

PROGRAMA DE UNIDAD CURRICULAR (Pregrado)

I.- DATOS GENERALES

Nombre de la Facultad: Facultad de Humanidades y Educación

Nombre de la Carrera o Programa: Comunicación Social

Mención:

Nombre de la Unidad Curricular (Asignatura): Radio y Podcast

Departamento y/o cátedra: Departamento de Artes Audiovisuales

Régimen: semestral

Número de Unidades Crédito: 4

Taxonomía: TA 9

Régimen de Evaluación:

Evaluación Continua

X

Evaluación Continua con Reparación

Evaluación Final y Reparación

Código de la Unidad Curricular:

Tipo de Unidad Curricular:

Obligatoria

X

Electiva

N° horas semanales:

Teóricas

Prácticas

Seminarios

Laboratorio

4

Categoría de la Unidad Curricular:

Intra-Facultad

Inter-Facultad

Institucional

Escuela / Programa

N° horas semanales de acompañamiento docente (HAD)

4

N° horas semanales trabajo independiente (HTI)

4

Ubicación en el plan de estudios:

Modalidad:

Presencial

X

Virtual

Semipresencial

En línea

Prelaciones/Requisitos:

Unidades curriculares a las que aporta:

Responsable(s) de diseño del Programa: Carlota Fuenmayor de Domínguez y Aurimar Alonzo

Fecha de aprobación del Programa en el Consejo de Facultad:

II.- JUSTIFICACION

En esta materia los alumnos desarrollan competencias para desenvolverse en un medio tradicional como la radio y en uno más novedoso como el podcast, a partir de los conocimientos teóricos y prácticos sobre el lenguaje y montaje radiofónico, el manejo del contenido, la negociación y venta de espacios publicitarios.

III.- CONTRIBUCION DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS *Enumera y enuncia las competencias generales con sus respectivas unidades y criterios de desempeño, así como las competencias profesionales (básicas y específicas, según el plan de estudio) con sus unidades y criterios de desempeño. Se incluyen solo aquellas competencias generales y específicas con las unidades y criterios de desempeño que la unidad curricular va a desarrollar.*

Competencias general 1 (CG1): Enunciado

Unidad de competencia 1 (CG1 – U1): Enunciado	Criterios de desempeño de la U1 que se van a desarrollar en la asignatura
--	---

Unidad de competencia 2 (CG1 – U2): Enunciado	Criterios de desempeño de la U2 que se van a desarrollar en la asignatura
--	---

Incluir todas las unidades de competencia de la CG1 que correspondan a la asignatura

Nota: Esta tabla se desarrolla para todas las competencias generales que correspondan a la asignatura.

Competencias Profesional 1 CP1 GENERA Y DIFUNDE CONTENIDOS DESTINADOS A UNA AUDIENCIA

Unidad de competencia 1 CP1-U3. Determina las especificidades del contexto y del tipo de texto	Criterios de desempeño de la U1 que se van a desarrollar en la asignatura1. Determina las características de la audiencia objetivo 2. Identifica clases de contexto en términos de formalidad y otras características de la situación comunicativa 3. Reconoce las especificidades de los medios tradicionales y digitales
---	--

	4. Diferencia las características y convenciones de los géneros utilizados en la comunicación social
Unidad de competencia 3 CP1-U7. Evalúa contenidos verbales, gráficos y fotográficos	1. Identifica mensajes clave 2. Construye criterios de análisis para examinar un producto comunicacional 3. Determina si un producto comunicacional contraviene valores sociales
Unidad de competencia 4 CP1-U8. Divulga contenidos	1. Utiliza diferentes medios para la difusión de contenidos 2. Organiza contenidos para programar su difusión
Incluir todas las unidades de competencia de la CP1 que correspondan a la asignatura.	
<i>Esta tabla se desarrolla para todas las competencias profesionales que correspondan a la unidad curricular.</i>	

IV.- UNIDADES TEMÁTICAS (Coloca las unidades temáticas y contenidos de la asignatura. Recuerde que las unidades temáticas compilan los temas de la misma)

UNIDAD I Historia de la radio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las primeras Emisoras 2. La Radio en Venezuela. Años dorados <ol style="list-style-type: none"> 2.1. La AM y la FM <ol style="list-style-type: none"> 2.1.1. Semejanzas y diferencias 3. Podcast: radio a la carta <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Nacimiento del podcast 3.2. Repensar en lo radiofónico 3.3. Simbiosis entre la radio y el podcast
UNIDAD II El lenguaje, montaje radiofónico y guion	<ol style="list-style-type: none"> 1. El lenguaje radiofónico <ol style="list-style-type: none"> 1.1. La palabra 1.2. La música 1.3. El silencio 1.4. Los efectos 2. Montaje <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Tipos de montaje 2.2 Elementos del montaje 2.3. Espacio y tiempo

	<ul style="list-style-type: none"> 3. Guion <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Tipos de guion
UNIDAD III Géneros y formatos	<ul style="list-style-type: none"> 1. Géneros <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Según el modo de producción 1.2. Según la intención 1.3. Según la segmentación 2. Formatos <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Informativos 2.2. Entrevista 2.3. Creativos: dramáticos 2.4. Entretenimiento 2.5. Publicidad
UNIDAD IV Podcast	<ul style="list-style-type: none"> 1. Definición 2. Producción <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Planificación 2.2. Grabación 2.3. Edición y montaje 3. Plataformas 4. Monetización
UNIDAD V Emisora de Radio	<ul style="list-style-type: none"> 1. La Audiencia <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Hábitos de la audiencia 1.2. Medición de audiencia 2. Venta de espacios <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Determinación de tarifas 2.2 Modalidad 3. Programación <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Perfiles y público 3.2 Estilo, objetivos y oferta 3.3 Franjas horarias 3.4 Parrilla de programación

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y DE APRENDIZAJE

Incluye las actividades didácticas que el profesor va a utilizar para la enseñanza y el fomento del aprendizaje (por ejemplo, resolución de ejercicios, trabajo en equipo, exposiciones, simulaciones, aprendizaje basado en problemas, taller pedagógico, dramatizaciones, formulación de preguntas, videoconferencias y las relacionadas con el uso de las tecnologías, entre otras). Para ello tenga en cuenta las unidades de competencia, los criterios de desempeño y los contenidos.

VI.- ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN

Se indican las estrategias de evaluación, especificando el **tipo** (diagnóstica, formativa y formadora –autoevaluación y coevaluación- y sumativa), la **actividad o técnica** que realizará (exposiciones, ensayos, estudio de casos, debates, portafolio, método de proyectos, mapa mental y conceptual, infografía, entre otras) y los **instrumentos** para recolectar la información (pruebas a libro abierto, lista de cotejo, escala de estimación, rúbrica...), por criterios o unidades de competencia.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Textos

Textos

Bibliografía básica general:

Acevedo, Matías. (2022). *¿Cómo crear un podcast exitoso?: guía para emprender*. Kindle Direct Publishing.

Camacho, Lidia. (1999). *La Imagen Radiofónica*. México DF: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.

Castro Perozo, Edison. (2001). *Así se diseñan programas radiofónicos*. Maracaibo: Editorial de la Universidad del Zulia.

De Anda y Ramos, Francisco. (1997). *La Radio: el despertar de un Gigante*. México DF: Editorial Trillas.

Gómez Gallego, Iván. (2020). *Objetivo Podcast*. Almería: Editorial Círculo Rojo

Housman C., Benoit P., O'Donnell L. (2001). *Producción en la Radio Moderna*. México DF: Thompson Editores S.A.

Kaplun, Mario. (1976). *Producción de Programas de Radio*. Ediciones Ciespal.

Martínez-Costa María P. (2002). *Información Radiofónica*. Barcelona: Editorial Ariel S.A.

Pérez Varela, Fidel. (2013). *La radio es una cosa seria. Reflexiones e investigaciones sobre la radio en Venezuela*. Caracas: Fundación Juan Vives Suriá.

Riaño, Félix. (2021). *Todo sobre Podcast*. Amazon

Roberts, Ted. (1992). *Practical Radio Promotions*. Boston: Focal Press

Villamizar, Durán. (2005). *Teoría y Práctica de la Radio*. Caracas: C.A. Editora El Nacional

Vitoria, Pilar. (1998). *Producción Radiofónica*. México D.F.: Editorial Trillas, S.A.

Páginas web

Beeuwsaert, David (2023). *La consolidación del Podcast como emblema radial en un contexto de consumo on demand, pandemia y crisis de los medios tradicionales*.

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/150184>

Magallanes, A. ; Rodas, E. (2022). *Podcast como herramienta de potencialización en el personal branding*. Guayaquil. ULVR. Facultad de Ciencias Sociales y Derecho Carrera de Periodismo. 57 p.

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5687>

Moreno, P. (s.f.). *Cómo lanzar y monetizar un podcast*.

<https://www.emprendedores.es/oportunidades-de-negocio/monetizar-un-podcast/>

Guías y material de apoyo

Material adicional podrá ser definido por el profesor al inicio de cada período académico