UNIVERSIDAD DEL AZUAY

# FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
# ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

## 1. Datos generales

**Materia:** PUBLICIDAD RADIAL
**Código:** FLC0253
**Paralelo:**
**Periodo :** Septiembre-2018 a Febrero-2019
**Profesor:** GUILLERMO RIOS VICTOR HUGO
**Correo electrónico** hguiller@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** |
| 1.1 | Creatividad, proceso y producto (3 horas) |
| 1.2 | Redacción publicitaria de radio: técnicas (3 horas) |
| 1.3 | Locución publicitaria. (3 horas) |
| 1.4 | Producción de spots: brief, mostro, producto final. (11 horas) |
| 1.5 | Trabajos prácticos. (12 horas) |
| **2** | **El Plan de Medios** |
| 2.1 | Las agencias de publicidad y su relación con la radio. (2 horas) |
| 2.2 | Tarifas publicitarias en radio. Investigación de medios idóneos (sondeos, encuestas). Costos por mil. (3 horas) |
| 2.3 | 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 | Vínculos contractuales y laborales con la radio. Tipos de relaciones comerciales. (2 horas) |
| 3.2 | Realidad comercial de la radio ecuatoriana. Administración de una radio. (2 horas) |
| 3.3 | Elaboración de proyectos de programas de radio autofinanciados. (2 horas) |
| 3.4 | 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. | -Prácticas de laboratorio<br>-Trabajos prácticos - productos |
| -Produce publicidades radiales que cumplen con los lineamientos y objetivos del cliente. | -Prácticas de laboratorio<br>-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<br>-Prácticas de laboratorio<br>-Trabajos prácticos - productos |

### Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|---|---|---|---|---|---|
| Informes | La Radio Comercial0<br>TEMA 3.1 Vínculos contractuales y laborales con la radio. Tipos de relaciones comerciales. 2<br>TEMA 3.2 Realidad comercial de la radio ecuatoriana. Administración de una radio. 2<br>TEMA 3.3 Elaboración de proyectos de programas de radio autofinanciados. 2<br>TEMA 3.4 Trabajo final: elaboración de un programa. | La Radio Comercial | APORTE 2 | 10 | Semana: 10 (19/11/18 al 24/11/18) |
| Prácticas de laboratorio | Examen | La Radio Comercial | APORTE 3 | 20 | Semana: 11 (26/11/18 al 01/12/18) |
| Informes | Examen | La Radio Comercial | EXAMEN | 20 | Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019) |
| Informes | Supletorio | La Radio Comercial | SUPLETORIO | 20 | Semana: 21 ( al ) |

### Metodología

Se expica en clase los trabajos y tareas que se deben cumplir
Se muestra trabajos ya elaborados para la realización posterior de sus propios trabajos
Se practican en los laboratorios como debe realizarse los trabajos
Se producen, los trabajos preliminares
Audicion de varios ejemplos para su aplicacion
Pre producción producción y post producción.

### Criterios de Evaluación

Se toma en cuenta la participacion de cada estudiante en la preparacion de su tarea
La calidad del producto, la variedad, la cerativdad el ingenio
La buena redacción y presentación tanto escrita como de presentación final

## 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 |
|---|---|---|

| 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

### Web

### Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 14/09/2018

Estado: Aprobado