

SENSE	TITRE	
	Marketing Olfativo	
		 45 minutes
AUTEUR	LES MOTS CLÉS	LANGUE
Esther Alonso	Marketing	Spanish
NIVEAU	GROUPE D'ÉLÈVES	ÂGE
B2	Lycée	17-18
COMPÉTENCES		
• Globale	• Production Orale	
• Compréhension orale	• Expression Écrite	
• Expression orale	• Compréhension Écrite	
OBJECTIFS		
COMMUNICATIFS	• Ser capaz de explicar en español cómo los aromas pueden influir en los consumidores.	
LANGAGIERS	• Vocabulario relacionado con el sentido del olfato y con las emociones	
CULTURELS	• Descubrir una empresa española que utiliza un tipo de marketing innovador	
MÉTHODOLOGIE	• Presentación oral de un video. • Análisis de las técnicas de márketing de una empresa (descripción de los olores y asociación con los valores de la empresa). • Akewuele sur Vimeo	
RESSOURCES	Fotograma del video  • Videoprojector • Powerpoint	
ICT TOOL		

DESCRIPTION DES ACTIVITÉS										
Entrée	5'	Antes de ver el video: a partir del título y de la foto imagina de qué va a hablar el video y completa un cuadro con las palabras que crees que pueden escucharse (palabras del título, palabras relacionadas). <table><tr><td><u>Palabras del título</u></td><td><u>Palabras relacionadas</u></td></tr><tr><td>.....</td><td>.....</td></tr><tr><td>.....</td><td>.....</td></tr><tr><td>.....</td><td>.....</td></tr></table>	<u>Palabras del título</u>	<u>Palabras relacionadas</u>						
<u>Palabras del título</u>	<u>Palabras relacionadas</u>									
.....										
.....										
.....										
Salade	15'	Activité 1 • Ve el video (2 veces), anota otras palabras en el cuadro y tacha las que no hayas oído. • si estas afirmaciones son verdaderas o falsas. Justifica tu respuesta. a) El 5% de nuestros pensamientos están basados en olores. b) Los aromas influyen en los consumidores a nivel emocional. c) Está empresa quiere innovar en el márketing olfativo. d) Esta empresa cuenta con expertos para cada una de las áreas. • Escribe los sustantivos utilizados para describir el olor de una marca. • Presenta el laboratorio de esta empresa. • Di en qué se basan para innovar.								
Le plat principal	10'	Activité 2 Actividad 2: Completa la ficha de la empresa (nombre, tipo de marketing, servicio propuesto, lema).								
Dessert	10'	Activité 3 Actividad 3: Expresión oral: comenta el lema de la empresa: “Despertar emociones es nuestra forma de comunicación”.								
Sourire	5'	Reflexión final y puesta en común con ayuda de una pregunta en Mentimeter: ¿Te parece eficaz este tipo de márketing? Justifica.								



Attribution: Original activity from Erasmus + LANSEN Project

Artificial intelligence aided

Cofunded 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.

ÉVALUATION

EVALUACIÓN FORMATIVA: presenta al oral a la clase otra empresa que utilice un tipo de marketing innovador basado en uno de los cinco sentidos.

- Sigue el modelo de la ficha de la empresa que hemos trabajado en clase.
- Comenta el lema de la empresa si lo tiene y si no inventa uno justificando tu elección.
- Da tu punto de vista sobre la eficacia de la apuesta de marketing de esta empresa señalando los puntos positivos o negativos.

Tabla de evaluación — Nota final: /20

Criterios de evaluación	Descripción	Puntos
1. Respeto de las instrucciones	Cumplimiento de la consigna, del tema, del formato solicitado y de la extensión requerida.	/5
2. Precisión lingüística	Corrección gramatical y sintáctica: construcción de las oraciones, concordancia sujeto-verbo, tiempos verbales, artículos y preposiciones.	/3
3. Rango y precisión léxica	Variedad y exactitud del vocabulario, especialmente de los adjetivos sensoriales y emocionales. Uso de expresiones y lenguaje figurado como <i>huele a...</i> , <i>aromas de...</i> , <i>fragante</i> o <i>penetrante</i> .	/3
4. Estructura y coherencia	Organización clara del texto: introducción, desarrollo y conclusión. Fluidez lógica de las ideas y uso adecuado de conectores como <i>primero</i> , <i>mientras que</i> , <i>sin embargo</i> y <i>finalmente</i> .	/3
5. Expresión y estilo	Claridad y ritmo del texto. Capacidad para crear una atmósfera, despertar emociones y atraer al lector mediante imágenes sensoriales y un tono personal.	/3
6. Creatividad	Originalidad de las ideas, implicación personal y profundidad emocional.	/3
	Nota final	/20



Attribution: Original activity from Erasmus + LANSEN Project

Artificial intelligence aided

Cofunded 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.