

ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA DE MODA

INICIA ENERO 2024

REQUISITOS

- *Título de Licenciatura
 - Carta motivos
 - Entrevista
 - Formato de admisión
 - Curriculum vitae
 - Alto nivel de inglés
- * Opción de titulación para alumnos CENTRO.

DURACIÓN

1 año | 2 semestres

Horarios | **martes y jueves** de 18 a 22 h

RVOE 20160729

Contacta a Erika Medina
emedinaa@centro.edu.mx

WhatsApp

ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA DE MODA

Informes: Erika Medina
emedinaa@centro.edu.mx
[Hablemos por Whatsapp](#)

CONOCE EL ECOSISTEMA CREATIVO DE CENTRO POSGRADOS

CENTRO es una institución de educación superior dedicada a la profesionalización de la creatividad. Entiende la creatividad, como agente catalizador de cambio, innovación y creación de valor.

Es la institución líder en diseño y creatividad en Latinoamérica, con 20 programas

de Posgrado relacionados con la Economía Creativa. El impacto de estas disciplinas es tan relevante que la ONU declaró 2021 el Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible.

PROGRAMA

El marketing ha evolucionado y continúa evolucionando constantemente cada vez más rápido. El sector de la moda se actualiza y genera estrategias centradas en las personas y en el nuevo rol de la tecnología de la data. Este programa forma expertos en la industria de la moda

capaces de generar estrategias integrales de marketing exitosas con una visión forjada al cliente, la tecnología, el user experience, la gestión de negocios, el branding, el análisis de datos y de tendencias para el alcance de los resultados.

CLAUSTRO DE PROFESORES

Jean Avet | Director

Licenciado en administración de empresas en la Universidad Jean Moulin en Lyon, Francia con Maestría en administración de empresas en Roehampton Institute, Inglaterra. Socio fundador de la consultora Jade Consultores. Trabajó como Director de Operaciones para las marcas de moda PANTERA, Cihuah y MINHK y como Director General en la manufacturera DTP Groupe, en Francia, Polonia y México.

Gabriela Riviello | Coordinadora

Estratega enfocada en el desarrollo de marcas emergentes y lanzamiento de marcas en una nueva plaza. Especialista en transformación e implementación de nuevos procesos para sostener crecimiento saludable a mediano y largo plazo con un fuerte enfoque de servicio al cliente y entendimiento de los hábitos de consumo y las tendencias del sector

en el lujo y masivo. Ha trabajado en marcas como Gucci Group, Bottega Veneta, Diltex Brands: Fiorentina y David's Bridal.

Karla Paniagua

Doctora en Estudios transdisciplinarios de la cultura y comunicación (ICONOS), Maestra en Antropología social (CIESAS), comunicóloga (UAM-X). 21 años de experiencia docente en grado y posgrado, 23 años como conferencista nacional e internacional. Coeditora en jefe de la revista Economía Creativa, editora internacional para LATAM y árbitro del Journal of Futures Studies. Coordinadora de estudios de futuros, Directora de la especialidad en Diseño del mañana en CENTRO.

ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA DE MODA

Informes: Erika Medina
emedinaa@centro.edu.mx

[Hablemos por Whatsapp](#)

CLAUSTRO DE PROFESORES

Fátima González

Se destacó por más de 5 años como cabeza, de Mercadotecnia, Publicidad y Relaciones Públicas en Saks Fifth Avenue México, cuenta con experiencia también en departamentales Liverpool y Sears. Ha trabajado en grandes agencias siendo estratega para Walter Thompson, Ogilvy Mather y Grupo Vale Euro. Ha colaborado en Relaciones Públicas para favorecer el posicionamiento de marcas de estilo de vida, lujo y moda. La respaldan proyectos con Hermés, Salvatore Ferragamo, Tiffany & Co., entre otros.

Alexander Nempeque

Director de Data & Insights en la especialidad de Revenue Strategy en Warner Bros. Discovery para México, Colombia y proyectos específicos en América Latina. Es especialista en análisis de audiencias e integración de tecnologías de medición y en antropología digital

en negocios. Ha liderado equipos multidisciplinares en el Media House de Coca-Cola, Media Hub de Procter & Gamble y como Head de Comms Planning para marcas como Virgin Mobile, Kimberly Clark, Unilever, Pfizer, ONU, entre otros.

Alejandro Olascoaga

Director de Marketing en DiDi para Latinoamérica, la plataforma de movilidad más usada en México. Cuenta con más de 14 años de experiencia en empresas globales, desarrollando estrategias de marketing, comunicaciones, relaciones públicas y medios. Recientemente fue reconocido como una de las 100 mentes más brillantes de Latinoamérica en Marketing Digital, por Merca 2.0. Ha desarrollado campañas para empresas como Sony Electronics, PlayStation, PayPal, Unilever, Amazon y otras empresas en México.

ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA DE MODA

Informes: Erika Medina
emedinaa@centro.edu.mx
[Hablemos por Whatsapp](#)

MATERIAS Y COSTOS

COSTO PROGRAMA \$151,400 MXN

1º SEMESTRE

Mercadotecnia contemporánea de moda
Tendencias de moda y de consumo
Identidad de marca y narrativa
Laboratorio de innovación y pensamiento creativo

1 pago de \$70,236 MXN
o 5 pagos de \$14,482 MXN

2º SEMESTRE

Comunicación de la moda
Comercialización de marcas de moda
Diseño estratégico aplicado a la mercadotecnia de moda
Proyecto terminal

1 pago de \$76,622 MXN
o 5 pagos de \$15,798 MXN

Costo del propedéutico: \$4,800 MXN. Deberá cursarse a criterio de la dirección según los conocimientos del alumno.

BENEFICIOS

- 10% por pago hasta 3 meses antes de inicio del programa.
Aplica para la primera colegiatura
- 6% por pago hasta 1 mes antes de inicio del programa. Aplica para la primera colegiatura
- *3% por pago semestre o cuatrimestre completo
- 10% por pago en los 5 días siguientes a recibir la carta de aceptación.
Aplica para la primera colegiatura
- **Los gastos que puedan derivarse del pago de tasas administrativas y de la expedición del título correrán íntegramente por cuenta del alumno**
- **Estos costos son académicos, los gastos derivados de los viajes de estudio no están incluidos.**
- ***El costo total del semestre o cuatrimestre completos ya incluye el 3% de beneficio.**

[Reglamento de pagos](#)

[Becas](#)