



Fecha Aprobación:
12/09/2013

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFIA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

Sílabo

1. Datos generales

Materia: PUBLICIDAD RADIAL

Código: FLC0253

Créditos: 5

Nivel: 5

Paralelo: A5-CMS

Eje de formación: PROFESIONAL

Periodo lectivo: PERIODO SEP/2013 - FEB/2014

Total de horas: 80

Profesor: PIEDRA CARDOSO JORGE ERNESTO

Correo electrónico: jpiedra@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

FLC0243 PUBLICIDAD I

FLC0246 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

- 4.4. Trabajo final: elaboración de un programa. (17 horas)
- 3.02. Vínculos contractuales y laborales con la radio. Tipos de relaciones comerciales. (2 horas)
- 3.1. Realidad comercial de la radio ecuatoriana. Administración de una radio. (2 horas)
- 3.3. Elaboración de proyectos de programas de radio autofinanciados. (2 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

<i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>	<i>Evidencias</i>
av. Analiza, estructura y elabora productos radiales con un enfoque publicitario.	
- Ejecuta planes para el pautaaje publicitario en los medios de comunicación.	- Informes
- Produce publicidades radiales que cumplen con los lineamientos y objetivos del cliente.	- MP3 - Avances de proyectos
- 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.	- CDs

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

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, pero 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 un programa radial.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- De Anda y Ramos, Francisco.(2003). La Radio: El despertar del gigante. México: Trillas. Por medio del docente.
- Martínez, María Pilar, Elsa Moreno.(2004). Programación Radiofónica. España: Espela. Por medio del docente.
- Rodero Antón, Emma, Carmen María Alonso, José Ángel Fuentes.(2004). La Radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios. España: Ariel. Por medio del docente.
- Schulberg, Bob.(1992). Publicidad radiofónica. México: McGraw Hill. A través del profesor.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Daccach, José Camilo. Obtenido de ProQwest: <http://search.proquest.com/docview/467162606?accountid=36552>.
- Farías, Juan. Obtenido de Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/la-creacion-literaria-en-la-radio--0/>.
- Vázquez Gestal, Montserrat. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/zenlatina37/139gestal.htm>.
- Perelló-Oliver, Salvador. Obtenido de ProQwest: <http://search.proquest.com/docview/1080969605?accountid=36552>.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **12/09/2013**

APROBADO