

TALLER PRÁCTICO DE RADIO

"LA PUBLICIDAD EN RADIO: DISEÑO Y LOCUCIÓN DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS"

"

Professora : Lola Torrent

PROGRAMA:

1. Pràctica de comunicació en ràdio.

. Particularitats del llenguatge radiofònic davant d'altres mitjans de comunicació

- . Com redactar en ràdio
- . El factor temps. Com transmetre amb concisió.
- . Com fer una escaleta
- . La veu. Com fer una bona locució.

. La graella de programació.

- . Diferents programes, diferents estils. En quins espais incloure la campanya i quin tipus de publicitat contractar
- . Desconnexions locals.
- . Per a què serveix l'EGM.

2. Pràctica de redacció publicitària d'acord amb els diferents formats d'aquesta.

. Com redactar una falca publicitària.

..El *claim*.

. Com redactar i radiar els esments

. Com fer un microespai

. Com funcionen els patrocinis

..Seccions patrocinades

..Programes patrocinats

..Exteriors

3. Pràctica de publicitat subtil

- . Com transmetre en ràdio una bona imatge de marca.
- . Com difondre una marca en ràdio a través de l'*Storytelling*

4. Pràctica de contractació publicitària

- . Quant han de durar les campanyes per a ser efectives
- . Com redactar una ordre de publicitat
- . Contractació directa i agències

5. Anotacions sobre periodisme versus publicitat?

- . Influència dels comptes publicitaris en el tractament de la informació. Com i què negociar.
- . La difusa línia que separa la informació de la publicitat. Avantatges per a l'anunciant.

6. Sobre la ràdio online i les xarxes socials.

- . Com usar les xarxes com a factor multiplicador en les campanyes publicitàries.
- . Què incloure en xarxes com Facebook i Twitter i quan

OBJECTIUS:

El taller està orientat a transmetre una visió pràctica de la realitat de la ràdio com a mitjà, i posa l'accent principalment en les diverses possibilitats que ofereix com a aparador publicitari eficaç. Basat en la pràctica diària d'una emissora de ràdio, pretén que els alumnes aprenguen a utilitzar els diferents formats publicitaris mitjançant exercicis pràctics, i coneguen l'estreta relació que té amb els continguts informatius o d'entreteniment. Són espais que desdibuixen moltes vegades la línia teòrica que diferencia la publicitat i la informació.

DIRIGIT A:

Estudiants de Publicitat i Relacions Públiques, i qualsevol persona interessada a conèixer com funciona la ràdio per dins, com es preparen els programes i els continguts d'aquests, com es posen en antena i com s'imbrica la publicitat en la graella de programació.

METODOLOGIA:

L'enfocament és enterament pràctic. Cada tema estarà acompanyat d'exemples reals –textos de falques, guions, escaletes...- i d'àudios extrets de la programació d'una emissora de ràdio. L'alumnat, una vegada assimilada cada matèria del temari, la portarà a la pràctica a través d'exercicis de redacció a l'aula o de locució en l'estudi de ràdio de l'EPS. Totes les classes preveuen exercicis pràctics. Així mateix, es propiciarà la participació activa de l'alumnat perquè pugui fer preguntes o expressar els dubtes i les reflexions que tinguen, amb la finalitat de que es produïska un *feedback* permanent per a una assimilació millor dels continguts del temari.

AVALUACIÓ:

Avaluació contínua personalitzada. L'assistència regular i la participació activa seran aspectes avaluable en la valoració final.

NOTA: S'oferirà a l'alumnat del curs la possibilitat d'acudir als estudis d'Onda Cero Alacant a presenciar, per torns, un programa en directe amb la finalitat de comprovar *in situ* la posada en pràctica diària dels conceptes assimilats en el taller.

PERIODITZACIÓ

- - Del 07 de març al 23 de maig de 2016
 - - Dilluns de 17:30 a 19:30h
 - - 10 sessions
 - - 20 hores – 2 Crèdits CECLEC-ECTS
 - - 20 hores ICE
-
- Març: 7, 14 i 21
 - Abril: 11, 18 i 25
 - Maig: 2, 9, 16 i 23

LLOC: Aula A1/1-32P (aulari I)