UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: PUBLICIDAD RADIAL
Código: FLC0253
Paralelo:
Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020
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**
1.1	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.	-Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
-Produce publicidades radiales que cumplen con los lineamientos y objetivos del cliente.	-Resolución de ejercicios, casos y otros -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.	-Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Producción de una cuña publicitaria de radio		APORTE	5	Semana: 3 (23/09/19 al 28/09/19)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Producción de varias cuñas para campaña públictaria		APORTE	10	Semana: 7 (21/10/19 al 26/10/19)
Trabajos prácticos - productos	Producción de un plan de medios para radio		APORTE	15	Semana: 16 (al)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de un caso relacionado a la pauta publicitaria de radio		EXAMEN	20	Semana: 19 (13/01/20 al 18/01/20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de casos relacionados con la pauta publicitaria de radio		SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

Se explica 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
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 cerativiidad 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
De Anda y Ramos, Francisco	trillas	La Radio: El despertar del gigante	2003	968-24-6879-5
Martínez, María Pilar, Elsa Moreno	Ariel	Programación Radiofónica	2004	84-344-1299-3
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
Schulberg, Bob	Mc Graw Hill	Publicidad radiofónica	1992	0-8442-3130-4

Web

Autor	Título	URL
Perelló-Oliver, Salvador	Proqwest	http://search.proquest.com/docview/1080969605?

Autor	Título	URL
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

Autor	Título	URL	Versión
Adobe	Adobe Audition		3.0 y más

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 03/09/2019

Estado: Aprobado