



UVa



Micro**credenciales**



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



MINISTERIO
DE CIENCIA, INNOVACIÓN
Y UNIVERSIDADES



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



Junta de
Castilla y León
Consejería de Educación

Virt UVa



Microcredencial Universitaria en
Nuevas formas de comunicación
en el mundo del vino para futuros
consumidores y nuevas
generaciones

Del 25/05/2026 al 31/05/2026

**Distintos centros de la UVa y Bodega
Matarromera**

• • •
• • •
• • •
• • •
• • •
• • •

	Híbrido		30 plazas
24 euros		1 ECTS	

Coordina: **Miguel Ibáñez Rodríguez**

MÁS INFORMACIÓN

microcredenciales.uva.es



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



1. Objetivos del curso

Objetivo general:

Capacitar al estudiantado para comprender y aplicar el lenguaje especializado del vino (terminología y descriptores) y diseñar estrategias actuales de comunicación vitivinícola en canales y formatos digitales emergentes, analizando su impacto en la percepción y aceptación del vino —incluido el vino desalcoholizado— entre jóvenes adultos y nuevos consumidores.

Objetivos específicos:

- Conocer la lengua de la vid y el vino, su terminología y su vinculación con el territorio y la cultura.
- Proporcionar formación especializada en nuevas formas de comunicación del sector vitivinícola.
- Analizar las nuevas formas de comunicación del vino a través de *influencers* y creadores de contenido.
- Dar a conocer el mundo del vino a jóvenes adultos a través de las marcas propias de Matarromera, considerando tono, registro, valores de marca y consumo responsable.
- Analizar en jóvenes adultos la aceptación del vino y de los vinos desalcoholizados, y definir descriptores comunicativos y sensoriales orientados a nuevos consumidores.

2. Resultados de aprendizaje

- Identificar y explicar la terminología básica de la vid y el vino, incluyendo descriptores sensoriales, y relacionarla con territorio y cultura
- Reconocer los principales formatos y tendencias actuales de comunicación digital en el sector vitivinícola (marcas, plataformas, influencers y narrativas).
- Analizar críticamente piezas de comunicación del vino en redes sociales, evaluando adecuación a público, claridad, registro, coherencia de marca y objetivos comunicativos.
- Elaborar una pieza/propuesta de comunicación (infografía y breve justificación) adaptada a jóvenes adultos, aplicando rigor terminológico, claridad y estrategia de canal.

3. Plan de estudios

La microcredencial se organiza como un módulo único de 1 ECTS que integra:

- a. Base conceptual: lenguaje del vino, terminología, descriptores y vínculo con territorio/cultura.
- b. Contexto aplicado: evolución de la comunicación del vino y nuevas formas digitales (marcas, RRSS, influencers, formatos).
- c. Bloque práctico: aproximación a vinos desalcoholizados y entrenamiento en descriptores orientados a nuevos consumidores.
- d. Producto final: infografía/propuesta de comunicación adaptada a jóvenes adultos, con justificación estratégica, alineada con el marco del concurso "La Voz del Vino".

4. Acceso y admisión de estudiantes

Edad comprendida entre 25 y 64.

Perfil de ingreso

Microcredencial dirigida a jóvenes adultos y adultos interesados en la comunicación vitivinícola y su lenguaje especializado, incluyendo:

- Profesionales del sector vitivinícola (bodegas, cooperativas, distribución, enoturismo).
- Perfiles de marketing y comunicación (empresa, agencia o autónomos) que trabajen con marcas gastronómicas/bebidas.
- Estudiantes y egresados que busquen especialización aplicada en comunicación especializada, terminología y discurso del vino.

Criterios de admisión y selección

En caso de que la demanda supere las plazas ofertadas, se aplicarán:

1. Vinculación con el sector vitivinícola (preferencia a profesionales o personas con relación demostrable con el sector o con objetivos profesionales claros).
2. Orden de inscripción, siempre que se cumplan los requisitos de acceso.

3. Entrevista breve por el equipo académico, si fuese necesario, para verificar idoneidad del perfil y aprovechamiento.

5. Sistema de evaluación

- Prueba de conocimientos (30%): Cuestionario tipo test y/o preguntas cortas sobre terminología del vino, descriptores y fundamentos de comunicación vitivinícola actual.
- Proyecto final (50%): Infografía/propuesta de comunicación adaptada a jóvenes adultos + breve justificación (objetivo, público, mensaje, canal/formato, coherencia de marca). El proyecto se diseñará alineado con las bases del concurso "La Voz del Vino"*.
- Evaluación práctica (20%): Evidencias de la práctica (registro de descriptores, análisis guiado, discusión aplicada) y participación activa.

*Nota: La participación efectiva en el concurso "La Voz del Vino" será voluntaria y no condicionará la superación de la microcredencial.

6. Web de la microcredencial

<https://microcredenciales.uva.es/>

7. Horario

Por determinar.

8. Entidades colaboradoras

Universidad de Valladolid

Plataforma tecnológica del Vino

9. Notas

- En el caso de no superar el mínimo de alumnos previsto, se devolverá la matrícula completa del curso.
- NO se devolverá el importe abonado a las personas que anulen su matrícula en los 4 días previos al inicio del curso.

- Para más información sobre el proceso administrativo, contacte con nosotros en el 983.18.46.25 o enviando un e-mail a la dirección de correo formacioncontinua@fundacion.uva.es
- Para más información de carácter académico, contacte con el/la coordinadora a través de su correo electrónico: miguel.ibanez@uva.es



Micro**credenciales**