

2. Digitale media en informatie

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

Les 4: Herhaling in reclame

Leerdoel: Studenten begrijpen hoe herhaling in reclame invloed heeft op het versterken van merkherkenning en aankoopbeslissingen. Ze ontdekken dat ze slogans vaak automatisch herkennen en onderzoeken hoe dat komt.

Benodigheden

- Werkblad met slogans en vragen □ Bijlage 2.2.4-1
 - Pen/potlood
-

Les opbouw

Introductie: De docent stelt een vraag aan de groep, bijvoorbeeld:

- “Wie kan een bekende reclameslogan opnoemen?”
- “Hoe komt het denk je dat je die kent?”

Werkblad: Studenten krijgen een werkblad met bekende slogans waarvan een deel ontbreekt. Ze moeten de slogans aanvullen. Daarna beantwoorden ze op het werkblad 3 reflectievragen.

Bespreking: Klassikaal of in tweetallen: Wat viel op? Kenden ze de slogans echt automatisch? Wat zegt dat over hoe reclame werkt?

Tips voor de docent:

- Leg zo nodig het woord “merkherkenning” kort uit: het idee dat je een merk snel herkent.
 - Als studenten moeite hebben met lezen, lees de slogans en vragen hardop voor of laat ze in duo's werken.
-

Bijlage

- Bijlage 2.2.4-1