

Especialidad en **Mercadotecnia estratégica de moda**

RVOE SEP Federal No. 20240709 - 11 de abril de 2024- Modalidad Escolarizada
Av. Constituyentes 455, Col. América, CDMX.

La **Especialidad en Mercadotecnia estratégica de moda** forma expertxs capaces de generar estrategias de marketing exitosas que conecten con las nuevas realidades del mercado. En un sector que evoluciona cada vez más rápido, aprenderás a desarrollar estrategias centradas en las personas, integrando creatividad, analítica, tecnología y data. Con una mirada direccionada al cliente y un enfoque integral en la gestión de marca, la experiencia y las tendencias del mercado de la moda, estarás preparadx para transformar insights en resultados medibles y rentables.

Especialidad en Mercadotecnia estratégica de moda

Clases Online en Vivo
+1 bootcamp presencial
en Ciudad de México

INICIO

Enero 2026

DIRECTOR

Guillermo Huerta

DURACIÓN

2 semestres (1 año)

2 sesiones por semana

Sesiones de clases
a partir de las 18 h

FORTALEZAS

- ▶ **Visión de futuro:** un programa que se mantiene al día con la tecnología aplicada a los negocios y las últimas tendencias en marketing.
- ▶ **Marketing integral:** aprenderás a combinar branding, tecnología y gestión de negocios para diseñar estrategias de marketing integrales que generen resultados medibles.
- ▶ **Aprende de los mejores:** docentes que son líderes en la industria de la moda en México, con experiencia en empresas como Chanel, Hermès, Louis Vuitton, Lacoste, Bottega Veneta y Amazon.
- ▶ **Proyecto terminal:** elige la marca o negocio para tu proyecto final, construyendo un portafolio profesional que refleje tu pasión y creatividad.



Estudiantes presentando el plan estratégico para el lanzamiento de su marca

CLAUSTRO DE DOCENTES

Guillermo Huerta | Director

Formado en Diseño Textil e Ilustración de Moda y tiene una maestría en Negocios, Innovación y Creatividad. Su colaboración con Dolce & Gabbana lo llevó a convertirse en el primer ilustrador mexicano en intervenir artículos de lujo en Latinoamérica (México, Colombia, Panamá, Chile y Aruba). Su portafolio de clientes incluye a Liverpool, El Palacio de Hierro, Aldo, Le Coq Sportif, Tous, Tory Burch y DanCassab. Su trabajo ha aparecido en Harper's Bazaar, Grazia, Marie Claire, Glamour, entre otros.

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.

Con 24 años de experiencia en el mercado de lujo en México, ha sido Directora de Comunicación y Relaciones Públicas en marcas como Hermès, Chanel y Vilebrequin. Ha destacado por fusionar la elegancia de estas casas con las dinámicas cambiantes del mercado, liderando estrategias de comunicación adaptadas a plataformas digitales, tendencias emergentes y nuevas formas de consumo, contribuyendo al éxito y proyección de estas marcas.

Empresaria y estratega de marketing con más de 20 años de experiencia en bienes de consumo y entretenimiento. Fue Directora de Marketing en The Walt Disney Company, liderando a 40 clientes internos y 120 licenciatarios. Ha desarrollado marcas, productos y franquicias, y liderado campañas como Barbie the movie en DosD3. Fundadora de Blooma México. Ha trabajado en Disney, Kimberly Clark y Mattel. Cuenta con un MBA y un máster en negocios digitales.



Estudiantes participando en el workshop de innovación y tecnología aplicada a los negocios de moda

CLAUSTRO DE DOCENTES

Alejandro Nempeke

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 y ONU.

Especialista en Buying Merchandising con más de 15 años de experiencia en fashion retail. Actualmente es Senior Buyer Merchandiser Latam en Salvatore Ferragamo. Ha trabajado en Diltex Brands, Lacoste, Dockers, Liverpool y Walmart de México y Centroamérica. Es Diseñadora de Modas por Jannette Klein, con diplomado en Luxury Management y máster en Dirección de Marketing de Moda y Lujo.

Head de Mercadotecnia, Publicidad y Relaciones Públicas en Saks Fifth Avenue México por más de 5 años, con experiencia previa en Liverpool y Sears. Ha sido estratega en agencias como Walter Thompson, Ogilvy Mather y Grupo Vale Euro. Especialista en Relaciones Públicas para marcas de lujo, moda y estilo de vida, ha colaborado en proyectos de posicionamiento para firmas como Hermès, Salvatore Ferragamo y Tiffany & Co.

Especialidad en

Mercadotecnia estratégica de moda

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

PLAN DE
ESTUDIOS
1º SEMESTRE

Fundamentos y desafíos de la mercadotecnia contemporánea
Comprende la evolución del marketing a través de los cambios constantes del consumidor y la aplicación de la tecnología en los negocios a través de casos prácticos y recientes.

Mercadotecnia en la era de los datos y la tecnología
Incorpora el poder de la data y las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial (IA) para la personalización de la experiencia de compra, la realidad aumentada (RA) para probadores virtuales y el metaverso para desfiles y eventos de marca inmersivos, entre otros ejemplos, para entender el comportamiento del consumidor y construir marcas con visión de futuro.

Mercadotecnia centrada en el consumidor
Especialista en Buying Merchandising
Conoce a fondo a tu cliente explorando metodologías para analizar tendencias de consumo y sus aplicaciones prácticas en la industria de la moda.

Marcas de moda: Historias de éxito
Analiza el negocio de la moda a través de sus protagonistas, estudiando y analizando las estrategias que han llevado a diversas marcas al éxito, comprendiendo su negocio y la industria desde una perspectiva global.

Innovación y pensamiento creativo
Desarrolla una mentalidad disruptiva al adquirir herramientas para solucionar problemas complejos de la industria de la moda a través de técnicas de pensamiento creativo. Aprenderás a cuestionar, analizar y perfeccionar tus propias ideas.

Compras y mercadeo
Domina el arte de la compra y la gestión de la oferta. Aprenderás a tomar decisiones estratégicas basadas en las necesidades del negocio y la demanda real del mercado.

PLAN DE
ESTUDIOS
2º SEMESTRE

Diseño estratégico
Aprende a diseñar estrategias que ponen al cliente en el centro; distingue metodologías de diseño, analiza tendencias para crear planes de mercadotecnia para cualquier marca o producto.

Creando marcas icónicas
Construye marcas innovadoras a través de una identidad de marca sólida y estrategias de posicionamiento únicas. Construye las narrativas y experiencias para comunicar su personalidad y agregar valor.

El poder de los medios
Diseña estrategias de comunicación integrales, que potencialicen tu marca, dominando los medios propios, ganados y pagados para transmitir mensajes clave y posicionar una marca de moda en la mente del consumidor. Profundiza en el ecosistema digital con planes de medios que alcancen objetivos.

Diseño de experiencias de moda
Transforma la compra en una experiencia que no solo venda, sino que también fortalezca la conexión emocional entre el cliente y la marca.

Contando historias que conectan
Crea campañas de moda, a través del estilismo y la producción fotográfica. Desarrolla narrativas visuales que conecten emocionalmente con la audiencia.

Futuros estratégicos para la moda
Se enfoca en la creación de estrategia de marca, donde los estudiantes eligen libremente una marca o negocio. Tomando en cuenta factores culturales, políticos, económicos, sociales y tecnológicos para identificar problemas y diseñar estrategias de marca innovadoras para un futuro incierto.

Futuros estratégicos para la moda | Finanzas
Desarrollarás una mentalidad financiera estratégica al entender los factores que impactan el negocio de la moda. Aprenderás conceptos básicos de finanzas para diseñar estrategias de marca innovadoras y rentables, asegurando que tus proyectos creativos también tengan objetivos financieros claros.

Especialidad en

Mercadotecnia

estratégica de moda

Informes:

WhatsApp | 55 4447 2139

posgrados@centro.edu.mx

COSTOS

1º SEMESTRE	- Fundamentos y desafíos de la mercadotecnia contemporánea - Mercadotecnia en la era de los datos y la tecnología - Mercadotecnia centrada en el consumidor - Marcas de moda: Historias de éxito - Innovación y pensamiento creativo - Compras y mercadeo	5 PAGOS DE \$16,851 MXN O 1 PAGO DE \$84,257 MXN
2º SEMESTRE	- Diseño estratégico - Creando marcas icónicas - El poder de los medios - Diseño de experiencias de moda - Contando historias que conectan - Futuros estratégicos para la moda	5 PAGOS DE \$16,851 MXN O 1 PAGO DE \$84,257 MXN
		COSTO TOTAL \$168,514 MXN

- Consulta beneficios, becas y formas de pago con tu asesor.

Especialidad en Mercadotecnia estratégica de moda

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

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
- *Para alumnos CENTRO, la Especialidad es una opción de titulación

Reglamento de pagos

Becas

“En el dinámico mundo de la moda, la mercadotecnia estratégica no es solo un complemento, sino una necesidad crucial. Permite a las marcas anticipar tendencias, comprender profundamente las preferencias del consumidor y optimizar sus campañas, transformando intuiciones creativas en decisiones precisas y rentables. En la intersección de la estética y la analítica, la mercadotecnia de moda se convierte en el arte de encantar al consumidor exactamente dónde y cuándo está listo para ser cautivado.”

Gabriela Riviello
Consultora de negocios de moda,
Coordinadora de la Especialidad