



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: PRODUCCIÓN PARA LA RADIO
Código: CMN0502
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2023 a Febrero-2024
Profesor: PACHECO ESCANDON WILMER GUSTAVO
Correo electrónico: gpacheco@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

1.1	Redacción publicitaria de radio: técnicas
1.2	Locución comercial, doblaje de voces, voz en off
1.3	Producción de spots, cuñas y jingles comerciales: brief, mostro (demo), producto final
1.4	Herramientas digitales e inteligencia artificial para audio
1.5	Formatos de publicidad radial: cuña, jingle, menciones en vivo, espacios pagados, entrevistas comerciales, publicidad nativa, auspicios en formatos digitales
1.6	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). Costo por mil
2.3	Tipos de campaña y definición de presupuestos
2.4	Venta directa de publicidad

2.5	Contratos de coproducción, venta por comisión
2.6	Contrato de publicidad radial (canje, pago)
2.7	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	Trabajos prácticos
4.1	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.

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Prácticas de laboratorio
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Elaboración de una cuña radial a partir del texto, grabación, edición y producción.	PUBLICIDAD RADIAL	APORTE	5	Semana: 3 (02-OCT-23 al 07-OCT-23)
Prácticas de laboratorio	Proyecto de programa radial con auspicios publicitarios	PLAN DE MEDIOS	APORTE	5	Semana: 5 (16-OCT-23 al 21-OCT-23)
Investigaciones	Establecer el presupuesto para una campaña de publicidad radial de acuerdo al segmento específico	PLAN DE MEDIOS	APORTE	5	Semana: 7 (30-OCT-23 al 04-NOV-23)
Trabajos prácticos - productos	Puesta al aire y venta de publicidad para el programa de radio que desarrollan los estudiantes	LA RADIO DE COMERCIAL	APORTE	10	Semana: 9 (13-NOV-23 al 15-NOV-23)
Prácticas de laboratorio	Los estudiantes deben automatizar un espacio de radio	PODCAST	APORTE	5	Semana: 12 (04-DIC-23 al 09-DIC-23)
Prácticas de laboratorio	Creación de un podcast	PODCAST	EXAMEN	15	Semana: 19 (al)
Trabajos prácticos - productos	Proyecto para promoción de la carrera	PODCAST	EXAMEN	5	Semana: 19 (al)
Evaluación escrita	Supletorio	LA RADIO DE COMERCIAL , PLAN DE MEDIOS , PODCAST, PUBLICIDAD RADIAL	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Se asignarán actividades a ser evaluadas durante las visitas a los medios de comunicación, agencias y productoras de publicidad. Se evaluará un proyectos de radio, desde su concepción hasta la puesta al aire con frecuencia semanal. Se calificará las investigaciones que realicen los estudiantes sobre los manejos de la publicidad en radio. Se calificará actividades de cobertura en las que los estudiantes obtendrán información del manejo de la publicidad radial.	Autónomo
Cada trabajo contará con la respectiva rúbrica. Se evaluará la participación, atención y aplicación de los conceptos brindados en las clases teóricas. Los estudiantes deben aplicar los criterios en el laboratorio y cabina de radio universitaria Por medio de reactivos los estudiantes demostrarán su conocimiento.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Visitas de campo. Proyecto de radio. Investigación. Coberturas.	Autónomo
Trabajos. Clases teórico. Clases prácticas Pruebas. Exámenes. Proyectos.	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
Barrios, Horacio	Martín,	LAS AUDIENCIAS DE LA RADIO	2022	978-987-543-307-6
Susana Sanguinetti, Marta Pereyra	Brujas	Sistemas expresivos y estética del lenguaje sonoro	2019	978-987-760-235-7
José Luis Fernández	Liber	La captura de la audiencia radiofónica	2012	9872548358, 9789872548353
Barrios, Horacio	Editorial Martin	La radio : comunicación y estrategias de posicionamiento	2018	978-987-543-933-7

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 14/09/2023

Estado: Aprobado