



Beoordeling 'Reclame maken'

Leerlingen hebben tijdens het reclame maken aan verschillende (film)vaardigheden gewerkt, elke vaardigheid wordt hieronder kort benoemd met daaronder hoe je die vaardigheid kunt beoordelen. Wanneer leerlingen voor het eerst een reclame bedacht en gefilmd hebben dan is het logisch dat ze aan sommige vaardigheden meer aandacht besteed hebben dan aan andere. Je kunt bij het uitdelen van de opdracht ook aangeven dat je op de drie (voor jou) belangrijkste vaardigheden gaat letten in de beoordeling. In elke filmopdracht wordt geacteerd en samengewerkt, deze vaardigheden kun je naar eigen inzicht meenemen in je beoordeling.

Opbouw en inhoud


Als leerlingen de Film in je Vak-les over reclame maken gevolgd hebben (zie QR-code) →  dan hebben ze een klassieke structuur toegepast. De reclame begint met een overdreven slechte situatie, het product wordt geïntroduceerd als 'redding' om vervolgens een overdreven goede situatie te presenteren mét het product. Als leerlingen overdrijving en herhaling hebben toegepast dan zijn ze extra goed bezig geweest. Verder kun je kijken naar hoe origineel de producten zijn en of er een toepasselijke slogan wordt gebruikt. Leerlingen die een geheel eigen draai aan de reclame gegeven hebben scoren natuurlijk ook extra punten!

Filmkaders

Filmkaders gebruik je om je beeldverhaal goed te vertellen. Bekijk deze tutorial om meer te weten te komen over filmkaders: → 

Wanneer de reclame van de leerlingen in meerdere shots is gefilmd, bijvoorbeeld 7 shotwisselingen, dan zijn ze goed bezig geweest. Als je merkt dat leerlingen bewust bepaalde filmkaders hebben ingezet om iets dramatisch of spannend te maken, dan scoren ze extra punten!

Tegenlicht

Door op een slimme manier met het natuurlijk aanwezige licht om te gaan, voorkom je dat je shots last hebben van tegenlicht. Deze tutorial legt dat uit: → 

Een film zonder tegenlichtproblemen heeft een constante beeldkwaliteit en laat gezichtsuitdrukkingen goed zien.

Montage

Wanneer leerlingen voor het eerst een reclame gemonteerd hebben, dan kun je erop letten of alle shots op een logische manier achter elkaar staan en of de shots niet te lang duren (op die manier herken je of de shots zijn ingekort of alleen zijn geplaatst). Een extra creatieve montage herken je aan leuke titels of extra teksten tussendoor, geluidseffecten, passende muziek en een vlotte 'vertelling'.

Mede mogelijk gemaakt door:



film in je vak