



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: PRODUCCIÓN PARA LA RADIO
Código: CMN0502
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2022 a Febrero-2023
Profesor: GUERRERO BACUILIMA MAYRA XIMENA
Correo electrónico: xguerrero@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

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
4.0999999999999999 999996	Elaboración, producción de programas de audio semanales, revisión y calificación durante el ciclo

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

bc. Aprecia, estructura y elabora productos radiales

Evidencias

-Identifica las técnicas de la producción de los formatos de radio.

-Prácticas de laboratorio
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Producción radial para la publicidad. Presentación de trabajos.	La Publicidad Radial, El Plan de Medios	APORTE	10	Semana: 6 (24-OCT-22 al 29-OCT-22)
Prácticas de laboratorio	Presentación de un brief de campaña radial	El Plan de Medios	APORTE	10	Semana: 15 (al)
Trabajos prácticos - productos	Presentación del avance del proyecto final de campaña radial	La Radio Comercial, Podcasts o programas radiales	APORTE	10	Semana: 16 (02-ENE-23 al 07-ENE-23)
Trabajos prácticos - productos	Presentación del trabajo final de campaña publicitaria radial.	El Plan de Medios, La Radio Comercial, Podcasts o programas radiales	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (22-01-2023 al 28-01-2023)
Trabajos prácticos - productos	Segunda presentación del trabajo final de producción de campaña radial.	El Plan de Medios, La Radio Comercial, Podcasts o programas radiales	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Los estudiantes deberán desarrollar sus habilidades críticas, analíticas creativas para la producción y gestión radial mediante la aplicación de actividades como el trabajo autónomo y grupos de aprendizaje colectivo. Con base en los conocimientos y casos propuestos en clases, los estudiantes desarrollarán productos propios que profundicen su desempeño en el mundo de la radio.	Autónomo
La materia seguirá la taxonomía de Bloom atendiendo a la dimensión cognitiva en todos sus niveles: conocer, comprender, aplicar, analizar, crear y evaluar. De esta manera los estudiantes irán aplicando todos los niveles en cada capítulo. En el primer nivel se explicará conceptos, modelos y estrategias a través de lecturas y el análisis de material audiovisual. Luego se realizarán mesas de diálogo y trabajos autónomos, en clase así como en medios digitales, para desarrollar la comprensión y capacidad del alumno para la producción y gestión radial.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
El estudiantado trabajará a lo largo de todo el ciclo cada uno de los componentes presentados en el aula. Los trabajos serán evaluados a nivel de creatividad, cumplimiento a tiempo y calidad de producción.	Autónomo
El contenido presentado en el aula será evaluado a la par con los trabajos producidos. El componente teórico tendrá su reforzamiento a través de los avances presentados en el trabajo de clase y trabajo autónomo.	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: **12/09/2022**

Estado: **Aprobado**