

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Teoría e técnica da comunicación radiofónica				
Materia	Teoría e técnica da comunicación radiofónica			
Código	P04G190V01910			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Gómez López, Concepción			
Profesorado	Gómez López, Concepción			
Correo-e	cogomez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A asignatura comprende o coñecemento das tecnoloxías e das técnicas de producción para a radio e ofrece unha aproximación a radio como medio de comunicación de masas, a sua orixe e o seu desarrollo, tanto teórico como práctico. Na materia teñen particular relevancia a linguaxe e o estilo da narrativa radiofónica e da programación radiofónica especialmente na sua vertinte informativa e publicitaria.			

Competencias	
Código	
B1	Competencias interpretativa e operativa da comunicación como realidade e como campo de estudo desde o punto de vista humanístico e técnico: coñecemento teórico da comunicación.
B2	Competencia interpretativa da comunicación: capacidade de analizar os elementos da comunicación e xerar os coñecementos nesta disciplina.
C3	Coñecemento da estrutura dos medios publicitarios: características, tipoloxías e problemáticas.
C13	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva.
D4	Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas.

Resultados de aprendizaxe		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Identificar e aplicar as técnicas e proceso de produción e difusión radiofónica nas súas diversas fases	B1	
Identificar os diferentes mecanismos e elementos de análises e construción do guión, atendendo a diferentes formatos		C13
Explicar as tecnoloxías aplicadas á comunicación audiovisual.	B1	
Xestionar técnicas e procesos de produción, gravación e difusión na organización da produción sonora		C3 C13
Utilizar correctamente a linguaxe radiofónica para a súa aplicación na realización de produtos radiofónicos, tanto informativos como publicitarios		C13
Identificar e distinguir técnica e conceptualmente as distintas etapas polas que debe pasar a produción radiofónica	B1	C3
Asumir a importancia do comunicador radiofónico desde o punto de vista tanto informativo como publicitario, na realización de produtos de radio.	B2	
Utilizar con soltura e habilidade o equipamento técnico destinado á emisión e ao desenvolvemento da produción radiofónica		C13

Enumerar as posibilidades profesionais de todas as persoas que interveñen no proceso de comunicación radiofónica.	B1	
Xestionar e administrar as realizacións radiofónicas que se efectúen.	C13	D4

Contidos	
Tema	
I. A redacción publicitaria radiofónica	1. A radio como soporte publicitario. 2. O proceso creativo da publicidade radiofónica 3. Estrutura dos espazos publicitarios radiofónicos 4. O perfil do redactor publicitario en radio 5. Formatos publicitarios en radio a. A cuña b. O publirreportaje c. O comunicado d. O microespacio e. O patrocinio f. A continuidade
II. Historia da publicidade radiofónica	1. O contexto histórico, mediático e publicitario na radio no século XX. 2. o descubrimento da radio como instrumento ó servicio da publicidade. 4. O reinado do jingle o cuña cantada 5. Esquelas e obituarios 6. Control de contidos publicitarios na radio. 7. A utilidade publicitaria da radio. 8. Situación actual da publicidade radiofónica en España 9. A asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC)
III. A codificación de as mensaxes publicitarias	1. A linguaxe e o estilo radiofónico. 2. A vocalización, a dicción e a entonación en Radio 3. Características da comunicación radiofónica. 4. Os elementos da linguaxe radiofónica a) A palabra b) A música c) Os efectos de son d) O silencio 5. Características da redacción dos textos radiofónicos
IV. O guión publicitario en radio	1. O guión comercial. Definición e características. 2. Redacción do guion. Construción gramatical 3. Construción do conxunto da mensaxe 4. A redacción na publicidade radiofónica actual. 5. A montaxe radiofónica 6. Dotación tecnolóxica de un estudo de radio 7.- Recursos tecnolóxicos aplicados á produción publicitaria. 8. Planificación da montaxe radiofónica
V. A locución radiofónica en as mensaxes publicitarias	1. Condicionantes da locución publicitaria 2. A importancia da voz en locución publicitaria 3. Mecanismos de produción de a voz 4. Calidades de a voz 5. Técnica e higiene vocal 6. A prosodia ou o sentido de a mensaxe 7. A pronunciación ou o significado da mensaxe 8. Exercicios de voz: relajación, respiración, fonación, resonancia e articulación. 9. Exercicios de lectura expresiva.
VI. Funcións sociais da radio	1. A radio como arma política 2. Información e propaganda. 3. A palabra e o poder ó longo da historia 4. Propaganda na radio durante a Guerra Fría 5. A radio nos reximes totalitarios
VII. A eficacia de a publicidade en radio	1. A utilidade publicitaria da radio 2. Parámetros de eficacia 3. Rendibilidade empresarial. 4. A radio, un medio publicitario infravalorado

VIII. Radio e medios audiovisuais. As empresas de comunicación	1. A empresa informativa 2. Natureza da empresa informativa. 3. Estrutura da empresa multimedia. 4. As empresas audiovisuais. 5. Principais grupos multimedia en España 6. A radio a través do cine.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas de laboratorio	15	45	60
Seminario	10	5	15
Lección maxistral	22	44	66
Exame de preguntas de desenvolvemento	2	4	6
Exame de preguntas obxectivas	1	2	3

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Prácticas de laboratorio	Exercicios prácticos en estudio sobre tódoslos contidos radiofónicos
Seminario	Posta en común crítica
Lección maxistral	Desenvolvemento da materia conforme o programa.

Atención personalizada

Metodoloxías	**Descrición**
Prácticas de laboratorio	Sesións de reforzo para completa-las eivas de aprendizaxe.
Probas	**Descrición**
Exame de preguntas obxectivas	Prácticas na clase con test e formularios.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Prácticas de laboratorio	Ademais das prácticas de estudo, o alumnado deberá presentar traballos sobre aspectos xerais tratados en clase. Así mesmo presentarán por escrito e con audios os guions de diversos programas e xéneros publicitarios da radio. Os alumnos deberán presentar tamén un traballo final sobre algún tema relacionado coa materia. As prácticas suporán o 30 por cento de a nota final, e o traballo o 20 por cento de a nota final.	40		C13	D4
Exame de preguntas de desenvolvemento	O exame final consta de duas partes: 1) O alumnado deberá responder a cinco preguntas teóricas a desenvolver.	30	B1 B2	C3	D4
Exame de preguntas obxectivas	2) O alumnado deberá cubrir un test de 20 preguntas non excluíntes a valorar de 0 a 10.	30			D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

MUELA MOLINA, CLARA, **La publicidad radiofónica en España**, Ediciones Internacionales Universitarias, 2001

BALSEBRE. ARMAND; RICARTE, JOSÉ MARÍA Y OTROS, **Los mitos de la publicidad radiofónica. Estrategias de la comunicación publicitaria en la radio española.**, Cátedra, 2006

RODERO ANTÓN, EMMA; ALONSO GONZÁLEZ, CARMEN MARÍA Y FUENTES ABAD, JOSE ANGEL, **La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios**, Ariel, 2004

GARCÍA GONZÁLEZ, AURORA, **La producción publicitaria en radio**, Universidade de Vigo, Servicio de Publicacións, 1998

FERNÁNDEZ AREAL, MANUEL Y PENA RODRÍGUEZ, ALBERTO, **La publicicidad en la radio. VI Xornadas de Comunicación Social**, Diputación de Pontevedra, 1999

Bibliografía Complementaria

SHULBERG, B, **Publicidad radiofónica. El manual autorizado**, McGralHill, 1992

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104
Elaboración da mensaxe publicitaria/P04G190V01401
Estratexias da comunicación publicitaria/P04G190V01402
Avaliación da eficacia publicitaria/P04G190V01601

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Creatividade publicitaria/P04G190V01304
Redacción e locución publicitaria/P04G190V01404

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201
Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104
Socioloxía: Estrutura social, consumo e estilos de vida/P04G190V01203
Avaliación da eficacia publicitaria/P04G190V01601