



PRODUCTENSPEL



Samenvatting schoolactiviteit

Deze activiteit gaat over marketing. De leerlingen werken in groepjes van 4-5 en bespreken producten.

Samenvatting thuisactiviteit

Ter introductie van de schoolactiviteit is er een thuis activiteit. Bekijk op internet of TV een reclamefilmpje en beantwoord deze vragen:

- Waar wordt in dit filmpje reclame voor gemaakt?
- Wat voor vibe heeft de reclame (bijv. energiek, snel, langzaam)?
- Beschrijf wat voor gevoel je krijgt als je het filmpje bekijkt.

Aantal leerlingen: kan met de hele klas

Leeftijd leerlingen: groep 5-8

Duur activiteit: 60 minuten

Onderwijsmethode:

- Game-based leren: bij deze methode wordt inhoudelijke informatie afgewisseld met een spel, zodat de leerlingen alles goed onthouden en in het dagelijks leven kunnen toepassen.¹

Leerdoelen, kennis: na afloop van de activiteit kunnen de leerlingen:

- het belang van marketing begrijpen;
- de basiselementen van marketing herkennen.

Leerdoelen, vaardigheden:

- Ondernemende mindset
- Communiceren en luisteren

Leerdoelen, houding:

- Ze kunnen elementen uit de marketing herkennen.
- Stimuleren van creativiteit en communicatie.

Materialen

- Digibord
- Kaarten met product en vraag (zie bijlage)
- Potloden

Vorbereiding

- Print de kaarten uit en knip ze

Organisatie

Verdeel de leerlingen in groepjes van 4 tot 5.

¹Europass Teacher Academy. (2020). Game-Based Learning: What Is It? GBL vs Gamification: Types and Benefits. [online]. Beschikbaar op: <https://www.teacheracademy.eu/blog/game-based-learning/>



Lesbeschrijving **Productenspel** 60 minuten

Introductie (15 min)

Laat elk groepje een logo van een bekend merk opzoeken. Laat alle logo's op het digibord zien. Geef de leerlingen even de tijd om de logo's te bekijken en vraag vervolgens:

- Hoe heten deze merken?
- Herken je de logo's?
- Wat valt er op aan deze logo's?
- Beschrijf hoe elk logo er uitziet (kleur, vorm). Waarom denk je dat het bedrijf voor dit logo heeft gekozen? Wat zou de betekenis achter het logo kunnen zijn?

Concludeer samen dat logo's vaak een simpele en duidelijke vorm hebben zonder veel details. Zo onthouden mensen het logo goed. Een logo heeft vaak een betekenis, iets wat belangrijk is voor het bedrijf of waar je het bedrijf aan herkent.

Kies een reclamefilmje uit over een product dat de leerlingen aanspreekt en waarin een boodschap wordt overgebracht en stel de volgende vragen:

- Geef een beschrijving van de reclame (verhaal, kleuren, setting)
- Spelen kleuren een rol in deze reclame? Waarom?
- Wat is de boodschap van de reclame?
- Ben je het eens met die boodschap?
- Wat voor gevoel krijg je bij het filmje (vrolijk, enthousiast, creatief, energiek)?

Leg uit hoe marketing werkt en wat het belang ervan is voor bedrijven.

Bedrijven gebruiken het model van de 4 P's (de marketingmix) om nieuwe producten te promoten. De methode helpt hen om een nieuw product of een nieuwe dienst op de markt te brengen. Ze moeten dan eerst de 4 P's bepalen:

- Product: wat wil je gaan verkopen?
- Prijs: wat wordt de prijs van het product?
- Plek: hoe komt het product (of dienst) bij de klant?
- Promotie: hoe wil je het product gaan verkopen? Bijvoorbeeld door reclame te maken en een herkenbaar logo te ontwerpen en goed na te denken over hoe het product eruit ziet.

Bedrijven moeten ervoor zorgen dat hun nieuwe product of dienst voldoet aan de eisen of wensen van de klanten aan wie ze het product willen verkopen.



Productenspel (15 min)

Leg een stapel kaarten neer, op elke kaart staat een bekend product (bijv. een pakje drinken, een snoepreep) en een vraag die te maken heeft met de 4 P's van marketing (product, prijs, plek, promotie).

- Vorm een groepje van 4 tot 5 leerlingen.
- Leg de stapel kaarten in het midden. Een van de spelers pakt een kaart en leest de vraag hardop voor.
- Iedereen denkt hier even over na, degene die de kaart heeft gepakt geeft als eerste zijn/haar mening.
- Vervolgens heeft iedereen de kans om zijn/haar mening te delen.
- Er is vaak geen goed of fout antwoord, het is belangrijk dat er naar elkaar geluisterd wordt en de mening wordt onderbouwt met een redenering.
- Daarna is degene rechts van deze speler aan de beurt.

Nabespreken (15 min)

Besprek een aantal kaarten klassikaal. Benadruk dat het niet om goed of fout gaat.



1

Pakje vruchtensap

Wie zou dit product eerder kopen? Je vrienden of je ouders?

2

Snoepreep

In de supermarkt zie je een snoepreep in het schap liggen. In het schap ernaast zie je een leuk doosje met dezelfde snoepreep plus een groot, mooi verpakt chocolade-ei. Welke kies je?

3

Chocolade ei

Stel, je hebt een kraampje met chocolade-eieren op het schoolplein. Je wilt graag dat mensen ze kopen. Geef je product een aantrekkelijke naam. Welke naam zou je kiezen? Waarom?

4

Fles ketchup

Waar zou je een fles ketchup in de supermarkt een plek geven? In het schap bij de pasta en de pizza's of bij het snoep? Waarom?

5

Likkoekje

Herken je dit product? Welke slogan zou je kiezen om reclame (promotie) te maken voor dit product? Waarom?

- Likken, proeven, genieten!
- Proef dit heerlijke koekje en geniet ervan!

6

Warme chocolademelk

Samen met je beste maatje wil je warme chocolademelk verkopen om wat extra zakgeld te verdienen. Waar zou je je kraampje neerzetten? Op de kerstmarkt op het plein of bij het zwembad? Waarom?



Colophon

©SENSEE.

This publication is a product of SENSEE (2022-1-NO01-KA220-SCH-000088663), funded with support from the Erasmus+ Programme of the European Union. This publication reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use that may be made of the information contained therein.

Partners

NTNU – Norwegian University of Science and Technology

GrantXpert Consulting

European University Cyprus

NEMO Science Museum

Ustanova Hiša eksperimentov

Kattem skole



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Project number: 2022-1-NO01-KA220-SCH-000088663