

MAGIC

MADRID GASTRONOMIC
INTERNATIONAL
CENTER

Microcredencial Universitaria

CREACIÓN DE CONTENIDO GASTRONÓMICO PARA REDES SOCIALES

2026-27



MAGIC

MADRID GASTRONOMIC
INTERNATIONAL
CENTER

Contenido

Presentación 4

Objetivos 6

Destinatarios 7-8

Dirigido a
Cráterios de selección

Metodología y Evaluación 8-9

Metodología
Evaluación

Plan de estudios 10

Dirección y Profesorado 11-12

Dirección Técnica
Profesorado

Duración y desarrollo 13

Reserva de plaza y matrícula 14

Contacto 17

Presentación

En los últimos años, las redes sociales se han convertido en un **escaparate para cocineros, hosteleros, empresarios y comunicadores**.

No solo son una manera eficaz de publicitar un negocio, sino que se han convertido en un negocio en sí mismas, ya que un **contenido de calidad** puede suscitar el interés de miles de usuarios, permitiendo que el tiempo que se necesita para plantear cada post se convierta en un trabajo rentable.

Así sucede con muchos influencers que, gracias a su esfuerzo, han conseguido tener una gran audiencia, debido al **contenido audiovisual** que generan cada día. Sacarle partido a este tipo de herramientas, que están al alcance de todos, es importantísimo para que una persona o un negocio tengan visibilidad.

Esta titulación mostrará que no solo una buena fotografía es importante. Prácticamente cualquier usuario puede compartir con el mundo un buen contenido gastronómico. Será **el conjunto de la publicación, con imágenes correctamente realizadas y editadas, sumadas a textos bien redactados y un contenido organizado**, el que convierta una cuenta normal, en una de **referencia y prestigio**.

Este curso aportará **conocimientos** para saber diseñar una programación de calidad, conseguir hacer rentable un **contenido gastronómico** y conocer las claves para **grabar o fotografiar gastronomía**.



Objetivos

- ✓ Aprender a editar y realizar contenido para redes sociales.
- ✓ Dominar la edición de vídeo recetas.
- ✓ Aprender las claves para controlar la luz, el foco de la cámara y los tiempos de exposición.
- ✓ Aprender a redactar recetas y contenido escrito.
- ✓ Estudiar la importancia del periodismo especializado en gastronomía.
- ✓ Enseñar las claves para producir contenido para redes sociales.
- ✓ Aprender a diseñar un set de fotografía y emplatados visuales actuales.


Resultados de aprendizaje


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

- ✓ CO1: Comunicación
- ✓ CO2: Gestión de los medios sociales de comunicación
- ✓ H1: Comprobar la corrección de la información
- ✓ H2: Planificar una grabación audiovisual
- ✓ H3: Editar vídeos
- ✓ H4: Editar fotografías

Destinatarios

Dirigido a

 Este curso está dirigido a periodistas, profesionales del mundo de la gastronomía, blogueros o influencers que deseen mejorar su carrera profesional en el mundo audiovisual y redes sociales.

 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.



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:

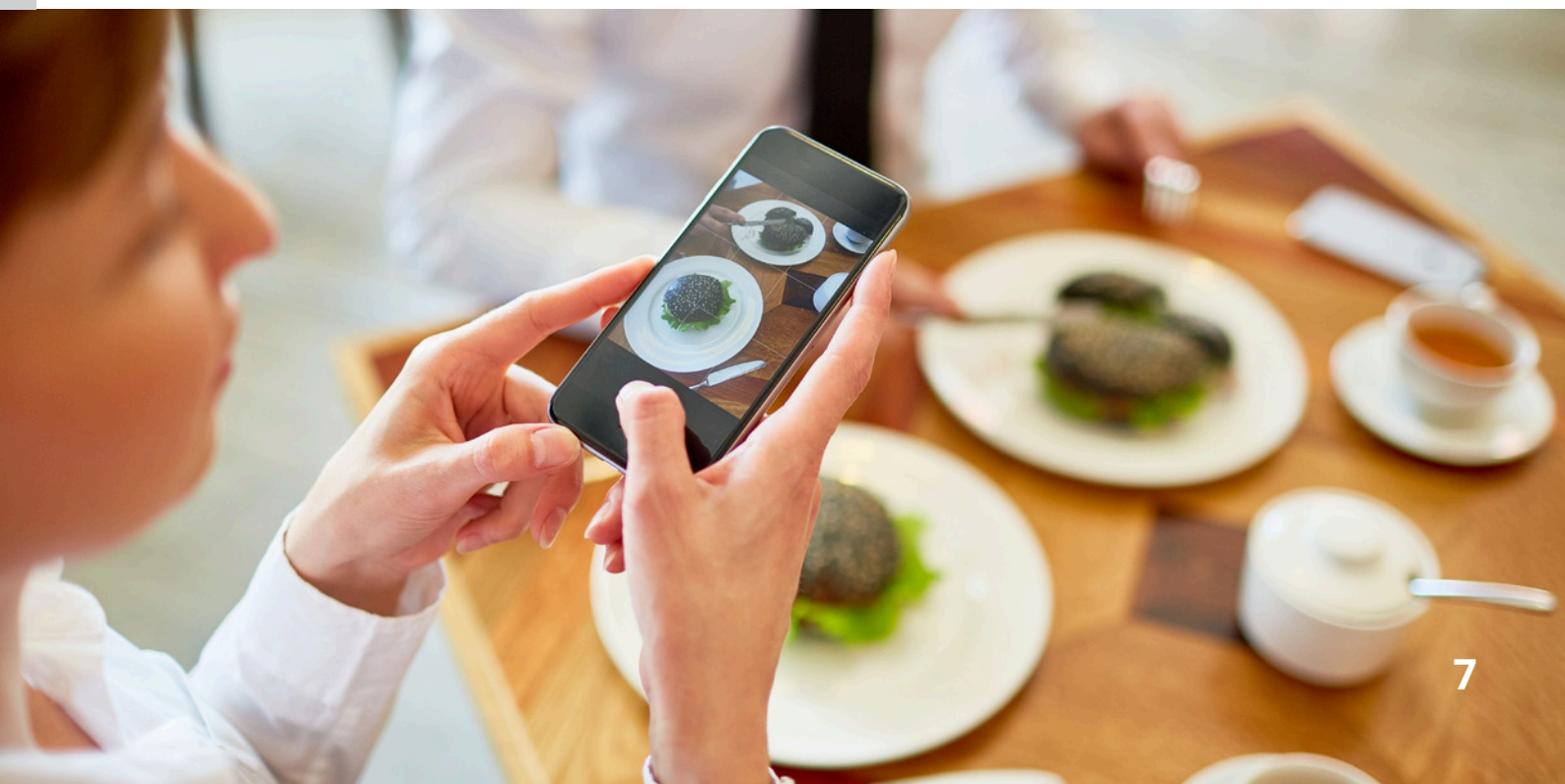
40% experiencia previa en el mundo audiovisual.

40% actividad relacionada con la gastronomía.

20% conocimientos en redes sociales, cuya evaluación se realizará mediante una entrevista personal.

No es necesaria titulación universitaria previa.

Nº DE PLAZAS: 35 (Mínimo 14)



Metodología y Evaluación

Metodología

Mediante las actividades formativas presenciales y el trabajo autónomo, el alumno 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 (modalidad presencial y modalidad virtual):

Formación continuada y clases magistrales impartidas por profesionales de reconocido prestigio. El profesorado expondrá los temas del programa, de los cuales podrá facilitar apuntes o bibliografía con antelación.

El alumnado 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 alumnado y ayudar a la reflexión (análisis y síntesis) y al trabajo intelectual sobre los temas del programa. El profesorado 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 bibliografía).

Acciones de orientación y apoyo tutorial

Todo el alumnado obligatoriamente habrá 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 la clase.

Evaluación

- ✓ La asistencia a las clases será **obligatoria**.
- ✓ Al final del curso se entregará un proyecto evaluable: **“Diseño de contenido fotográfico/vídeo para una cuenta de redes sociales con producto sostenible y de temporada”**. (80% de la nota final)
- ✓ El **20% restante** será el resultado de la evaluación continua en las **horas presenciales de fotografía y edición**.



Plan de estudios

1. CREACIÓN DE CONTENIDO GASTRONÓMICO.

TEMA 1: Programación de contenido gastronómico. Cocinado y emplatados.

TEMA 2: Localizaciones para grabar, set de grabación y fotografía. Montaje de set. **TEMA 3:** Redacción, guion y organización del contenido.

2. FOTOGRAFÍA Y VÍDEO EN GASTRONOMÍA.

TEMA 4: Periodismo audiovisual.

TEMA 5: Producción de programas gastronómicos.

TEMA 6: Realización de programas gastronómicos.

TEMA 7: Fotografía y vídeos gastronómicos (presencial).

3. MARKETING GASTRONÓMICO, RRSS Y CREACIÓN DE CONTENIDO DE INTERÉS.

TEMA 8: Marketing gastronómico en RRSS.

TEMA 9: Creación de contenido gastronómico.



Dirección y Profesorado

Dirección Académica

✓ **Dra. María del Carmen García Galera. Catedrática de Universidad**

Imparte docencia en el departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa, en las distintas áreas Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas- en las asignaturas de Investigación de audiencias y en Planificación estratégica de las Relaciones Públicas.

Profesorado

✓ **Pedro Diego Solís Montero. Profesor asociado.**

Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid en 1997, ha desarrollado su carrera profesional en grupos de comunicación (PRISA), agencias de publicidad digital (Genetsis) y Marketing en ONO. Trabajó 14 años con distintas funciones en Microsoft y ahora tiene su propia empresa dedicada a la creación y optimización de procesos con Inteligencia Artificial. Profesor de distintas asignaturas en la URJC, relacionadas con el diseño y la tecnología.

✓ **Antonio Domínguez Torreadrado. PAS URJC.**

Jefe técnico de laboratorios de medios audiovisuales de la Facultad de CC. de la Comunicación. Fotógrafo y editor.

Dra. Yanet Acosta Meneses. Profesora Permanente Laboral.

✓ **Doctora en CC de la Información de la UCM y posgrado en Gestión de RRSS por la Columbia University de NY. Profesora de Historia del Periodismo y Fotoperiodismo en la URJC.**

✓ **Rocío Rivera Gentil.**

Fotógrafa y estilista gastronómica, creadora de recetas y contenidos para redes sociales. Home economist para empresas y editoriales.

✓ **Clara Villalón.**

Experta en gastronomía. Asesora gastronómica, generadora de contenidos gastronómicos, analista de tendencias culinarias y desarrolladora de vídeos y fotos.

✓ **Belén Casal.**

Fotógrafa y creadora de contenido gastro para marcas y publicaciones.

Duración y desarrollo



Modalidad: Semipresencial

Nº de créditos: 6



Horas presenciales: 10



Lugar de impartición: Aula virtual URJC y Campus de Fuenlabrada URJC.



Fechas sesiones: del 3 de noviembre al 16 de diciembre, 2026.

Horario: de lunes a jueves, por la tarde. Según sesión, entre las 16h y las 19.30h

* El inicio del curso queda condicionado al número mínimo de alumnos matriculados



Reserva de plaza y matrícula

 **Plazo de inscripción:** hasta el 8 de octubre.

€ **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:** 35 (Mínimo 14)

✓ **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 7).

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

 **Plazo de matrícula:** del 9 al 16 de octubre, 2026.

Precio: 492,00€

* 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 CONTENIDO GASTRONÓMICO PARA REDES SOCIALES

2026-27

Más información:

Tlf y WhatsApp: 624 75 16 46

info@magic-edu.es

www.magic-edu.es