

Maestría en Negocios de moda

RVOE SEP Federal No. 20193986 (03 de octubre de 2019)

Modalidad Escolarizada – Av. Constituyentes 455, Col. América, CDMX

La **Maestría en Negocios de Moda (Global Fashion Management)**, en alianza con el Fashion Institute of Technology (FIT), ofrece un enfoque teórico-práctico e interdisciplinario que combina clases, estudios de caso, visitas de campo y seminarios internacionales. Integrando las dimensiones del negocio de moda, desde las culturales y sociales hasta las financieras, el programa aborda cadena de suministro, marketing y operación de puntos de venta, y fomenta una visión orientada a la rentabilidad, la innovación y la tecnología, promoviendo la creatividad como eje estratégico.

Maestría en Negocios de Moda

RVOE SEP Federal No. 20193986
(03 de octubre de 2019) Modalidad Escolarizada

Clases presenciales
+4 seminarios presenciales
en NY, Europa, CDMX y Oaxaca

DURACIÓN
4 semestres
(2 años)

2 sesiones por semana

Sesiones de clases
a partir de las 18 h

INICIO
Agosto 2026

DIRECTORA
Mónica Mendoza

Fortalezas

- ▶ **Programa de excelencia global:** Alianza con el Fashion Institute of Technology / State University of New York y con instituciones de Italia y Hong Kong.
- ▶ **Formación inmersiva de nivel internacional:** Seminarios en Nueva York, Milán y Hong Kong.
- ▶ **IA en análisis de moda:** A través de sprints teórico-prácticos para investigar, clasificar y visualizar datos y mapeo de mercados y nicho.
- ▶ **Cuerpo docente con experiencia estratégica en moda:** Profesores con trayectoria y dominio de la industria.
- ▶ **Vínculos directos con el ecosistema de moda en México:** Conexión con marcas y expertxs del sector y red de networking con estudiantes, docentes y actores clave de la industria.



CLAUSTRO DE DOCENTES

in **Mónica Mendoza | Directora**

Formada en Diseño Textil por la Ibero Puebla y en Comunicación de Moda por el IED Milán, es creativa y consultora con su proyecto MTHRSHP. Inició su carrera con marcas como Fendi y Calvin Klein, y ha trabajado en diseño y desarrollo de producto desde mercados masivos hasta grupos artesanales. Desde 2016 participa en proyectos culturales y editoriales en torno al textil y la moda. Ha ocupado distintos cargos académicos en CENTRO desde 2011.

in **Fátima González | Coordinadora**

Estratega en comunicación y mercadotecnia de moda, con más de 15 años de trayectoria en marketing, relaciones públicas y alianzas estratégicas para marcas de lujo, moda y retail. Ha colaborado con firmas como Saks Fifth Avenue, Tiffany & Co., Lancel, TUMI, Hermès, Ferragamo y Vanity, integrando una visión que une creatividad, negocio e imagen. Además, ha sumado experiencia en el desarrollo de pasarelas internacionales para diseñadores como Oscar de la Renta.

in **Daniela Garza Salinas**

Licenciada en Diseño Gráfico por la Universidad de Monterrey, fue CEO y Directora de Editorial Anagrama. Actualmente, es Founding Partner & Creative Managing Director de Brand Atlas, estudio enfocado en generar experiencias de hospitalidad de marcas a través de branding, diseño y desarrollo. Daniela se ha especializado en construir marcas memorables utilizando metodologías creativas y gestión de cuentas de diversas industrias.

in **Karla Zamudio Puebla**

Formada en Ciencias de la Comunicación por la Ibero, cuenta con un Máster en Business and Technology en Collective Academy. Posee amplia experiencia en la creación de comunicaciones de marketing y estrategia para marcas globales de lujo, entretenimiento, estilo de vida y belleza. Fue responsable del equipo de marketing y comunicación de marcas como Adolfo Domínguez, Express, L’Oreal Luxe, Tommy Hilfiger, Tiffany & Co México y Alo Yoga entre otras.



CLAUSTRO DE DOCENTES

 Luz Elena Martínez Ortuño

Es Licenciada en Contaduría y su formación académica incluye también una Maestría en Administración, así como diversos cursos de actualización fiscal y habilidades gerenciales. Posee más de 20 años de experiencia en funciones de contraloría. Trabajó en la industria automotriz y en el Grupo Diltex, entre otros. Ha participado en proyectos de lean manufacturing, implementaciones de ERP y certificaciones de ISO.

Joohee Kim

Es PhD en Administración de Empresas y Maestra en Economía Laboral por la Universidad de Corea, y socióloga por Michigan State. Enseña sobre gestión estratégica de recursos humanos y logística de la cadena de suministro para una audiencia internacional diversa, integrando perspectivas culturales globales. Su experiencia profesional como consultora para el gobierno de Corea y para empresas como Samsung, Kia y Hyundai contribuyó al desarrollo de estrategias corporativas y a la mejora de prácticas organizacionales.

 Juan Pablo Zapata

Egresado de Administración de Empresas por el TEC de Monterrey y Maestro en Innovación para los Negocios por CEDIM. Cuenta con estudios en prospectiva, diseño e investigación de mercados. Colabora con empresas de consumo y finanzas en detección de insights y oportunidades de innovación. Actualmente es Head de CX Advisory & Qualitative Research en Ipsos.

PLAN DE ESTUDIOS 1º SEMESTRE

Contexto histórico y social de la moda

Reconocerás la influencia de la historia en la gestación, nacimiento, desarrollo, transformación y ocaso de la industria manufacturera y de la moda en México y Latinoamérica y la compararás con la industria global. Así mismo, distinguirás diferentes etapas de la producción artesanal e industrial, hasta llevarlas al contexto actual, analizando y comprendiendo las posibles oportunidades y vías para el desarrollo de la industria de la moda en el futuro.

Tendencias de consumo

Distinguirás los patrones sociales de consumo, tendencias del mercado y el impacto que tienen en la toma de decisiones dentro de las empresas dedicadas a la moda, para analizar casos y fundamentar la pertinencia de las estrategias en las organizaciones de moda y su correspondencia tanto a los valores de las marcas, como de sus usuarios y consumidores.

Creación como expresión

Reconocerás a la creación como catalizadora de emociones, experiencias y cultura, y la aplicarás como vehículo de mensajes que contribuyan a la construcción de una identidad y su relación con la moda.

Identidad de marca

Distinguirás la importancia de la construcción de marca y el mensaje que envía al interior y exterior de la empresa, para analizar la alineación de todos los procesos de las empresas de moda y crear estrategias que partan de dicha identidad. A su vez, identificarás y aplicarás los elementos visuales y de diseño para diseñar la identidad de marca.

La moda como negocio global

Contrastarás la operación de diferentes estructuras y procesos de mercados internacionales utilizados por expertos en la industria de la moda, para analizar los retos y transformarlos en estrategias que sirvan como adaptación constante a un mundo globalizado.”

PLAN DE
ESTUDIOS
2º SEMESTRE

**Proceso creativo y desarrollo
de producto**

Analizarás los recursos necesarios para materializar las ideas y necesidades de una marca de moda, desde el plano conceptual y narrativo, hasta la dimensión material y de producto. A través de mecanismos de identificación, análisis, crítica, selección, edición y corrección, construirás un equilibrio entre los elementos tangibles e intangibles inherentes a la moda que le permitan desarrollar productos innovadores y a su vez compatibles con la identidad de marca y viables en las etapas de producción y comercialización.

**Cadena de suministro y retos
de la manufactura**

Distinguirás la importancia de las diferentes cadenas de suministro, tanto locales como internacionales, para diseñar estrategias y procesos de producción que se valgan de la negociación con proveedorxs como herramienta fundamental para soluciones de mejora en el rendimiento de la rentabilidad, los tiempos de entrega, y la fuerza de trabajo

Modelos de negocio

Contrastarás los factores que intervienen en las organizaciones, a partir del análisis de una problemática compleja en la industria de la moda, para encontrar las oportunidades de solución y construir modelos de negocio innovadores que le aporten valor a las organizaciones.

Gestión de proyectos

Reconocerás la importancia del gerente de proyectos creativos (Project Manager) dentro de la industria de la moda y aplicarás bases teóricas, prácticas y habilidades de comunicación para optimizar tiempos, equipos de trabajo y diseño de estrategias en la resolución de problemas, conciencia organizacional y diplomacia.

Innovación, calidad y manufactura

Distinguirás diversos centros de innovación y manufactura a nivel mundial, y analizarás a través de la experiencia, visitas de campo y estudios de caso, diferentes contrastes de la moda y la manufactura así como la relevancia que tiene la integración entre tecnología y creatividad para entender a la moda como una industria en constante transformación.

PLAN DE
ESTUDIOS
3º SEMESTRE

La moda y las personas
Demostrarás habilidades y competencias pertinentes como son la inteligencia emocional, el trabajo en equipo y el liderazgo, para relacionarse con las personas dentro de las organizaciones de moda y maximizar su interacción e integración y crear un negocio saludable y rentable

Distribución, Mercadeo y Rentabilidad
Integrarás los distintos modelos de negocios por medio de diferentes indicadores y estrategias para desarrollar el potencial del mercado de la moda, a través del canal de distribución, la selección adecuada del producto y los indicadores de rentabilidad, para proponer soluciones productivas que generen nuevas perspectivas para la empresa.

Mercadotecnia y comunicación de la moda
Relacionarás la importancia de la comunicación y la mercadotecnia dentro la industria de la moda, así como a los actores involucrados interna y externamente con las empresas del sector, para desarrollar una visión crítica y de adaptación que le permitan adentrarse en la era de la humanización, mediante planes y estrategias de comunicación y mercadotecnia integrales e integradas.

Realidades cambiantes y prácticas Innovadoras en la Industria de la moda
Evaluarás la inmersión e investigación de prácticas innovadoras, disruptivas y emergentes en diversas culturas y ámbitos de la industria textil, por medio de experiencias teóricas y prácticas, para detectar indicios, patrones y comportamientos que potencialmente se conviertan en empresas o productos de moda.

PLAN DE
ESTUDIOS
4º SEMESTRE

Finanzas para la moda
Analizarás y compararás los elementos básicos de los estados financieros de diferentes empresas en la industria de la moda y las implicaciones en requerimientos de financiamiento según el modelo de negocio, como capital de trabajo, tipos de financiamiento y conceptos básicos de costos e inventarios, y así obtener estrategias que generen rentabilidad.

Gerencia de proyectos
Fundamentarás e integrarás habilidades gerenciales a partir del desarrollo de las etapas de la metodología Jira de Atlassian para aplicarlas a un proyecto final con un producto o servicio.

El futuro; análisis, crítica y adaptación
Reevaluarás la realidad, diseñarás soluciones e implementarás estrategias a partir del cuestionamiento de modelos innovadores, tecnológicos y sustentables existentes para proponer nuevas salidas a problemas complejos dentro del sistema de la moda.

Mercados emergentes y en desarrollo
Analizarás los mercados emergentes más importantes y dinámicos del mundo, así como los diversos fenómenos que integran las economías creativas en los países en desarrollo para encontrar fuentes de innovación y referencia en prácticas arraigadas en la cultura. Distinguirás la importancia de diversos elementos y fenómenos históricos y culturales como punto de partida para nuevas prácticas creativas y la relevancia de su relación comercial con el mundo por medio de acuerdos comerciales para la implementación de nuevas tecnologías y prácticas sustentables.

Maestría en Negocios de moda

Informes:
WhatsApp | 55 4447 2139
posgrados@centro.edu.mx

MATERIAS Y COSTOS

1º SEMESTRE	- Contexto histórico y social de la moda - Tendencias de consumo - Creación como expresión - Identidad de marca - Seminario: la moda como negocio global (seminario NYC*)	5 PAGOS DE \$22,000 MXN O 1 PAGO DE \$106,700 MXN
2º SEMESTRE	- Proceso creativo y desarrollo de producto - Cadena de suministro y retos de la manufactura - Modelos de negocio - Gestión de proyectos - Seminario: Innovación, calidad y manufactura (seminario Europa*)	5 PAGOS DE \$22,000 MXN O 1 PAGO DE \$106,700 MXN
3º SEMESTRE	- La moda y las personas - Distribución, mercadeo y rentabilidad - Mercadotecnia y comunicación de la moda - Seminario: Realidades cambiantes y prácticas innovadoras en la industria de la moda (seminario México*)	5 PAGOS DE \$22,000 MXN O 1 PAGO DE \$106,700 MXN
4º SEMESTRE	- Finanzas para la moda - Gerencia de proyectos - El Futuro; análisis, crítica y adaptación - Seminario: Mercados emergentes y en desarrollo (seminario internacional México*)	5 PAGOS DE \$22,000 MXN O 1 PAGO DE \$106,700 MXN
		COSTO TOTAL \$440,000 MXN

- Costo del propedéutico obligatorio: \$11,520 MXN
- *El costo de los viajes no está incluido en los costos del programa
- Consulta beneficios, becas y formas de pago con tu asesor.

BENEFICIOS

- 10% por pago en los 5 días siguientes a recibir la carta de aceptación. Aplica para la primera colegiatura
- 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 de semestre o cuatrimestre completo
- 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 viajes de estudio no están incluidos

REQUISITOS

- Título de Licenciatura
- Certificado total de Licenciatura
- Carta de aceptación
- Inglés avanzado
- 3 años de experiencia en la industria de la moda
- Contar con VISA y Pasaporte vigentes

Reglamento de pagos

Becas