

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 Comunicación Audiovisual [Cuarto Curso] Grado en Comunicación Audiovisual [Tercer Curso] Grado en Periodismo [Cuarto Curso] Grado en Periodismo [Tercer Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Cuarto Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso] Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Cuarto Curso] Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Quinto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Responsable	María Amengual Salom
Horario	18:00-20:00
Horario de tutorías	A determinar

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	María Amengual Salom
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Correo electrónico	mamengual@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
<p>El Taller de radio te ofrece la posibilidad de formarte profesionalmente en tareas específicas de redacción y edición en radio. Es una asignatura eminentemente práctica que te permitirá participar en la creación de contenidos, en diferentes géneros, formatos y especializaciones para radio teniendo en cuenta todos los elementos que configuran el producto radiofónico (parrilla, recursos sonoros, factores de jerarquización, etc.), creación de programas informativos, de actualidad y entretenimiento para radio, formatos publicitarios y técnicas de locución y presentación.</p>
Prerequisitos
<p>El documento de verificación de la titulación no exige conocimientos previos necesarios para poder cursar la asignatura. Se recomienda un</p>

buen nivel de redacción y de expresión oral.

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) Paisajes sonoros: la composición acústica de nuestro entorno.
- 2) El radioteatro: cómo se construye la ficción radiofónica.
- 3) Formatos publicitarios.
- 4) El podcast: la radio en diferido.
- 5) El magazine.

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

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	6/2/19	
Paisaje sonoro (explicación teórica)	13/2/19	27/2/19
Práctica en estudio (locución de textos)		
Edición de audio (AUDACITY)	20/2/19	
Ficción sonora (explicación teórica)	27/2/19	27/3/19
Ficción sonora (producción)	6/3/19	
Práctica en estudio (debate)		

Grabación y edición de la ficción sonora	13/3/19	
La publicidad en radio (explicación teórica)	20/3/19	
La publicidad en radio (producción) Introducción a la improvisación	27/3/19	
El podcast (explicación teórica) Práctica en estudio (ejercicio de improvisación)	3/4/19	1/5/19
El podcast (producción)	10/4/19	
El magazine (explicación teórica)	8/5/19	22/5/19
El magazine (producción) Repaso de contenidos	15/5/19	
El magazine (práctica en estudio)	22/5/19	

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- Cebrían 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/>

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



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI ICADI CIHS

ICESAG

CENTRO DE ENSEÑANZA SUPERIOR ALBERTA GIMÉNEZ
ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS

GUÍA DOCENTE
2020 - 2021

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?](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?)

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