



PRESENTACIÓN

- **Breve descripción:** Cómo idear, realizar y presentar en directo una oferta radiofónica (contenidos) desde la innovación y la creatividad
- **Titulación:** Grado de Periodismo y Grado de Comunicación Audiovisual
- **Módulo/Materia:** Módulo VI, Materias optativas (Grado de Periodismo); Módulo VII, Materias optativas (Grado de Comunicación Audiovisual)
- **ECTS:** 3
- **Curso, semestre:** 3º ó 4º, segundo (enero-abril)
- **Carácter:** Optativa
- **Profesorado:** [Dra. Dña. Elsa Moreno](https://www.unav.edu/en/web/facultad-de-comunicacion/elsa-moreno) (responsable de la asignatura), Profesora Contratada Doctora (<https://www.unav.edu/en/web/facultad-de-comunicacion/elsa-moreno>); y D. Iñaki Llarena, Profesor Colaborador Docente, Jefe de Realización de Radio Universidad de Navarra (<https://www.unav.edu/web/radio-universidad-de-navarra/docencia>) y director de Estudios Aberin (<https://www.estudiosaberin.com/nosotros>).
- **Idioma:** Castellano
- **Aula, Horario:** Viernes, de 9 a 12 horas (aula 1540 y estudio 5, Facultad de Comunicación)
- **Departamento:** Periodismo
- **Requisitos:** Haber cursado Comunicación Radiofónica en 1º curso
- **Enlace web:** www.unav.edu/asignatura/radioespecializada.com/

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Conocimientos

Que el alumno sea capaz de:

- Diseñar productos de radio y pódcast innovadores para atender a las audiencias presentes y futuras a través de la antena, a la carta y las redes sociales.
- Solventar con originalidad los condicionantes de cualquier ideación radiofónica, realización inquietudes socioculturales, promocionales y comerciales de cada mercado radiofónico.
- Emplear con eficiencia los criterios y las técnicas de ideación sonora, realización sonora y presentación en directo más adecuada especializada (informativa, deportiva, cultural o musical).
- Determinar las claves y las oportunidades innovadoras que brinda la gestión de productos innovadores en la convergencia digital teniendo presente la ética y la deontología profesional de las disciplinas de la comunicación.

Habilidades y actitudes

Que el alumno llegue a:



Universidad de Navarra

- Utilizar de modo adecuado la capacidad innovadora y creativa para idear, realizar y presentar. Se trabaja sobre la experiencia de la emisora *online* de Fcom en directo (*streaming*), a la carta, pódcast y redes sociales.
- Profundizar en el diseño y la realización de una estrategia innovadora y creativa de contenidos radiofónicos. Entre ellos la actualidad, el entretenimiento, la vida cotidiana, la sociedad, el deporte, la cultura, la música, la ficción y los temas de interés permanente vinculados al entorno sociocultural próximo de
- Resolver con eficiencia las dificultades de organización para cumplir con unos plazos reales de ideación/emisión radiofónica en directo (improvisación) que permita relacionar la actividad profesional con las ideas de una sociedad determinada.
- Identificar los parámetros de calidad, innovación y de mejora creativa de un producto de radio o pódcast real desde el trabajo en equipo y el liderazgo para tomar decisiones.

Resultados de aprendizaje

- Investigación teórico/práctica aplicada.
- Diseño/ideación, dirección y presentación de proyectos radiofónicos en directo (*streaming*), a la carta, pódcast y redes sociales.
- Elaboración de guiones radiofónicos (textuales y técnicos) avanzados y especializados.
- Realización sonora avanzada: grabación (microfonía), edición y masterización de sonido, y música.

COMPETENCIAS DEL TÍTULO (Periodismo)

1. HABILIDADES

- RA16- Buscar, identificar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, visual) necesario para la elaboración de discursos.
- RA19- Idear y ejecutar el diseño y los aspectos formales y estéticos de medios escritos, gráficos, audiovisuales, etc.
- RA21- Detectar y corregir los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos de la edición.

2. COMPETENCIAS

- RA24- Comprender, analizar y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad en sus múltiples dimensiones: antropológica, histórica, cultural, política, social y económica.
- RA25- Idear, planificar y desarrollar proyectos compartidos en el ámbito del periodismo.
- RA30- Conocer y aplicar el lenguaje y las técnicas propias de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), de los nuevos soportes digitales (internet) y desarrollar sus posibilidades de convergencia multimedia.

COMPETENCIAS DEL TÍTULO (Comunicación Audiovisual)



Universidad de Navarra

1.HABILIDADES

- RA14-Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.
- RA16-Identificar y aplicar los elementos específicos de la construcción del guion audiovisual.

2.COMPETENCIAS

- RA21 - Comprender, analizar y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano en sus múltiples dimensiones: antropológica, histórica, cultural y social.
- RA22-Idear, planificar y desarrollar proyectos compartidos en el ámbito de la comunicación audiovisual.
- RA26-Diseñar y dirigir la puesta en escena de contenidos audiovisuales.
- RA28-Analizar los formatos audiovisuales en el contexto de la estructura y mercados de la comunicación audiovisual.

COMPETENCIAS DEL TÍTULO (Marketing)

Generales

- CG4-Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.
- CG5-Aplicar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, planificación y gestión del tiempo a la toma de decisiones responsables y resolución de problemas de marketing.

Específicas

- CEO3-Conocer los fundamentos, las herramientas y los métodos de trabajo propios de la comunicación creativa.
- CEO4-Aplicar un pensamiento analítico y estratégico al desarrollo de proyectos de comunicación e innovación.

COMPETENCIAS ASIGNATURAS OPTATIVAS

- CEO1-Aplicar el pensamiento creativo y habilidades prácticas en el desarrollo de proyectos de diseño.
- CEO8-Adquirir habilidades para estar en condiciones de poder desarrollar proyectos empresariales de emprendimiento.
- CEO11-Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.

PROGRAMA

Idea 1.

"Tu radio": 5 cuestiones clave en la convergencia digital. Hacia una idea disruptiva, cómo desarrollarla y alinear la estrategia.



Universidad
de Navarra

Idea 2.

El mercado de los contenidos: cómo realizar un "producto radiofónico exclusivo" para una sociedad/público concreto.

Idea 3.

El mercado de los clientes: cómo fidelizar a los oyentes y a los anunciantes desde el liderazgo de una marca radiofónica.

Idea 4.

La evaluación de la estrategia radiofónica: acciones de mejora de la calidad, la innovación y la creatividad.

Idea 5.

Ejercicio de autoevaluación. Los resultados de aprendizaje conseguidos, la calidad, innovación y creatividad del trabajo radiofónico realizado, y los objetivos profesionales.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

-Las actividades formativas se imparten durante las 10 primeras semanas del segundo semestre del curso: viernes de 9 horas a 12 horas.

-Las clases son de aplicación teórico-práctica y tendrán lugar de modo presencial (aula 1540 y estudio 5). El trabajo de producción y escritura de guiones se realizará a través de Google Drive.

-Los alumnos trabajarán organizados por grupos y turnos de manera presencial. De este modo, idearán, realizarán y postproducirán en directo uno o dos programas de radio especializados.

-Horas totales de clases presenciales: 30.

Distribución aproximada del tiempo:

30 horas de clases presenciales (aula 1540 y estudio de radio 5)

1 hora de tutoría con el profesor (actividad presencial para cada alumno)

1 hora para realizar el ejercicio de autoevaluación del alumno (actividad no presencial para toda la clase)

33 horas de trabajos individuales o de grupo (actividad no presencial de apoyo a la producción)

10 horas de estudio personal (actividad no presencial)



Universidad
de Navarra

Total: 75 horas

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Los resultados de aprendizaje del alumno se evalúan a través de los dos procedimientos siguientes:

1. El trabajo semanal realizado en las clases presenciales de aplicación teórico práctica para toda la clase: 80% de la nota final. Se puntúa de 0 a 10 y se valora la participación positiva. El alumno debe obtener un mínimo de 5 puntos para aprobar esta parte de la asignatura. El alumno tiene que asistir obligatoriamente a las clases presenciales. Sólo se permite 1 ausencia por causa justificada.

2. Un ejercicio final de autoevaluación realizado por cada alumno de manera individual y no presencial: 20% de la nota final. Se puntúa de 0 a 10. El alumno debe obtener un mínimo de 5 puntos para aprobar esta parte de la asignatura. Este ejercicio es obligatorio y consiste en que cada alumno elabore una valoración argumentada acerca de los logros conseguidos respecto de los tres aspectos siguientes: a) los resultados de aprendizaje conseguidos en la asignatura; b) la calidad, la innovación y la creatividad del trabajo radiofónico realizado en la emisora online de Fcom; y c) la puesta en relación con sus objetivos profesionales. El alumno dispone de un ejemplo/modelo de este tipo de ejercicio a través de <http://www.unav.es/adi/>

Para aprobar la asignatura es necesario obtener un mínimo de 5 como nota media del trabajo semanal y realizar el ejercicio final de autoevaluación con un mínimo de 5.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno que deba presentarse a la convocatoria extraordinaria mantendrá las notas aprobadas obtenidas durante el curso. Quien tenga alguna de las partes cursadas y suspendidas deberá proceder de la forma siguiente:

1. Clases teórico prácticas presenciales. El alumno repetirá de forma individual el trabajo desarrollado a lo largo de las 10 clases. El requisito para recuperar esta parte es una nota mínima de 5. Solo podrán presentarse a esta convocatoria extraordinaria aquellos alumnos que hayan asistido a todas las clases presenciales de la asignatura y hayan suspendido esta parte.

2. Ejercicio final de autoevaluación. El alumno realizará de forma individual esta parte de la asignatura. El requisito para recuperar esta parte es obtener una nota mínima de 5. Solo podrán presentarse a esta convocatoria extraordinaria aquellos alumnos que hayan asistido a todas las clases presenciales de la asignatura y hayan suspendido esta parte.

ALUMNOS ESPECIALES



Universidad de Navarra

El alumno que tenga alguna discapacidad o situación especial certificada podrá participar de un plan de clases, trabajo y estudio lo más adecuado a su situación. Este plan s

HORARIOS DE ATENCIÓN

Se solicitará cita a través de correo electrónico.

Prof. Elsa Moreno: emoreno@unav.es

Departamento de Periodismo. Despacho 1620. Edificio Biblioteca.

Prof. Iñaki Larena: illarena@unav.es

Estudios de radio. Despacho frente al estudio 5. Facultad de Comunicación. Edificio de Ciencias Sociales (primera planta).

BIBLIOGRAFÍA

Básica

-Apuntes de clase y material disponible a través de ADI.

Recomendada

Artículos

-Martínez-Costa, María del Pilar; Moreno, Elsa y Amoedo, Avelino (2018). Mapa de la radio online en España: tipología y caracterización en el contexto de los cybermedios. *El Profesional de la Información*, 27(4), 849-857. Disponible en <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2018/jul/14.pdf>

-Moreno, Elsa; Amoedo, Avelino y Martínez-Costa, María del Pilar (2017). Usos y preferencias del consumo de radio y audio online en España: tendencias y desafíos para atender a los públicos en internet. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 1319-1336. Disponible en <https://core.ac.uk/download/pdf/141667658.pdf>

-Moreno, Elsa; Martínez-Costa, María del Pilar y Amoedo, Avelino (2009). Radio and the Web: Communication Strategies of Spanish Radio Networks on the Web (2006-2008). *Observatorio (OBS*) Journal*, 10, 121-137. Disponible en <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/288/278>

-Moreno, Elsa (2005). Las "radios" y los modelos de programación radiofónica. *Communication & Society*, 18(1), 61-111. Disponible en <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/communication-and-society/article/view/36327/30785>

-Moreno, Elsa (1999). La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales. *Communication & Society*, 12(1), 89-111. Disponible en <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/communication-and-society/article/view/36404/31134>



Universidad
de Navarra

Capítulos de libro

-Moreno, Elsa y Martínez-Costa, María del Pilar (2016). Evolución de las estrategias de innovación de la radio generalista en España (2013-2015). En Jorge Miguel Rodríguez Rodríguez (Coord.), *Retroperiodismo, o el retorno a los principios de la profesión periodística* (pp. 209-226). Madrid: Sociedad Española de Periodística. Disponible en <http://www.periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Retroperiodismo-o-el-retorno-a-los-principios-de-la-profesin-periodstica.pdf#page=209>

-Moreno, Elsa (2004). La radio especializada: las técnicas de programación de la radio de formato cerrado. En María del Pilar Martínez-Costa y Elsa Moreno (Coord.), *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia* (pp. 101-140). Barcelona: Ariel.

-Moreno, Elsa y García, Aurora (2004). La identidad de la emisora en el mercado: la programación como imagen de marca. En María del Pilar Martínez-Costa y Elsa Moreno (Coord.), *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia* (pp. 141-159). Barcelona: Ariel.

Libros

-Cebrián Herreros, Mariano (2008). *La radio en Internet*. Buenos Aires: La Crujía.

-Cebrián Herreros, Mariano (2007). *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad*. Madrid: Fragua.

-Martínez-Costa, María del Pilar (Ed.) (2001). *Reinventar la radio*, Actas de las XV Jornadas Internacionales de la Comunicación. Pamplona: Eunate.

-Faus Belau, Ángel (1995). *La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*. Barcelona: Eiunsa.

-Martí Martí, Josep María (2000). *De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*. Barcelona: Pòrtic.

-Norberg, Eric G. (1998). *Programación radiofónica: estrategias y tácticas*. Madrid: IORTV.

-Pedrero Esteban, Luis Miguel (2000). *La radio musical en España. Historia y análisis*. Madrid: IORTV.

@X@buscador_unika.obtener@X@

Enlaces de interés

Radio Universidad de Navarra

<https://www.unav.edu/en/web/vida-universitaria/radio>

Cadenas generalistas en España

<http://www.rtve.es/radio/>

<http://www.cadenaser.com>



Universidad
de Navarra

<http://www.cope.es>

<http://www.ondacero.es>

Cadenas de información especializada en España

<http://www.marca.com/radio/>

Cadenas musicales en España

<http://www.rtve.es/radio/radioclasica/>

<http://www.rtve.es/radio/radio3/>

<http://www.cadena100.es>

<http://www.los40.com>

<http://www.m80radio.com>

<http://www.cadenadial.com>

<http://www.kissfm.es>

<http://www.europafm.com>

<http://www.maxima.fm>

Todo noticias

<http://www.rtve.es/radio/radio5/>

<http://www.catradio.com/ci>

<http://www.canalsur.es/programas/radioandalucia/informacion>

<http://www.radiofrance.fr/chaines/france-info>

<http://www.bbc.co.uk/fivelive/>

<http://www.1010wins.com/>

Estudios de audiencia

<http://www.aimc.es>

<http://www.ciessl.com/>

<http://www.rajar.co.uk/>

<http://www.mediametrie.fr>



Universidad
de Navarra

<http://www.arbitron.com>