

MAGIC

MADRID GASTRONOMIC
INTERNATIONAL
CENTER

Microcredencial Universitaria
CREACIÓN DE MARCA GASTRONÓMICA
2026-27



MAGIC

MADRID GASTRONOMIC
INTERNATIONAL
CENTER

Contenido

Presentación 4

Objetivos 6

Resultados de Aprendizaje 6

Destinatarios

Dirigido a **7**

Criterios de selección **8**

Metodología y Evaluación

Metodología **9-10**

Evaluación **10**

Plan de estudios 11

Dirección Académica y Profesorado

Dirección Académica **12**

Profesorado **12**

Duración y desarrollo 14

Reserva de plaza y matrícula 15

Contacto 17

Presentación

La marca que rodea un producto o negocio es importantísima para generar valor en el consumidor. Vivimos rodeados de marcas afianzadas de las que nos fiamos completamente a la hora de comprar simplemente por su logo o el nombre que tienen, asociado siempre a una buena calidad en el servicio o el producto.

A menudo nos encontramos con productos de alto valor que se quedan por el camino por una mala estrategia de marketing.

El productor gastronómico, si quiere tener éxito, debe conocer la fórmula de creación y promoción de una marca para sus productos y, por este motivo, este curso es necesario para productores y empresarios pues, sin los conocimientos adecuados, todos los esfuerzos corren el riesgo de quedar en terreno vacío.

Crear una marca es el primer paso para conseguir un negocio rentable. Conoce la fórmula de su creación y promoción con contenidos especializados en el sector gastronómico, impartidos, además, por especialistas en el marketing gastronómico.

Se requiere además una formación que haga visible la diferencia entre vender productos y vender experiencias. La gastronomía vende una experiencia que no inicia en el mismo momento de consumirla, sino mucho antes. Y perdura mucho más esa experiencia, que cualquier otra. Es necesario que exista en el mercado una formación en gastronomía que le dé a la publicidad la importancia que tiene. Impartida, además, por especialistas en el marketing gastronómico.

Como **Microcredencial Universitaria**, la titulación tiene validez y reconocimiento en el ámbito de la Unión Europea.

Curso online de **20 horas de duración**.



Objetivos

- ✓ Conocer los conceptos básicos del marketing y la publicidad.
- ✓ Que el alumno adquiriera las nociones de branding necesarias para la creación de su propia marca.
- ✓ Enseñar a crear, desde cero, un plan de estrategia para la creación de marca.

Resultados de aprendizaje

Conocimientos o contenidos (CO), competencias (C) y habilidades o destrezas (H), atendiendo a la clasificación ESCO para las Microcredenciales

- ✓ CO1: Técnicas de marketing de una marca
- ✓ CO2: Técnicas de publicidad
- ✓ H1: Definir la marca
- ✓ H2: Gestionar la marca como activos
- ✓ H3: Realizar estudios de mercado
- ✓ H4: Posicionar la marca en el mercado

Destinatarios

Requisitos de acceso

Este curso está destinado a:

Las personas solicitantes de ingreso al título cumplirán con al menos uno de los siguientes **perfiles**:

- ✓ **Emprendedores y futuros** propietarios de negocios gastronómicos que quieren desarrollar sus proyectos de manera eficaz y buscan una formación acorde a sus necesidades, que les proporcione los conocimientos necesarios para gestionar su negocio con la seguridad y calidad.
- ✓ **Profesionales del sector** gastronómico **con formación** y experiencia, que quieren actualizar su formación o especializarse en un área de conocimiento concreta, con la posibilidad de hacerlo de manera compatible con su jornada laboral.
- ✓ **Profesionales del sector** gastronómico **sin formación** previa, que quieren apoyar su experiencia laboral con titulación o actualizar sus conocimientos para mejorar su perfil profesional, con la posibilidad de hacerlo de manera compatible con su jornada laboral.
- ✓ **Profesionales de otros sectores**, que quieren actualizarse y aplicar su perfil laboral al sector gastronómico.
- ✓ **Directores, gestores y administradores** de negocios gastronómicos que necesiten actualizar sus competencias.
- ✓ **Estudiantes y recién titulados**, tanto de Formación Profesional, como de Grados y Posgrados, de Gastronomía o de cualquier rama de estudio, que quieren desarrollar su profesión en gastronomía y que, para ello, quieren continuar sus estudios o complementarlos con formación específica y hacerlo en un horario compatible con su calendario de clases.

No es necesaria titulación universitaria.



Destinatarios

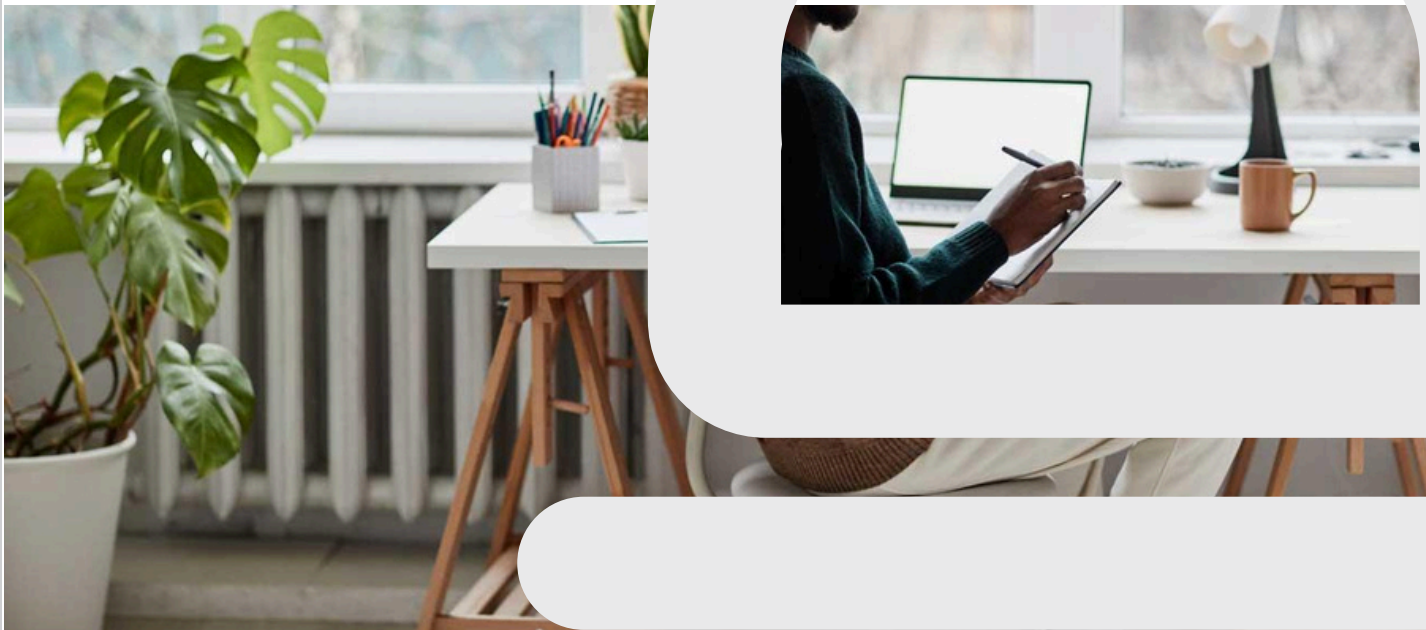
Criterios de selección

En el caso de que el número de solicitudes supere el de plazas ofertadas se realizará una selección en función de los siguientes criterios:

- ✓ **40%** Experiencia curricular
- ✓ **40%** Titulación relacionada con empresa
- ✓ **20%** Titulación relacionada con gastronomía u hostelería, restauración y catering

Nº DE PLAZAS: 25 (Mínimo 17)

Plazas reservadas para víctimas de terrorismo, violencia de género y personas con discapacidad: 2



Metodología y Evaluación

Metodología

Mediante las actividades formativas online y el trabajo autónomo, el alumnado podrá llegar a alcanzar la idónea capacidad que se requiere para la comprensión del contenido de la titulación y de las habilidades-competencias que le corresponden.

Actividades presenciales o síncronas

✓ Clases magistrales

El profesor expondrá los temas del programa, de los cuales podrá facilitar apuntes o bibliografía con antelación.

El alumno se responsabilizará de tomar apuntes para elaborar unos temas completos que le sirvan a la hora de realizar los trabajos que exige esta titulación para ser superada.

La lección magistral tiene por finalidad despertar la inquietud intelectual del alumno y ayudar a la reflexión (análisis y síntesis) y al trabajo intelectual sobre los temas del programa.

El profesor resolverá las dudas surgidas del estudio y exposición de cada tema. En el aula se exponen conocimientos, pero también se debaten y confrontan convicciones intelectuales, se inauguran algunas vías de conocimiento y se refutan otras. Sólo así el aula cobra su máximo sentido y se convierte en un lugar creativo, formador y enriquecedor.

✓ Actividades autónomas (trabajo autónomo del estudiante)

Estudio individual de los contenidos de la titulación (puesta en relación de los contenidos explicados en las clases magistrales, lecturas y el propio trabajo de investigación personal en base a la bibliografía).

Acciones de orientación y apoyo tutorial

Aula virtual:

Todos los alumnos obligatoriamente habrán de darse de alta en el aula virtual de la asignatura, durante la primera semana de clase. Allí encontrarán recursos pedagógicos para la preparación y estudio de la asignatura, así como todas las comunicaciones e informaciones que el profesor juzgue oportunas y necesarias dar, destinadas al conjunto de los alumnos de la clase.

Evaluación

Será obligatoria una asistencia del **80%**.

- ✓ Al final del curso se entregará un proyecto que supondrá un **80%** de la nota final (no reevaluable) "Plan de marketing y creación de marca para un nuevo negocio gastronómico" a escoger por el alumno.
- ✓ Test online **20%** de la nota final.

Plan de estudios

Conceptos básicos del marketing.

Tema 1: Definición y origen de marketing.

Tema 2: Finalidad del marketing.

Tema 3: Diferentes tipos de marketing.

Tema 4: Cómo realizar un estudio de mercado orientado al negocio gastronómico.

Creación de marca adaptada a modelos de negocio gastronómico.

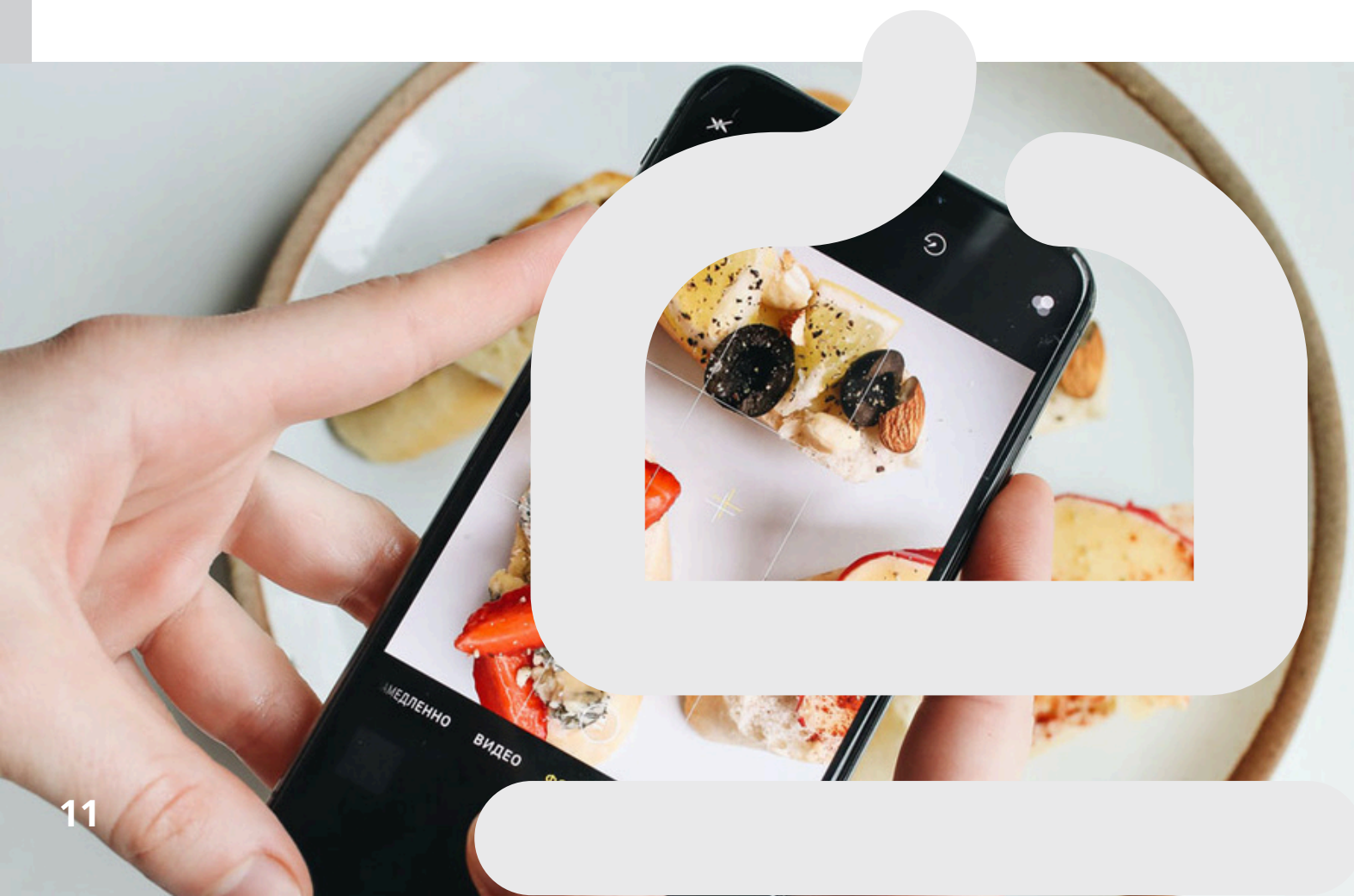
Tema 5: Proceso de creación de una marca. Branding gastronómico.

Tema 6: Proceso de registro de una marca.

Técnicas de publicidad.

Tema 7: Diferentes tipos de técnicas publicitarias.

Tema 8: Técnicas publicitarias en el mundo de la gastronomía.



Dirección Académica y Profesorado

Dirección Académica

✓ **Dra. María García de Blanes. Profesor/a ayudante doctor/a.**

Docente e investigadora URJC. Doctorado en Ciencias Sociales y Jurídicas (Desarrollo de modelos de Aceptación Tecnológica). Máster Universitario en Marketing Digital. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. Licenciada en Filología Hispánica.

Profesorado

✓ **Dra. María García de Blanes. Profesor/a ayudante doctor/a.**

Docente e investigadora URJC. Doctorado en Ciencias Sociales y Jurídicas (Desarrollo de modelos de Aceptación Tecnológica). Máster Universitario en Marketing Digital. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. Licenciada en Filología Hispánica.

✓ **María Torrejón Ramos. Profesora Ayudante Doctora**

Doctora cum laude en Organización de Empresas por la URJC. Imparte docencia en el Departamento de Economía de la Empresa (ADO) de la URJC, especialmente en los grados en Turismo y Administración y Dirección de Empresas. Su campo de investigación se centra en la sostenibilidad y economía circular en el sector turístico, específicamente en los eventos gastronómicos y en el sector Horeca.

✓ **Pepa Cartini.**

Especializada en Brand Storytelling y Copy gastronómico desde 2016.

Busca avivar la conciencia narrativa en el sector gastronómico para promover la creación de marcas desde una mirada humanista.

Máster en Gestión e Innovación Gastronómica -UCJC – Cátedra de Ferran Adrià.



DINING
REFINED
CULMINA
EVERYTH
FROM LO
PREPARE
Q

SPE

BRIETABAK
A MODERN TWI
FAVORITE - ME
MOZING BRIE C
ORGANIC DILL

PRPLE RAI
REMADE PU
INIC BALIN
TO CHIPS.

CKED SA
E WHER
CREAM +

NESE S
ORGANIC
EENS WIT

RED TUN
NOR SA
RED TUNA V
ELY CHOPPE
TS, FRUIT +

AVO GADO
A MANDATORY
DONE THE MUD
AND WITH BETT
TEMPEH, BEANS
SAUCE AND LUS

DUE TO INCE
OUR EGGS RO

Price

Duración y desarrollo

 **Modalidad:** Online


Nº de créditos: 2

Horas presenciales: 20

 **Lugar de impartición:** Aula virtual URJC.

 **Horario:** 15, 22 y 30 de octubre, de 15.30h a 19h

6 de noviembre, de 15.30h a 19h

 13 y 20 de noviembre, de 15.30h a 18.30h



Reserva de plaza y matrícula

 **Plazo de inscripción:** hasta el 22 de septiembre de 2026.

€ **Preinscripción:** 0€. El importe del Curso se abonará en el momento de realizar la matrícula, una vez admitida la solicitud del alumno.

 **Nº de plazas:** 25 (Mínimo 17)

✓ **Admisión:** En el caso de que el número de solicitudes supere el de plazas ofertadas se realizará una selección en función de los criterios indicados en el apartado Destinatarios (página 9).

LAS SOLICITUDES DE ADMISIÓN SE REALIZARÁN DE FORMA TELEMÁTICA A TRAVÉS DE: <https://gestion3.urjc.es/gestionsolicitudes/>

 **Plazo de matrícula:** del 23 al 30 de septiembre, 2026.

Precio: 164,00€

* El inicio del curso queda condicionado al número mínimo de alumnos matriculados. Temario, calendario, precios y equipo docente están sujetos a cambios.

MAGIC

MADRID GASTRONOMIC
INTERNATIONAL
CENTER

Microcredencial Universitaria CREACIÓN DE MARCA GASTRONÓMICA 2026-2027

Más información:

Llamadas y WhatsApp 624 751 646

info@magic-edu.es

www.magic-edu.es