



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: PUBLICIDAD RADIAL
Código: FLC0253
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020
Profesor: GUILLERMO RIOS VICTOR HUGO
Correo electrónico: hguiller@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

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

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.

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.

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Creatividad, proceso y producto
1.2	Redacción publicitaria de radio: técnicas
1.3	Locución publicitaria.
1.4	Producción de spots: brief, mostro, producto final.
1.5	Trabajos prácticos.
2.1	Las agencias de publicidad y su relación con la radio.
2.2	Tarifas publicitarias en radio. Investigación de medios idóneos (sondeos, encuestas). Costos por mil.
2.3	Tipos de campaña y definición de presupuestos.
2.4	Plan de Medios
2.5	Trabajos prácticos
3.1	Vínculos contractuales y laborales con la radio. Tipos de relaciones comerciales.

3.2	Realidad comercial de la radio ecuatoriana. Administración de una radio.
3.3	Elaboración de proyectos de programas de radio autofinanciados.
3.4	Trabajo final: elaboración de un programa.

5. 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.	-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	La Publicidad Radial 0 TEMA 1.1 Creatividad, proceso y producto 3 TEMA 1.2 Redacción publicitaria de radio: técnicas	La Publicidad Radial	APORTE	5	Semana: 2 (16-SEP-19 al 21-SEP-19)
Trabajos prácticos - productos	Locución publicitaria. 3 TEMA 1.4 Producción de spots: brief, mostro, producto final. 11 TEMA 1.5 Trabajos prácticos.	La Publicidad Radial	APORTE	10	Semana: 5 (07-OCT-19 al 10-OCT-19)
Trabajos prácticos - productos	El Plan de Medios 0 TEMA 2.1 Las agencias de publicidad y su relación con la radio. 2 TEMA 2.2 Tarifas publicitarias en radio. Investigación de medios idóneos (sondeos, encuestas). Costos por mil. 3 TEMA 2.3 Tipos de campaña y definición de presupuestos. 2 TEMA 2.4 Plan de Medios	El Plan de Medios	APORTE	5	Semana: 8 (28-OCT-19 al 31-OCT-19)
Trabajos prácticos - productos	La Radio Comercial 0 TEMA 3.1 Vínculos contractuales y laborales con la radio. Tipos de relaciones comerciales. 2 TEMA 3.2 Realidad comercial de la radio ecuatoriana. Administración de una radio. 2 TEMA 3.3 Elaboración de proyectos de programas de radio autofinanciados.	La Radio Comercial	APORTE	10	Semana: 11 (18-NOV-19 al 23-NOV-19)
Trabajos prácticos - productos	Examen practico Caso practico. Cliente, cuña plan	La Radio Comercial	EXAMEN	20	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Trabajos prácticos - productos	caso practico. Cliente, cuña, plan	La Radio Comercial	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
WILLIAM F ARENS, MICHAEL F WEIGOLD, CHRISTIAN 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	Proquest	http://search.proquest.com/docview/1080969605?accountid=36552
Vázquez Gestal, Montserrat	Revista Latina De Comunicación Social	http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/zenlatina37/139gestal.htm
Daccach, José Camilo	Proquest	http://search.proquest.com/docview/467162606?accountid=36552
Farías, Juan	Biblioteca Virtual Miguel De Cervantes	http://www.cervantesvirtual.com/obra/la-creacion-literaria-en-la-radio-0/

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Autor	Título	Url	Versión
Adobe	Adobe Audition		3.0 y más

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **10/09/2019**

Estado: **Aprobado**