

Werbung

Werbeprojekt

Info für Lehrpersonen



Arbeitsauftrag	Die Lehrperson erklärt den Auftrag und bildet die Gruppen. Nachdem die Gruppen eines der beiden Projekte ausgewählt haben, erhalten sie die entsprechende Anleitung dazu. Anschliessend werden die Werbungen präsentiert und bewertet.
Ziel	Die SuS kreieren eine eigene Werbung und wenden dabei die gelernten Inhalte an. Sie werden dazu angehalten, schrittweise und organisiert vorzugehen. Sie lernen Arbeitstechnik, nach Zeitplan und im Team zu arbeiten. Sie lernen Entscheidungen zu treffen und mit Schwierigkeiten umzugehen. Die SuS lernen zudem ihr Produkt zu präsentieren.
Material	Anleitung Radiowerbung Anleitung Plakatwerbung
Sozialform	4er-Gruppen
Zeit	1 Tag

Zusätzliche
Informationen:

- Variante: Die Lehrperson gibt eine kurze Einführung und repetiert die wichtigsten Erkenntnisse der vergangenen Lektionen.

Werbung

Werbeprojekt

Arbeitsblatt



Radiowerbung

Ziel	Produktion einer Radiowerbung mit selbst ausgesuchtem realem oder fiktivem Produkt
Vorgehen	<p>Die Schritte 1–9 werden in einem Protokoll festgehalten. Darin wird drehbuchartig notiert, welches der Inhalt des Texts, des Slogans und des Jingles ist, wie der Text gesprochen wird, wann der Slogan erfolgt, wann der Jingle gesungen wird, wer die Sprecher sind etc.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Die Gruppen tragen in einem Brainstorming ihre Ideen für das Werbeprodukt zusammen. Es sollen keine bereits existierenden Marken verwendet werden! 2. Das Produkt wird ausgewählt. 3. Konzept und Zeitmanagement: Die Gruppe plant und konzipiert das Projekt. Sie bestimmt, wie viel Zeit sie für die einzelnen Schritte braucht. Achtung: Die letzte Stunde ist für die Präsentation reserviert! 4. Die Zielgruppe wird bestimmt. Wen will ich mit der Werbung erreichen? 5. Ideen und Assoziationen zum Produkt werden gesammelt, um den Produktnamen und die Werbebotschaft festlegen zu können. 6. Der Produktname wird bestimmt. 7. Aufgrund der Werbebotschaft wird der Werbetext formuliert. 8. Ein Slogan und ein Jingle zum Produktnamen werden erfunden. Die Gruppe bestimmt einen Sprecher, der den Werbetext und den Slogan spricht. Der Jingle kann von mehreren Personen gesungen werden. 9. Die Gruppe bestimmt einen technischen Aufnahmeleiter, der die Radiowerbung auf ein Kassettengerät aufnimmt. (Die Radiowerbung kann auch gespielt werden. In diesem Fall wird ein Regisseur bestimmt, der die Proben leitet und zusammen mit der Gruppe Verbesserungsvorschläge ausarbeitet.) 10. Proben 11. Aufnahme 12. Präsentation
Zeit	1 Tag (8 Lektionen)
Beurteilung	Bewertet werden die Idee, das Protokoll, die Realisierung und der Gesamteindruck der Werbung.

Werbung

Werbeprojekt

Arbeitsblatt



Plakatwerbung

Ziel	Produktion einer Plakatwerbung mit selbst ausgesuchtem realem oder fiktivem Produkt
Vorgehen	<p>Die Schritte 1–9 werden in einem Protokoll festgehalten. Darin wird genau notiert, welches der Inhalt des Texts und des Slogans ist und wie das Plakat gestaltet wird (Grösse und Platzierung des Produkts, des Texts und des Slogans; Schrift, Farben etc).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Die Gruppen tragen in einem Brainstorming ihre Ideen für das Werbeprodukt zusammen. Es sollen keine bereits existierenden Marken verwendet werden! 2. Das Produkt wird ausgewählt. 3. Konzept und Zeitmanagement: Die Gruppe plant und konzipiert das Projekt. Sie bestimmt, wie viel Zeit sie für die einzelnen Schritte braucht. Achtung: Die letzte Stunde ist für die Präsentation reserviert! 4. Die Zielgruppe wird bestimmt. Wen will ich mit der Werbung erreichen? 5. Ideen und Assoziationen zum Produkt werden gesammelt, um den Produktnamen und die Werbebotschaft festlegen zu können. 6. Der Produktname wird bestimmt. 7. Aufgrund der Werbebotschaft wird der Werbetext formuliert. 8. Ein Slogan zum Produktnamen wird erfunden. 9. Die Gruppe bestimmt einen Zeichner, der das Plakat gestaltet, und jemanden, der für die Beschriftung zuständig ist. 10. Gestalterische Umsetzung 11. Präsentation
Zeit	1 Tag (8 Lektionen)
Beurteilung	Bewertet werden die Idee, das Protokoll, die Realisierung und der Gesamteindruck der Werbung.