi vide mere om for at kunne iværksætte vores kampagne-idé?
    - Hvordan kan vi tilegne os viden?
    - Hvad skal vi gøre? Hvem gør det?

Hvornår gør vi det?

Grupperne kan hente inspiration og ideer til UNDERSØG-fasen i Elevhæftet.

En Bullet Journal er kalender, notesbog og lister samlet i én. Ofte er den krydret med små tegninger og farver, der gør den personlig. Det er en måde at tracke fortiden, organisere nuet og planlægge fremtiden.

# PROJEKTUGEN

Grupperne arbejder selvstændigt med missionen igennem de tre faser **UNDERSØG**, **SKAB** og **IVÆRKSÆT**, og læreren giver inspiration, et fagligt benspænd, vejledning og feedback.



1. og 2. dagen

3. og 4. dagen

5. dagen



## OPGAVE 4



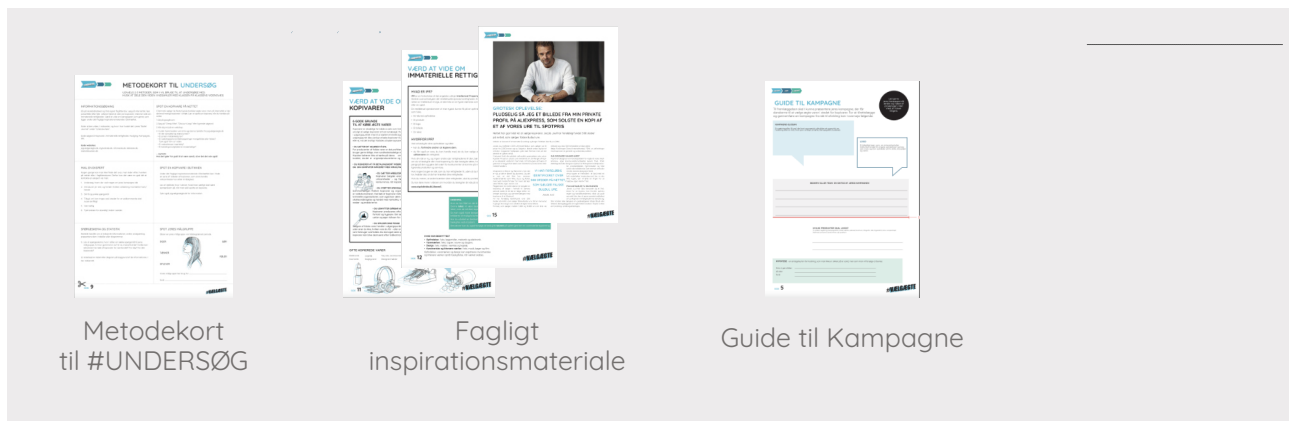
Støt eleverne i at træffe selvstændige valg ift. metoder og fagligt indhold

# KAMPAGNE-IDÉEN

**FORMÅL:** I #UNDERSØG skal grupperne forbedre deres kampagne-idé med ny viden. De skal selvstændigt vælge undersøgelsesmetoder og fagligt indhold, der kan gøre dem klogere på fx kopivarer, rettigheder, kampagners virkemidler, forskellige perspektiver på problemstillingen, etc.

**TIDSRAMME:** 1. og 2. projektdag

## ELEV MATERIALER:



Metodekort til #UNDERSØG

Fagligt inspirationsmateriale

Guide til Kampagne

## OPGAVEN:

1. Grupperne går på jagt efter viden, der kan kvalificere deres kampagne-idé. Grupperne udvælger selv hvilke metoder og fagligt indhold, de ønsker at undersøge. De kan lade sig inspirere af metodekort til #UNDERSØG samt det faglige inspirationsmateriale i Elevhæftet, som bl.a. byder på artikler, videoer, info-plakater, billedmateriale etc. Klassen deler al ny viden på plakaten Klassens vidensvæg.
2. På baggrund af den indsamlede viden beskriver grupperne deres kampagne-idé i Bullet Journal. De kan hente inspiration i Guide til kampagnen i Elevhæftet.
3. Som opsamling på #UNDERSØG præsenterer hver gruppe deres kampagne-idé for klassen og modtager feedback med metoden TAG me!
4. Dagen afsluttes med refleksioner over de to dages arbejde i Bullet Journal.

**TAG me!**  
Tell me something you like  
Ask a question  
Give a suggestion or an idea

## OPGAVE 5

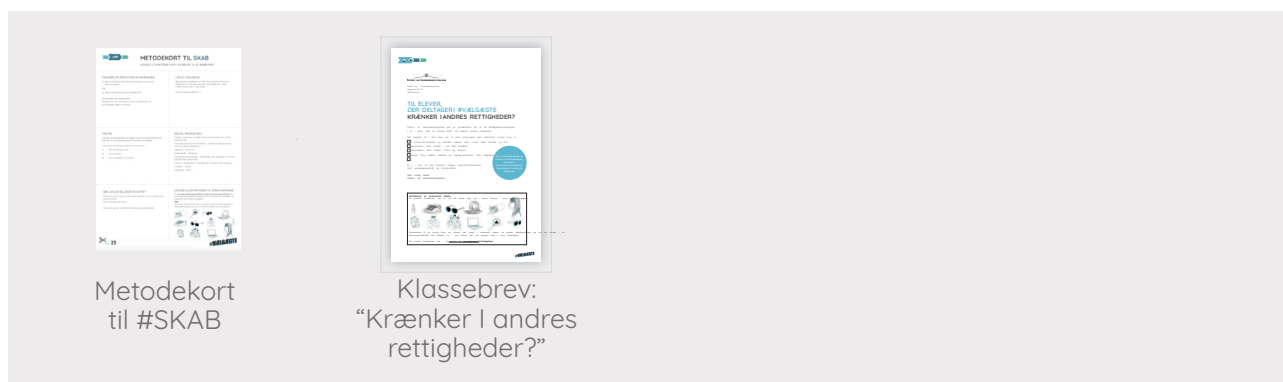


Støt eleverne i at træffe selvstændige valg ift. metoder og fagligt indhold.

# KAMPAGNEN

**FORMÅL:** I #SKAB-fasen producerer grupperne deres #VælgÆgte-kampagner med henblik på, at de skal iværksættes i virkeligheden. Læreren udfordrer grupperne med et fagligt benspænd.

**TIDSRAMME:** 3. og 4. projektdag

**ELEV MATERIALER:**


Metodekort til #SKAB

Klassebrev: "Krænker I andres rettigheder?"

- OPGAVEN:**
1. Grupperne planlægger SKAB-fasen (projektugens 3. og 4. dag), hvor de skal producere kampagnen. Det noteres i Bullet Journal. De kan hente inspiration til valg af metoder til #SKAB-fasen i Elevhæftet. De noterer, hvem der gør hvad, hvornår.
  2. Grupperne producerer deres #VælgÆgte-kampagne med henblik på at iværksætte den for en specifik målgruppe.
  3. På et tidspunkt, når alle grupper er godt i gang med at producere deres kampagner, og når læreren vurderer, at det passer ind, stopper læreren alle grupper i deres arbejde. Læreren fortæller eleverne, at der er kommet en vigtig meddelelse fra Patent- og Varemærkestyrelsen. Klassebrev: "Krænker I andres rettigheder?" udleveres til grupperne, og det læses højt i klassen. Klassen reflekterer over, hvilken betydning det har for deres kampagner, og hver gruppe gennemgår tjeklisten.
  4. Grupperne forbedrer deres kampagner med den nye viden, og de sikrer sig, at de ikke krænker nogens rettigheder.
  5. Som afslutning på dag 4 noterer grupperne deres refleksioner over de sidste dages arbejde i Bullet Journal.

Fagligt benspænd



**PATENT- OG VAREMÆRKESTYRELSEN**

Patent- og Varemærkestyrelsen  
 Helgeshøj Allé 81  
 2630 Taastrup

# KÆRE ELEVER, DER DELTAGER I #VÆLGÆGTE. KRÆNKER I ANDRES RETTIGHEDER?

Patent- og Varemærkestyrelsen gør jer opmærksom på, at de #VælgÆgte-kampagner, I er i gang med at udvikle, IKKE må krænke andres rettigheder.

Gennemgå derfor tjeklisten og sikre jer, at jeres kampagner ikke indeholder ulovlig brug af andres:

- kunstneriske og litterære værker, f.eks. musik, tekst, billeder og film
- personfotos, med mindre I har fået tilladelse
- varemærker, f.eks. logoer, navne og slogans
- design, f.eks. møbler, værktøj og legetøj
- opfindelser, f.eks. mekanik og elektronik

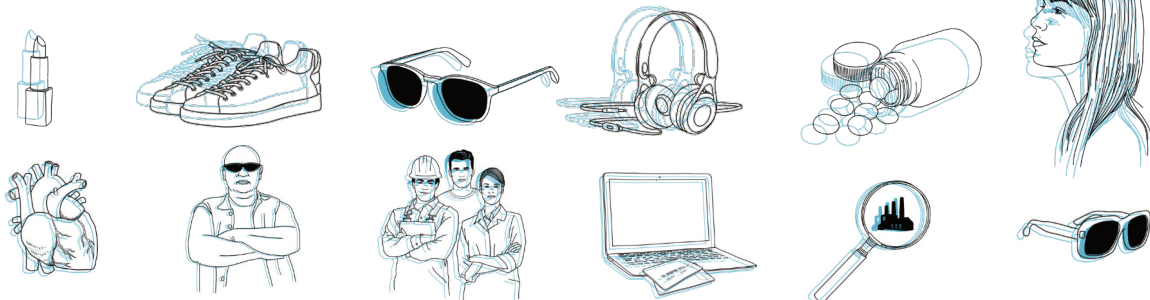
Er I i tvivl, så tjek de faglige inspirationsmaterialer, [jegvælgerægte.dk](http://jegvælgerægte.dk) eller ring på vores hotline tlf. 2260 5687.

Med venlig hilsen  
 Patent- og Varemærkestyrelsen



**ANVENDELSE AF #VÆLGÆGTE GRAFIK**

De grafiske illustrationer, der er vist på denne side, må I gerne benytte i jeres egne kampagner.



Ophavsretten til de øvrige fotos og videoer, der indgår i materialet, tilhører de enkelte rettighedshavere og må kun bruges i undervisningsmaterialet. Det betyder, at I som elever ikke må benytte dem i jeres kampagner.

De anviste illustrationer kan I downloade på [jegvælgerægte.dk](http://jegvælgerægte.dk)

## OPGAVE 6



Støt eleverne i at træffe selvstændige valg ift. metoder og fagligt indhold.

# KAMPAGNE OG FORBERED FREMLÆGGELSE

**FORMÅL:** Grupperne lancerer deres #VælgÆgte-kampagner og undersøger, hvordan de bliver modtaget. Desuden forbereder grupperne deres fremlæggelser.

**TIDSRAMME:** 5. projektdag

## ELEV MATERIALER:



Metodekort til #IVÆRSÆT

- OPGAVEN:**
1. Grupperne planlægger IVÆRSÆT-fasen (projektugens 5. dag), hvor de lancerer deres kampagner og ser, om de virker. Det noteres i Bullet Journal. De kan hente inspiration til valg af metoder til #IVÆRSÆT-fasen i Elevhæftet. De noterer, hvem der gør hvad, hvornår.
  2. Grupperne iværksætter deres #VælgÆgte-kampagne.
  3. Grupperne dokumenterer lanceringen.
  4. Grupperne kan eventuelt dele deres kampagner på sociale medier under hashtagget #VælgÆgte. Husk at eleverne skal tjekke, at de ikke krænker nogens rettigheder.
  5. Som afslutning forbereder grupperne deres projektfremlæggelse og får de sidste ting på plads.

# FREMLÆGGELSE

Grupperne pitcher deres indsigter og løsninger for et autentisk publikum, og læreren evaluerer forløbet og elevernes udbytte sammen med publikum.

## OPGAVE 7

## FREMLÆG

**FORMÅL:** Grupperne fremlægger deres projekter, og deres fremlæggelse bedømmes og fejres af publikum.

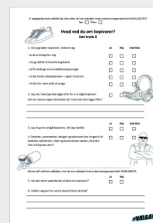
**TIDSRAMME:** + 135 min.

**ELEVATERIALER:**

Bedømmelseskriterier



Bedømmeskort

EFTER-evaluering  
jegovaelgeraegte.dk

- OPGAVEN:**
1. Grupperne gør de sidste forberedelser inden selve fremlæggelserne: Stiller små boder op, dekorerer vægge, etc. De inviterede folk fordeles i små hold, og de introduceres til "Bedømmelseskriterierne" på næste side.
  2. På skift besøger holdene klassens grupper. Hver gruppe får besøg af flere hold, og hver gruppe har:
    - 5 min til pitch
    - 5 min til spørgsmål.
  3. Efter hvert besøg afslutter holdene deres besøg ved at nedskrive en feedback til gruppens arbejde på et Bedømmeskort.
  4. Læreren indsamler Bedømmeskortene, og på baggrund heraf kan læreren udarbejde en skriftlig udtalelse og et standpunkt til alle elever.
  5. Eleverne evaluerer projektet ved at besvare Patent- og Varemærkestyrelsens spørgeskema på jegvaelgeraegte.dk.

Fagligt  
bænsænd

Inviter mange forskellige mennesker til at overvære elevernes fremlæggelser, fx skolens ledelse, forældre, venskabsklasser, virksomheder, lærerne omkring klassen etc.

Autentisk formidling kan noget!

**PRIORITER EVALUERINGEN!**

For at vi som styrelse fortsat kan prioritere at udvikle gratis undervisningsmaterialer af høj kvalitet, har vi brug for evaluering af elevernes læring.

# BEDØMMELSESKRITERIER

Hjælpe-spørgsmål til at kunne vurdere elevernes fremlæggelser.

## ARBEJDSPROCES

- Har gruppen synlige beviser på, at de har truffet fælles beslutninger om indhold, proces og produkt?
- Deltager alle aktivt i gruppearbejdet, hjælper de hinanden, og tager de opgaver på sig?
- Kan gruppen planlægge og styre deres arbejde?
- Har gruppen klare team-roller?
- Har gruppen ført Bullet Journal hver dag, hvor de reflekterer over deres arbejde?

## FAGLIGT INDHOLD

- Har gruppen undersøgt problemet grundigt og f.eks. talt med personer uden for skolen?
- Har gruppen valgt relevante metoder til UNDERSØG, SKAB og IVÆRKSÆT?
- Kan gruppen analysere den indsamlede viden og omsætte den til brugbare argumenter?

## PRODUKT

- Har gruppen udarbejdet en kreativ løsning på, hvordan de kan få danskere til at vælge ægte varer?
- Er gruppens kampagne tilpasset en specifik målgruppe?
- Har gruppen ført kampagnen ud i livet og modtaget feedback fra andre?
- Har gruppen udarbejdet en multimodal Bullet Journal, hvor de med tekst, billeder og film dokumenterer ugens arbejde?

## FREMLÆGGELSE

- Er gruppen fælles om at fremlægge?
- Er gruppens formidling tydelig og veldisponeret?
- Fremlægger gruppen deres problemstilling, arbejdsproces og valg af løsning ?
- Anvender gruppen flere modaliteter i deres præsentation (fx video, lyd, billeder, modeller, kropssprog etc.)?

# BEDØMMELSESKORT

Noter til klassens lærer, der udarbejder en samlet vurdering til eleverne

**GRUPPE:** \_\_\_\_\_

**GRUPPENS LØSNING:** \_\_\_\_\_

Fremlæggelsernes struktur: 5 min. pitch – 5 min. dialog – 5 min. skriftlig feedback

## ARBEJDSPROCES

## FAGLIGT INDHOLD

## PRODUKT

## FREMLÆGGELSE



Unge iværksætter  
kampagner

**#VÆLGÆGTE**