UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: PUBLICIDAD RADIAL
Código: FLC0253
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017
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

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.	-Prácticas de laboratorio -Trabajos prácticos - productos
-Produce publicidades radiales que cumplen con los lineamientos y objetivos del cliente.	-Prácticas de laboratorio -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.	-Prácticas de laboratorio -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Prácticas de laboratorio	Locución publicitaria		APORTE 1	5	
Trabajos prácticos - productos	Creatividad, proceso y producto . Redacción publicitaria de radio: técnicas		APORTE 1	5	
Trabajos prácticos - productos	Producción de spots: brief, mostro, producto final.		APORTE 1	10	
Trabajos prácticos - productos	La Radio Comercial. Vínculos contractuales y laborales con la radio. Tipos de relaciones comerciales		APORTE 2	10	
Prácticas de laboratorio	Trabajo de sustentación		EXAMEN	20	
Trabajos prácticos - productos	Elaboración de comerciales y campaña	El Plan de Medios, La Publicidad Radial, La Radio Comercial	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
WILLIAM F ARENS, MICAHEL F WEIGOLD, CIRSTIAN ARENS	Mc Graw Hill	PUBLICIDAD	2008	NO INDICA

Web

Autor	Título	Url
Perelló-Oliver, Salvador	Proqwest	http://search.proquest.com/docview/1080969605?accountid=36552
Vázquez Gestal, Montserrath	Revista Latina De Comunicación Social	http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/zenlatina37/139gestal.htm
Daccach, José Camilo	Proqwest	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

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 30/08/2016

Estado: Aprobado