UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: PUBLICIDAD RADIAL
Código: FLC0253
Paralelo: A, A, B, B
Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017
Profesor: PIEDRA CARDOSO JORGE ERNESTO
Correo electrónico jpiedra@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
5				5

Prerrequisitos:

Código: FLC0243 Materia: PUBLICIDAD I
Código: FLC0246 Materia: PRODUCCION DE FORMATOS DE RADIO

2. Descripción y objetivos de la materia

La materia se justifica porque uno de los perfiles más productivos y con mayor campo profesional del futuro comunicador es la publicidad. Dentro de ella, la publicidad radial es, con seguridad, una de las primeras y más beneficiosas actividades profesionales que realiza el nuevo profesional.

Si en nuestro medio contamos con más de 70 emisoras de radio, de las cuales hay unas 50 con programación generada desde Cuenca; y, si además, las necesidades publicitarias de los anunciantes locales para radio son permanentes, esta materia pretende preparar a los estudiantes en el mundo de la retórica radial.

Hay una clara relación con todas las materias de la escuela que tratan el tema de la publicidad, así como también con la ética, la redacción y la investigación, entre otras.

3. Contenidos

1.	**La Publicidad Radial**
1.01.	Creatividad, proceso y producto (3 horas)
1.02.	Redacción publicitaria de radio: técnicas (3 horas)
1.03.	Locución publicitaria. (3 horas)
1.04.	Producción de spots: brief, mostro, producto final. (11 horas)
1.05.	Trabajos prácticos. (12 horas)
2.	**El Plan de Medios**
2.01.	Las agencias de publicidad y su relación con la radio. (2 horas)
2.02.	Tarifas publicitarias en radio. Investigación de medios idóneos (sondeos, encuestas). Costos por mil. (3 horas)
2.03.	Tipos de campaña y definición de presupuestos. (2 horas)
2.4.	Plan de Medios (3 horas)
2.5.	Trabajos prácticos (10 horas)
3.	**La Radio Comercial**
3.1.	Realidad comercial de la radio ecuatoriana. Administración de una radio. (2 horas)
3.02.	Vínculos contractuales y laborales con la radio. Tipos de relaciones comerciales. (2 horas)
3.3.	Elaboración de proyectos de programas de radio autofinanciados. (2 horas)
4.4.	Trabajo final: elaboración de un programa. (17 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
av. Analiza, estructura y elabora productos radiales con un enfoque publicitario.	
-Ejecuta planes para el pautaje publicitario en los medios de comunicación.	-Trabajos prácticos - productos
-Produce publicidades radiales que cumplen con los lineamientos y objetivos del cliente.	-Trabajos prácticos - productos
-Reconoce los detalles de las prácticas económicas de las radios para la venta publicitaria y sus relaciones con las agencias de publicidad y relacionistas públicos.	-Informes -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	La Publicidad Radial		APORTE 1	10	
Trabajos prácticos - productos	El Plan de Medios		APORTE 2	10	
Informes	La radio comercial		APORTE 3	10	
Trabajos prácticos - productos	Todos		EXAMEN	20	
Trabajos prácticos - productos	Todo lo aprendido en el ciclo	El Plan de Medios, La Publicidad Radial, La Radio Comercial	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

Los métodos empleados en la materia son enfocados en el aprendizaje de habilidades con base en ejemplos, potenciación de la creatividad e imaginación para la persuasión. Para el efecto se combinarán clases magistrales con trabajos individuales y colaborativos, la práctica para desarrollar destrezas y la elaboración de trabajos finales e informes.

Criterios de Evaluación

Se calificarán los resultados de los trabajos encomendados, su calidad técnica, sobre todo, la capacidad imaginativa y creativa de los estudiantes.

¿ No descuidaremos aspectos de apariencia formal como la buena ortografía y la presentación.

¿ Producción de varios spots publicitarios.

¿ Elaboración de un plan de medios.

¿ Elaboración de programas radiales.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
WILLIAM F ARENS, MICAHEL F WEIGOLD, CIRSTIAN ARENS	Mc Graw Hill	PUBLICIDAD	2008	NO INDICA

Web

Autor	Título	URL
Perelló-Oliver, Salvador	Proqwest	http://search.proquest.com/docview/1080969605?
Vázquez Gestal,	Revista Latina De Comunicación Social	http://www.ull.
Daccach, José Camilo	Proqwest	http://search.proquest.com/docview/467162606?
Farías, Juan	Biblioteca Virtual Miguel De Cervantes	http://www.cervantesvirtual.com/obra/la-creacion-literaria-

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
MARTÍNEZ, MARÍA PILAR, ELSA MORENO	Ariel	PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA	2004	84-344-1299-3
CEBRIÁN HERREROS, MARIANO	Gedisa	LA RADIO EN LA CONVERGENCIA MULTIMEDIA	2001	84-7432-892-6
CARO, FRANCISCO J.	Mc Graw Hill	GESTIÓN DE EMPRESAS INFORMATIVAS	2007	978-84-481-5604-6
YAGUANA, HERNÁN Y WASHINGTON DELGADO	Quipus	85 AÑOS DE RADIODIFUSIÓN EN ECUADOR	2014	978-9978-55-115-8
RODERO ANTÓN, EMMA, CARMEN MARÍA ALONSO, JOSÉ ÁNGEL FUENTES	Ariel	LA RADIO QUE CONVENCE. MANUAL PARA CREATIVOS Y LOCUTORES PUBLICITARIOS	2004	84-344-1301-9
Ma. Àngeles Gonzàlez Lobo y Enrique Carrero Lòpez	ESIC	Manual de planificaciòn de medios	2002	978-84-7356-523-3
Armand Balsebre, José Ma. Riacaurte; Juan José Perona, David Roca, Mari Luz Barbeito y Anna Fajula	Ediciones Cátedra	Los mitos de la publicidad radiofònica	2006	84-376-2291-3
Xosé Ramón Pausa; Hernán Antonio Yaguana	Ediciones y Publicaciones	La Radio, un medio en evolución	2013	978-84-1554-49-4

Web

Software

Autor	Título	URL	Versión
Adobe Systems Incorporated	Adobe Audition	A través del profesor	CS6

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 09/09/2016

Estado: Aprobado