

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Taller de Radio
Código	E000005110
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Cuarto Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dr. Pedro Macías
Horario	Según consta en la web
Horario de tutorías	Se comunicará el primer día de clase.
Descriptor	Asignatura de carácter eminentemente práctico, para familiarizarse con el lenguaje radiofónico, la locución y las emisiones en directo.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Pedro Macías Rodríguez
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Correo electrónico	pmacias@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
<p>Taller de radio es una asignatura optativa que permitirá al alumnado explorar distintos formatos radiofónicos con el objetivo de diversificar su perfil profesional. Es una asignatura eminentemente práctica, y con una visión transversal para dar respuesta a las demandas del panorama radiofónico actual. El alumnado de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad trabajará las tareas específicas del medio como la redacción, la locución y la edición de audio. La radio de hoy requiere profesionales capaces de trabajar formatos típicos de la radio off line como las cuñas publicitarias o el magazine, pero también otros contenidos emergentes como la ficción sonora o la radio en diferido (el podcast). La asignatura acompaña al alumnado durante todo el proceso de producción de estos formatos y promueve el desarrollo de habilidades y competencias necesarias para poder trabajar en un medio radiofónico.</p>
Prerrequisitos
<p>El documento de verificación de la titulación no exige conocimientos previos necesarios para poder cursar la asignatura. Se recomienda un buen nivel de redacción y de expresión oral.</p>

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG03	Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.
CG06	Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.
CG07	Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG09	Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.
CG10	Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.
CG14	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.

TRANSVERSALES

CT02	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT03	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT06	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
CT07	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
CT08	Trabajar en equipo.

ESPECÍFICAS

CE02	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
-------------	---

CE03	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
CE04	Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.
CE06	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria
CE07	Saber crear, establecer y aplicar un plan de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.
CE09	Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.

Resultados de Aprendizaje

RA1	Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.
RA2	Ejecutar los procesos de producción, dirección y postproducción de los diversos productos audiovisuales y/o publicitarios.
RA3	Conocer el funcionamiento y características del mercado audiovisual y publicitario.
RA4	Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.
RA5	Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.
RA5	Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

1) La radio informativa

1. El lenguaje y la locución para informativos radiofónicos
2. Los géneros informativos radiofónicos: de la noticia a la retransmisión, pasando por la crónica, la entrevista, el reportaje y el documental
3. Los cortes de declaraciones (edición de audio)
4. Los efectos sonoros en informativos radiofónicos: de la sintonía al "gong"

5. Una pincelada de los espacios informativos en radio: el boletín, el informativo, el programa especial, la información en el magazine

2) La radio de entretenimiento y divulgación

1. El lenguaje y la locución para entretener y divulgar en radio
2. La ficción, el humor y la cultura en radio
3. Los efectos sonoros en el entretenimiento y la divulgación en radio: de la música a los efectos especiales
4. El podcast como nuevo fenómeno para el entretenimiento y la divulgación

3) La radio deportiva

1. Lenguaje y locución deportiva radiofónica
2. Los géneros y programas deportivos radiofónicos

4) La publicidad en radio

1. Lenguaje y locución publicitaria
2. La publicidad en directo
3. La publicidad grabada: cuñas

5) ¿Quién es quién en la radio?

1. El redactor
2. El locutor
3. El productor
4. El técnico
5. El director del espacio
6. Otros: gestores y comerciales
7. El director de la emisora

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Interacción profesor-estudiante (Presencial/on-line):

- Centrada en el profesor: clases teóricas y prácticas.
- Centradas en el estudiante: talleres y exposición de trabajos.

Trabajo autónomo del estudiante (No presencial):

- Estudio y trabajo individual: Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación.
- Estudio y trabajo en grupo:

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES
HORAS NO PRESENCIALES
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (0 horas)

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
<p>Práctica 1. El informativo.</p> <p>Elaboración de prácticas individuales y en grupo dentro y fuera de clase</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Entrega en tiempo y forma de las prácticas - Ejecutar los procesos de producción, dirección y postproducción de los diversos formatos explicados en clase. - Uso correcto del editor de audio. - Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional. 	25
<p>Práctica 2. El podcast.</p> <p>Elaboración de prácticas individuales y en grupo dentro y fuera de clase</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Entrega en tiempo y forma de las prácticas - Ejecutar los procesos de producción, dirección y postproducción de los diversos formatos explicados en clase. - Uso correcto del editor de audio. - Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional. 	25
	<ul style="list-style-type: none"> - Entrega en tiempo y forma de las prácticas - Ejecutar los procesos de producción, dirección y 	

<p>Práctica 3. La retransmisión</p> <p>Elaboración de prácticas individuales y en grupo fuera y dentro de clase.</p>	<p>postproducción de los diversos formatos explicados en clase.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uso correcto del editor de audio. - Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional. 	<p>25</p>
<p>Práctica 3. Elaboración de cuñas publicitarias.</p> <p>Elaboración de prácticas individuales y en grupo dentro y fuera de clase.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Entrega en tiempo y forma de las prácticas - Ejecutar los procesos de producción, dirección y postproducción de los diversos formatos explicados en clase. - Uso correcto del editor de audio. - Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional. 	<p>25</p>

Calificaciones

Todas las partes deben estar aprobadas con una nota mínima de 5 sobre 10 para superar la asignatura.

Las faltas de sintaxis, gramática y ortografía podrán ser motivo de suspenso.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Presentación de la asignatura	Primera semana	
<p>Tema 1. La radio informativa</p> <p>Explicaciones teóricas y prácticas</p>	Segunda semana	Segunda / tercera semana
<p>Tema 1. La radio informativa</p> <p>Explicaciones teóricas y prácticas</p>	Tercera semana	Tercera / cuarta semana
<p>Tema 1. La radio informativa</p> <p>Explicaciones teóricas y prácticas</p>	Cuarta semana	Cuarta / quinta semana
<p>Tema 2. La radio de entretenimiento y divulgación</p> <p>Explicaciones teóricas y desarrollo de prácticas</p>	Quinta semana	Quinta / sexta semana

Tema 2. La radio de entretenimiento y divulgación Explicaciones teóricas y desarrollo de prácticas	Sexta semana	Sexta / séptima semana
Tema 3. La radio deportiva Explicaciones teóricas y desarrollo de prácticas	Séptima semana	Séptima / octava semana
Tema 3. La radio deportiva Explicaciones teóricas y desarrollo de prácticas	Octava semana	Octava / novena semana
Tema 3. La radio deportiva Explicaciones teóricas y desarrollo de prácticas	Novena semana	Novena / décima semana
Tema 4. La radio publicitaria Explicaciones teóricas y desarrollo de prácticas	Décima semana	Décima / undécima semana
Tema 4. La radio publicitaria Explicaciones teóricas y desarrollo de prácticas	Undécima semana	Undécima / duodécima semana
Tema 5. ¿Quién es quién en radio?	Duodécima semana	
Práctica final	Última semana de la asignatura	Última semana

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- Cebrián Herreros, Mariano. (2001). La radio en la convergencia multimedia. Barcelona: Gedisa.
- Martínez-Costa, M.P. y Moreno, E. (coords.) (2004). Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia. Barcelona: Ariel comunicación.
- Rodero Antón, Emma (2011): Creación de programas de radio. Madrid: Síntesis,

Recursos digitales

Ficción Sonora

<http://www.rtve.es/radio/ficcion-sonora/>

CESAG



GUÍA DOCENTE
2025 - 2026

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?
csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)