



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: PRODUCCIÓN PARA LA RADIO
Código: CMN0502
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2022 a Febrero-2023
Profesor: GUILLERMO RIOS VICTOR HUGO
Correo electrónico: hguiller@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 80		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	16	0	80	160

Prerrequisitos:

Código: CMN0402 Materia: COMUNICACIÓN RADIAL

2. Descripción y objetivos de la materia

Manejo de guiones y elaboración de programas en nuevos formatos. Preproducción, producción y posproducción. Manejo de edición y producción de diferentes programas. Formatos radiales

Aprueba, estructura y elabora productos radiales. Identifica y realiza programas con nuevos formatos y técnicas radiales.

Identifica las técnicas de la producción de los formatos de radio. Identifica y realiza programas con nuevos formatos y técnicas radiales.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1.2	Redacción publicitaria de radio: técnicas
1.3	Locución publicitaria
1.4	Producción de spots: brief, mostro, producto final
1.5	Trabajos prácticos
1.100000000000000001	Creatividad, proceso y producto
2.1	Las agencias de publicidad y su relación con la radio
2.4	Plan de Medios
2.5	Trabajos prácticos
2.200000000000000002	Tarifas publicitarias en radio. Investigación de medios idóneos (sondeos, encuestas). Costos por mil
2.29999999999999998	Tipos de campaña y definición de presupuestos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	<p>Tipos de campaña y definición de presupuestos (2 horas) 2 Lunes 05 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 02 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>3 CAPITULO La Radio Comercial</p> <p>3.1 TEMA Vínculos contractuales y laborales con la radio. Tipos de relaciones comerciales (2 horas) 2 Lunes 05 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 07 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>3.2 TEMA Realidad comercial de la radio ecuatoriana. Administración de una radio (2 horas) 2 Miércoles 07 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 09 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>3.3 TEMA Elaboración de proyectos de programas de radio autofinanciados (2 horas) 2 Lunes 12 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>4 CAPITULO Podcasts o programas radiales</p> <p>4.0999999999999996 TEMA Elaboración, producción de programas de audio semanales, revisión y calificación durante el ciclo (22 horas) 22 Lunes 02 Horario: 10-11, 9-10 Lunes 09 Horario: 10-11, 9-10 Lunes 19 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 04 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 11 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 14 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 21 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 06 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 13 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 16 Horario: 10-11, 9-10</p>	<p>La Radio Comercial, Podcasts o programas radiales</p>	<p>APORTE</p>	<p>10</p>	<p>Semana: 22 (al)</p>
<p>Trabajos prácticos - productos</p>	<p>1.2 TEMA Redacción publicitaria de radio: técnicas (3 horas) 3 Lunes 19 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 21 Horario: 10-</p>	<p>La Publicidad Radial</p>	<p>APORTE</p>	<p>10</p>	

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	11, 9-10				
Trabajos prácticos - productos	<p>1.3 TEMA Locución publicitaria (3 horas) 3 Lunes 26 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 21 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 23 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>1.4 TEMA Producción de spots: brief, mostro, producto final (11 horas) 11 Lunes 03 Horario: 10-11, 9-10 Lunes 26 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 05 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 12 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 28 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 07 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 30 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>1.5 TEMA Trabajos prácticos (12 horas) 12 Lunes 17 Horario: 10-11, 9-10 Lunes 24 Horario: 10-11, 9-10 Lunes 31 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 19 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 26 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 14 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 21 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 28 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>1.1000000000000001 TEMA Creatividad, proceso y producto (3 horas) 3 Lunes 31 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 02 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>2 CAPITULO El Plan de Medios</p> <p>2.1 TEMA Las agencias de publicidad y su relación con la radio (2 horas) 2 Lunes 07 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>2.4 TEMA Plan de Medios (3 horas) 3 Miércoles 09 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 11 Horario: 10-11, 9-10</p> <p>2.5 TEMA Trabajos prácticos (10 horas) 10 Lunes 14 Horario: 10-11, 9-10</p>	El Plan de Medios, La Radio Comercial	APORTE	10	

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	<p>Lunes 21 Horario: 10-11, 9-10 Lunes 28 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 16 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 23 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 25 Horario: 10-11, 9-10 2.2000000000000002 TEMA Tarifas publicitarias en radio. Investigación de medios idóneos (sondeos, encuestas). Costos por mil (3 horas) 3 Lunes 28 Horario: 10-11, 9-10 Miércoles 30 Horario: 10-11, 9-10 2.2999999999999998 TEMA Tipos de campaña y definición de presupuestos (2 horas) 2 Lunes 05 Horario: 10-11, 9-10 Viernes 02 Horario: 10-11, 9-10</p>				
	Examen de conocimientos sobre la materia tratada	La Publicidad Radial, El Plan de Medios, La Radio Comercial, Podcasts o programas radiales	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (22-01-2023 al 28-01-2023)
	Examen sobre la maetría tartada en el ciclo	La Publicidad Radial, El Plan de Medios, La Radio Comercial, Podcasts o programas radiales	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
En los trabajos deben ser creativos: grabaciones y edición musicalización, producción sin errores. Trabajo final con buenos contenidos y de acuerdo a las especificaciones que se solicita.	Autónomo
Se realizará varias audiciones con ejemplos audibles en cada tema tratado para una mejor comprensión y análisis de lo que se pida realizar a los estudiantes. Se preparará clases casi en su mayoría prácticas para una mejor comprensión. Se visitará algunas agencias productoras de publicidad para que se comprenda los procesos de creación y puesta en marcha la cuña. el spot o el jingle que se pretende realizar. De ser posible se invitara a varios especialistas en áreas determinadas en los temas a tratar en el presente ciclo.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Se evaluará. La buena grabación de voces (locución y sus facetas) El texto elemento importante. El guion creativo y sus varias razones y especificidades. Los procesos de creación y la imaginación. El ingenio con la publicidad y la radio. La edición en el comercial y sus características La producción El proceso de pauta en la radio y su tratamiento	Autónomo
Se evaluará de acuerdo a los criterios descritos en la parte autónoma y también. los trabajos en clases. deben cumplir con todas las tareas que se propondran a lo largo del ciclo. Siempre se les indicara bajo qué parámetros y rúbricas se calificarán las tareas.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
CEBRIÁN HERREROS, MARIANO	Gedisa	LA RADIO EN LA CONVERGENCIA MULTIMEDIA	2001	84-7432-892-6
Rodero Antón, Emma, Carmen María Alonso, José Ángel Fuentes	Ariel	La Radio que Convence.	2004	
William F. Arens ; Michael F. Weigold	Mc Graw Hill	Publicidad	2008	978-10-6668-5

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Cebrián Herreros Mariano	gedisa	La radio en la convergencia multimedia	2016	84-7432-892-6
Tito Ballesteros López Graciela Martínez Matías	Ediciones CIESPAL	¡La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro	2019	978-9978-55-183-7
Tito Ballesteros López Oscar E. Bosetti Graciela Martínez Matías	Ediciones CIESPAL	ENSEÑAR Y APRENDER LA RADIO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE Radiografías de este presente	2019	978-9978-55-191-2

Web

Software

Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
Chávez Yépez, Howard	Uniandes EPISTEME.	Impacto de la publicidad radial en las	2020	http://45.238.216.13

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **14/09/2022**

Estado: **Aprobado**