FICHA PARA ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EMOCIONAL

PRIMER ANUNCIO (Coca Cola). (En clase)

- ¿Quedan claras cuáles son las ventajas de adquirir este producto y no otro?

- ¿Cuál es la idea central del anuncio (el mensaje que pretende transmitir)? Escríbela en una sola oración.

- ¿Qué elementos del anuncio tienen especial relevancia en esta campaña (imágenes, texto, logotipo, colores, música, personas célebres o expertas...)? Rodéalos con un círculo y escribe 1, 2 y 3 en los tres a los que te parezca que se les concede mayor importancia en el anuncio.

SEGUNDO ANUNCIO (Coca Cola). (Por parejas)

- ¿Quedan claras cuáles son las ventajas de adquirir este producto y no otro?

- ¿Cuál es la idea central del anuncio (el mensaje que pretende transmitir)?

- ¿Qué elementos del anuncio tienen especial relevancia en esta campaña (imágenes, texto, logotipo, colores, música, personas célebres o expertas...)? Rodéalos con un círculo y escribe 1, 2 y 3 en los tres a los que te parezca que se les concede mayor importancia en el anuncio.

TERCER ANUNCIO (Coca Cola) (Individualmente)

- ¿Quedan claras cuáles son las ventajas de adquirir este producto y no otro?

- ¿Cuál es la idea central del anuncio (el mensaje que pretende transmitir)?

- ¿Qué elementos del anuncio tienen especial relevancia en esta campaña (imágenes, texto, logotipo, colores, música, personas célebres o expertas...)? Rodéalos con un círculo y escribe 1, 2 y 3 en los tres a los que te parezca que se les concede mayor importancia en el anuncio.

- ¿Cuál de los tres anuncios de Coca Cola te ha parecido mejor? ¿Por qué? Justificad la opinión usando elementos del lenguaje publicitario.

CUARTO ANUNCIO (Levis). (Debatimos: en grupo de 4)

- ¿Quedan claras cuáles son las ventajas de adquirir este producto y no otro?

- ¿Cuál es la idea central del anuncio (el mensaje que pretende transmitir)?

- ¿Qué elementos del anuncio tienen especial relevancia en esta campaña (imágenes, texto, logotipo, colores, música, personas célebres o expertas...)? Rodéalos con un círculo y escribe 1, 2 y 3 en los tres a los que te parezca que se les concede mayor importancia en el anuncio.

QUINTO ANUNCIO (Sprite). (Individualmente)

- ¿Quedan claras cuáles son las ventajas de adquirir este producto y no otro?

- ¿Cuál es la idea central del anuncio (el mensaje que pretende transmitir)?

- ¿Qué elementos del anuncio tienen especial relevancia en esta campaña (imágenes, texto, logotipo, colores, música, personas célebres o expertas...)? Rodéalos con un círculo y escribe 1, 2 y 3 en los tres a los que te parezca que se les concede mayor importancia en el anuncio.

<u>Reflexiona:</u>

- ¿Qué diferencias encuentras entre el anuncio de Calgón y los de publicidad emocional?

- ¿Qué elementos tienen más importancia en la publicidad tradicional y cuáles son más importantes en la publicidad emocional: las palabras/ las imágenes/ la música/ la presencia de personas conocidas o expertas?

-¿Cuál crees que será más eficaz a la hora de impulsar a la compra, la publicidad tradicional o la emocional?