



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Redacción e locución publicitaria

Materia	Redacción e locución publicitaria			
Código	P04G190V01404			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	2	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Formoso Vázquez, David Elisardo Pereiro Rodríguez-Lepina, Román López Torrente, Manuel			
Profesorado	Formoso Vázquez, David Elisardo López Torrente, Manuel Pereiro Rodríguez-Lepina, Román			
Correo-e	r.pereiro@canaluno.es torrente@uvigo.es davidformoso@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	O nome da materia define perfecta e claramente, o contido da materia,. "Redacción e locución publicitaria en medios audiovisuais". Trátase, por tanto de estudar como hai que afrontar desde o punto de vista redaccional a composición dunha peza publicitaria para medios audiovisuais nos que, pola súa propia natureza, o texto non é máis que un elemento, moi importante iso si, de todos os que compoñen a mensaxe. O texto debe contar coa utilización de música, efectos especiais e e mesmo imaxe. A locución é o "como e de que maneira" ese texto debe plasmarse nunha gravación sonora tendo en conta o tipo de voz e a pertinente curva tonal.			

## Competencias

Código	
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.
C3	Coñecemento da estrutura dos medios publicitarios: características, tipoloxías e problemáticas
C5	Coñecemento teórico-práctico dos elementos, formas e linguaxes da publicidade e das relacións públicas no contexto local/ rexional, nacional e internacional
C13	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva.

## Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Distinguir as peculiaridades dos medios audiovisuais desde o punto de vista publicitario	C3
Analizar o contido dunha peza publicitaria audiovisual	C5
Distinguir perfectamente os elementos que compoñen unha peza publicitaria audiovisual	C5
Valorar a efectividade da peza publicitaria	C5
Desenvolver unha argumentación lóxica dunha peza publicitaria para medios audiovisuais desde o punto de vista dunha conxuntura comercial concreta	C5 C13
Crear, producir e editar unha peza publicitaria para un medio de comunicación audiovisual	A4 C13
Redactar un texto publicitario para medios audiovisuais	C13
Aplicar a creatividade no proceso de creación de pezas publicitarias	C13

<b>Contidos</b>	
Tema	
1.- A radio: A forza do son	a)condicionantes do medio *b)efectos sociais da radio *c)Funcións *comunicativas de rádioa d)A radio como medio publicitario e)Formatos publicitarios en Radio *f)Formatos creativos publicitarios en radio
2.- Redacción do texto publicitario para medios audiovisuais	a) Elementos esenciais da redacción publicitaria para medios audiovisuais. *b)Estrutura do texto publicitario
3.- A música	a)Funcións *comunicativas da música *b)tipoloxía da música publicitaria
4.- Os efectos especiais	a)*Carácterísticas *b) Funcións *comunicativas dos efectos especiais *c)Tipoloxía dos efectos especiais de son d) O silencio
5.- *Locución de textos publicitarios	a)Consideracións xerais *b)funcións *comunicativas da voz *c)elementos *definitorios da voz d)Clasificación das voces e)*Entonación
6.- Publicidade en radio local	a)Peculiaridades da radio local como soporte publicitario

<b>Planificación</b>			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	24	30	54
Seminarios	8	20	28
Prácticas de laboratorio	13	20	33
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	1	15	16
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	4	15	19

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Sesión maxistral	Exposición da materia teórica con quendas de preguntas e debate no caso de que a materia sexa susceptible. aproveitaremos tamén as clases para coñecer diariamente noticias da actualidade publicitaria e novidades dos medios de comunicación xa que a cambiante converxencia dos medios audiovisuais fai obrigatorio o coñecemento pormenorizado de todas as novidades que se vaian producindo.
Seminarios	Análise e comentarios sobre diferentes cuñas publicitarias radiofónicas ao longo da historia en España para coñecer a súa evolución. Paralelamente vemos como eses cambios reflicten aspectos determinantes da sociedade contemporánea. A música é unha ferramenta de primeira orde desde o punto de vista *comunicativo e o coñecemento do seu valor, particularmente o valor dos estilos musicais, é fundamental para o seu uso eficaz nunha mensaxe persuasiva.
Prácticas de laboratorio	Traballos nos laboratorios de radio para a elaboración de cuñas en grupos. O traballo constará de redacción do texto,produción da cuña,edición e exposición de traballo con ampla explicación argumentada da cuña.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Atención personalizada nas prácticas e en horario de titorías

<b>Avaliación</b>			
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Prácticas de laboratorio	presentación dos traballos de grupo e traballo persoal	40	A4 C13

Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Realizarase a final de curso e na data e hora que determine a autoridade académica, unha proba escrita sobre a materia explicada que consistirá nun exame no que os alumnos deberán responder a unha serie de preguntas que o profesor lles expón. O obxecto é saber o grao de coñecementos que ten cada alumno da parte teórica da materia	60	C3 C5
--	---	----	----------

---

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

O traballo colectivo, dentro das prácticas de laboratorio contará un 20 por cento e o traballo persoal o outro 20 por cento

A segunda convocatoria será cando se fixe por parte das autoridades académicas e consistirá nun exame da parte teórica e no caso de suspender a parte práctica, consistirá na presentación dos pertencentes traballos.

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

Clara Muela Molina, **La publicidad radiofónica en España**, Ediciones Internacionales Universitarias S.A.,  
 Emma Rodero y otros, **La Radio que convence, Manuel para creativos y locutores publicitarios**, Ariel Comunicación,  
 A.Huertas Bailén y J.J. Perona, **Redacción y locución en medios audiovisuales:La Radio**, Bosch,

∅

∅

Edita :Latina Universitaria Madrid 1981.

Mejorar la eficacia de la publicidad en TV.

Autores: Juan Manuel de Toro e Santiago Ramas.

Edita: Gestión 2000. Barcelona 2000.

La Investigación de audiencias en televisión.

Autor: Jordi A. Jauset.

Edita: Paidós Papeles de comunicación . Barcelona 2000.

Como se miden las audiencias en televisión.

Autor: Amparo Huertas.

Edita: Cims 97. Barcelona 1998.

Técnicas de Investigación Social.

Autor: R.Sierra Bravo.

Edita: Paranifo. Madrid 1999.

Técnicas de comunicación en radio.(La realización radiofónica)

Autores: Miguel Angel Ortiz, Jesús Marchamalo.

Edita: Paidós Papeles de comunicación.

Técnicas de producción de radio.

Autor: Michael C. Keith

Edita:IORTV .Madrid 1992.

∅

∅

∅ El uso de los medios de comunicación en Marketing y publicidad.

Autor:Emilio Martinez Ramos.

Edita: Akal comunicación.Madrid 1992.

La comunicación publicitaria interactiva en Internet.

Autor: María Isabel de Salas Nestares.

Edita: Fundación Universitaria CEU. Valencia 1999.

Técnicas de realización y producción televisiva.

Autor: Gerard Millerson.

Edita: IORTV. Madrid 1990.

Ø

Ø

El manual de audio en los medios de comunicación.

Autor: Stanley R. Alten.

Edita: Escuela de cine y vídeo.

La radio teoría y práctica.

Autor: José Javier Muñoz y Cesar Gil.

Edita IORTV

---

### **Recomendacións**

#### **Materias que continúan o temario**

Teoría e práctica da comunicación televisiva/P04G190V01405

#### **Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Teoría e práctica da comunicación publicitaria/P04G190V01105

#### **Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104