

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	Álvaro García González
Horario	Miércoles (18:00-20:00)
Horario de tutorías	Se comunicará el primer día de clase

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Maria 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>Taller de radio es una asignatura optativa que permitirá al alumno/a explorar distintos formatos radiofónicos con el objetivo de diversificar su perfil profesional. Es una asignatura eminentemente práctica, alejada del enfoque informativo, y con una visión transversal para dar respuesta a las demandas del panorama radiofónico actual. Los alumnos/as de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad trabajarán las tareas específicas del medio como la redacción, la locución y la edición de audio pero siempre a partir de contenidos no informativos. En un mundo cada vez más cambiante y competitivo, se requieren 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 alumno 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>
Prerequisitos
<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.
CG09	Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.

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
CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces 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.
CT12	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.

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.
CE06	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria

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	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.

- 1.1) Definición y origen
- 1.2) Aplicaciones prácticas
- 1.3) Proceso de producción
- 1.4) Primer contacto con la edición de audio

2) El radioteatro: cómo se construye la ficción radiofónica.

- 2.1) La ficción sonora en el panorama radiofónico español
- 2.2) Elementos de la ficción sonora
- 2.3) Cómo se construye un conflicto: esquemas de argumento

3) Formatos publicitarios.

- 3.1) Definición de cuña publicitaria
- 3.2) Tipos de cuñas
- 3.3) Objetivos del formato publicitario
- 3.4) El storytelling: el arte de contar historias

4) El podcast: la radio en diferido.

- 4.1) La edad de oro del podcast
- 4.2) Tipos de podcast
- 4.3) Diferencias entre la radio off line y la radio on line
- 4.4) La estructura del podcast
- 4.5) Publicación y difusión del podcast
- 4.6) Recomendaciones finales

5) El magazine

- 5.1) Definición
- 5.2) Elementos del magazine

5.3) Los roles del conductor y el productor

5.4) La escaleta

5.5) La emisión en directo: problemas y soluciones

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):

- Trabajo individual y en grupo:

Metodología Presencial: Actividades

- Clases magistrales
- Prácticas en estudio

Metodología No presencial: Actividades

- Prácticas individuales y grupales

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	
30.00	
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
45.00	
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
	- Entrega en tiempo y forma de las prácticas	

<ul style="list-style-type: none"> - Paisaje sonoro - Cuña publicitaria - Podcast 	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	45
<ul style="list-style-type: none"> - Ficción sonora (trabajo en grupo) - Magazine (trabajo en grupo) 	<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. 	45
<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia y participación 	<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. 	10

Calificaciones

- 1) Es obligatoria la entrega de todas las prácticas para poder superar la asignatura.
- 2) La entrega de las prácticas fuera de plazo tendrán una penalización y serán evaluadas como máximo con un 8.
- 3) Todas las partes deben estar aprobadas con una nota mínima de 5 sobre 10 para superar la asignatura.
- 4) Las prácticas suspendidas o no entregadas pueden ser recuperadas posteriormente en el mes de julio.
- 5) 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	

Paisaje sonoro (explicación teórica) Práctica en estudio (locución de textos)	Segunda semana	Cuarta semana
Edición de audio (Programa AUDACITY)	Tercera semana	
Ficción sonora (explicación teórica)	Entre la tercera y la cuarta semana	Séptima semana
Ficción sonora (producción) Práctica en estudio (debate)	Entre la cuarta y la quinta semana	
Grabación y edición de la ficción sonora	Entre la quinta y la sexta semana	
La publicidad en radio (explicación teórica)	Entre la sexta y la séptima semana	Décima semana
La publicidad en radio (producción) Introducción a la improvisación	Entre la séptima y la octava semana	
El podcast (explicación teórica) Práctica en estudio (ejercicio de improvisación)	Entre la octava y la novena semana	Decimotercera semana
El podcast (producción)	Entre la novena y la décima semana	
El magazine (explicación teórica)	Entre la décima y la undécima semana	Última semana
El magazine (producción) Repaso de contenidos	Entre la undécima y la duodécima semana	
El magazine (práctica en estudio)	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/>

Reflejos sonoros

<http://www.chusefernandez.com/reflejos.html>

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/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>