

2. Digitale media en informatie

Subdoel 2: Herkennen hoe je door bronnen beïnvloed kunt worden.

Les 3: Storytelling in reclame

Leerdoel: Studenten leren hoe reclame gebruik maakt van storytelling om een emotionele verbinding met de consument te creëren.

Lesduur

Totale tijd: 15 minuten

- **Introductie:** 1 minuten
 - **Activiteit:** 10 minuten
 - **Bespreking:** 4 minuten
-

Benodigdheden

- Laptops of tablets
 - Vragenblad
-

Les opbouw

1. Introductie (1 minuut)

Leg uit dat er veel verschillende soorten reclames zijn. Vooral in filmpjes zit veel verschil, in sommige reclamefilmpjes wordt veel gebruikgemaakt van storytelling. Vraag of iemand dat kan toelichten.

2. Opdracht (10 minuten)

Laat de studenten de twee voorbeeld reclames bekijken: van Nike en van Adidas. De studenten bekijken de reclames en vullen de vragen op het vragenblad in.

<https://www.youtube.com/watch?v=pwLergHG81c&t=5s> Nike reclame

<https://www.youtube.com/watch?v=2MKtMOPqFh4&t=8s> Adidas reclame

3. Nabespreking (4 minuten)

Bespreek de laatste vragen; Wie vond welke reclame het sterkst? In welke reclame zat de meeste storytelling.



Tips voor de docent

- Schrijf een aantal voorbeelden van emoties die ze zouden kunnen voelen bij het zien van de reclames op het bord.
 - Bij tijd over; Vraag of de studenten voorbeelden kennen van reclames met veel verhaal en laat er een paar zien op het grote scherm.
-

Bijlagen

- Bijlage 2.2.3-1