

Maestría en Arte Contemporáneo, Mercados y Negocios

RVOE SEP Federal No. 20193987 (03 de octubre de 2019)

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

La **Maestría en Arte Contemporáneo, Mercados y Negocios** es el primer posgrado en Latinoamérica enfocado en la formación de profesionales capaces de transformar la industria del arte y el diseño. Se trata de un programa bilingüe desarrollado en alianza entre CENTRO y Sotheby's Institute of Art, líder global en el mercado del arte. La maestría prepara a lxs estudiantes para comprender y participar activamente en el ecosistema artístico, abordando el funcionamiento de ferias, museos, galerías, casas de subasta, bienales, colecciones, plataformas digitales y fundaciones culturales.

Maestría en Arte Contemporáneo, Mercados y Negocios

RVOE SEP Federal No. 20193987
(03 de octubre de 2019) Modalidad Escolarizada

Clases presenciales y en línea
+ 2 viajes: Los Angeles
y Nueva York

INICIO
Agosto 2026

DIRECTORA
Kerstin Erdmann

DURACIÓN
3 semestres (1 año y medio)

3 sesiones por semana
y algunas actividades
los sábados

Lunes, martes y miércoles
18 –22 h

Fortalezas

- ▶ **Alianza con Sotheby’s Institute of Art:** Maestría desarrollada en colaboración con Sotheby’s Institute of Art, referente global en el mercado del arte.
- ▶ **Experiencia internacional:** Dos viajes académicos a Nueva York y Los Ángeles con visitas a museos, galerías, ferias y colecciones privadas.
- ▶ **Red profesional en el arte contemporáneo:** Construcción de relaciones estratégicas en México y en el circuito internacional del arte.
- ▶ **Vínculos con la industria:** La maestría colabora con ZsONAMACO, Material, MUAC, Jumex, OMR y otras instituciones clave de la escena mexicana y global.



CLAUSTRO DE PROFESORES

in Kerstin Erdmann | Directora

Socia de la galería OMR. Ha sido colaboradora del MUAC y del Museo de Arte Carrillo Gil. Es Maestra en Estudios de Arte por la Universidad Iberoamericana, y Licenciada en Ciencias de la Cultura por la Universidad Europea Viadrina, Frankfurt (Oder), Alemania.

in Maria Bonta de la Pezuela

Ejecutiva en desarrollo estratégico y líder en artes con experiencia en crecimiento filantrópico y fortalecimiento de instituciones culturales. Directora Senior de Desarrollo en la National Gallery of Art, Washington DC, enfocada en diversificar donantes y colecciones. Ha ocupado cargos en Sotheby's y Carpenters Workshop Gallery y es especialista en arte latinoamericano y contemporáneo, con experiencia docente internacional.

in Polina Stroganova

Curadora independiente, consultora y conferencista con Maestría en Estudios Culturales por la Universidad de Lüneburg, especializada en arte contemporáneo. Ha sido directora en Proyectos Monclova, Galerie Crone (Berlín) y 401contemporary (Londres). Ha curado exposiciones en México y Europa, colaboró en documenta12, integró jurados internacionales y asesoró a Material Art Fair.

in Alma Ruiz

Licenciada en historia del arte por la Universidad del Sur de California y maestría en italiano y literatura italiana por Middlebury College / Università di Firenze. Actualmente es curadora independiente y Senior Fellow del Center for Business and Management of the Arts / Claremont Graduate University. Fue curadora senior del Museo de Arte Contemporáneo de Los Ángeles.



CLAUSTRO DE PROFESORES

 **Elena Zavelev**

Dirige Marketing y Asociaciones en Live Art, cofundadora y directora ejecutiva de CADA y New Art Academy. Ha construido y curado proyectos para artistas, curadores y coleccionistas en el arte digital y el espacio NFT desde 2017. Imparte cursos de Arte y Tecnología en Christie’s Education y Sotheby’s Institute. Sus artículos se publican en Forbes, Observer, esp cultural magazine y Deloitte Art & Finance Report.

 **Michel Blancsubé**

Es curador independiente con base en la Ciudad de México. Fue asistente de curaduría en el Musée d’art Contemporain de Marsella (1996-2001), jefe de registro (2001-12) y curador (2006-15) de la Fundación Jumex Arte Contemporáneo.

Gemma del Carmen Argüello Manresa

Doctora por la Universitat Autònoma de Barcelona. Trabaja estética, ética y política, y en los últimos años historia del arte feminista, latinoamericana y latina. Ha participado en proyectos de investigación en universidades y realizado curadurías para espacios culturales como el Laboratorio Arte Alameda y el Museo de Arte Carrillo Gil. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1, coeditora de la revista Voces del Museo Universitario del Chopo y codirige la Oficina de Proyectos Editoriales.

PLAN DE ESTUDIOS 1º SEMESTRE



Mercados del arte y diseño: el sistema del mercado global

Identificarás los fundamentos históricos y estructurales del mercado del arte global, así como sus segmentos, para distinguir las características del mercado primario y secundario actuales y analizar su evolución.

Teoría e historia: del modernismo al posmodernismo

Tendrás una visión de unas etapas “recientes” de la historia del arte que nos llevaron a la situación que conocemos hoy en día.

Ciencias del comportamiento y valuación del arte

Rebeca Richter imparte nueve sesiones y su temario se enfoca en la procuración de fondos para proyectos en museos, instituciones e iniciativas de arte: se refiere a la actividad de buscar y obtener recursos financieros para apoyar el desarrollo de proyectos culturales. En cada sesión se abordarán estudios de caso y conversaremos con profesionales sobre estrategias y líneas de acción. Carolina Condes invita en seis sesiones a explorar el universo del desarrollo estratégico desde una mirada contemporánea, creativa y crítica. A través éstas sesiones enfocadas en casos reales, se analizarán herramientas de comercialización, construcción de marca, desarrollo de públicos y diseño de experiencias que transforman la sostenibilidad cultural en una práctica activa, transversal y orientada al futuro del sector.

Estrategias competitivas y resolución de problemas

Planeación estratégica ¿Qué es la estrategia? ¿Cómo puedo construir una ventaja competitiva a partir del entendimiento clave de las industrias creativas? ¿Cuáles son las teorías “clásicas” y “modernas” de estrategia y negocio? ¿Qué se aplica en las industrias creativas? Son algunas de las preguntas que cualquier ejecutivx en el mundo del arte debe plantearse para poder dirigir o crear un negocio. Al finalizar el curso lxs estudiantes podrán realizar un análisis estratégico de su sector desde las perspectivas de unx CEO, CFO y unx Directorx Comercial (museos, galerías y otros negocios relacionados al arte) y proponemos modelos de negocio que generen una ventaja competitiva rentable y sostenible.

London Paris field study

Este módulo busca hacer una revisión selectiva (no exhaustiva), analítica y crítica de diferentes organizaciones y agentes representativos en la infraestructura cultural del arte de Paris y Londres. Estos mercados son dos de las ciudades con mayor influencia y visibilidad en el mundo del arte contemporáneo, es por ello que examinaremos diversos casos de estudio para identificar y cuestionar las estrategias que se implementan en estos ecosistemas de arte y sus particularidades, siempre en consideración de un marco global. Se fomentaran las discusiones críticas sobre el concepto de globalización y el impacto que tiene este fenómeno en los diversos ámbitos de la producción, desarrollo, distribución y consumo de arte.

Maestría en Arte Contemporáneo, Mercados y Negocios

Informes:
WhatsApp | 55 7920 6310
posgrados@centro.edu.mx

PLAN DE ESTUDIOS 1º SEMESTRE

Mapeando una ciudad: el desarrollo de la escena artística en México

Esta materia tiene el objetivo de rastrear la manera en que se ha ido conformando históricamente la escena del arte contemporáneo en México. Para ello se tomarán en cuenta los distintos contextos históricos, políticos, culturales y sociales dentro de los que se ha desarrollado y la manera en que distintos agentes, tanto internos como externos, han incidido en su configuración. Finalmente se buscará trazar junto con lxs estudiantes un mapa, inevitablemente transitorio, de la situación actual.

Asesorías

En estas primeras 5 sesiones se darán las herramientas necesarias para elaborar el trabajo final. En el segundo semestre continúan las asesorías y al final se define el tema del proyecto de tesis. Finalmente en el tercer semestre la materia consta con 32 horas y la finalidad es terminar los trabajos finales.

PLAN DE ESTUDIOS 2º SEMESTRE

Mercados del arte: el mercado comercial

Lxs estudiantes analizarán los mecanismos del mercado de arte global, los aspectos comerciales y las interrelaciones de lxs diferentes profesionales para identificar las fuerzas impulsoras que determinan el crecimiento del mercado.

Arte y diseño latinoamericano

Lxs estudiantes analizarán la historia del arte y diseño latinoamericano, la especificidad histórica de los diversos movimientos, la relación con las definiciones canónicas del arte moderno y contemporáneo, para identificar su relevancia con los temas del colonialismo, el nacionalismo, la política revolucionaria y la globalización.

Finanzas y procuración de fondos

Lxs estudiantes distinguirán la diferencia entre las finanzas en una empresa comercial y un espacio sin fines de lucro, para la toma efectiva de decisiones estratégicas en el contexto del arte.

Redes sociales y el mercado del arte en la red

Lxs estudiantes construirán estrategias de mercadotecnia digital enfocadas al negocio del arte, desde su diseño hasta su evaluación, para alimentar y aprovechar de manera eficiente y creativa el mercado en línea.

Maestría en Arte Contemporáneo, Mercados y Negocios

Informes:
WhatsApp | 55 7920 6310
posgrados@centro.edu.mx

PLAN DE ESTUDIOS 2º SEMESTRE

Los Ángeles: la transformación de una ciudad a través de la escena del arte

Lxs estudiantes reconocerán la diversidad de instituciones de la escena del arte en Los Ángeles, tales como museos, casas de subastas, colecciones y galerías de arte, con la finalidad de involucrarse con la cultura, historia y agentes del gremio para establecer redes de contacto.

Asesorías

Lxs estudiantes desarrollarán habilidades y un sistema de lectura y escritura a partir de fuentes relacionadas con el tema de investigación. Definirán el formato de proyecto de titulación e integrarán un borrador de avances escritos.

Asia field study

Este módulo busca hacer una revisión selectiva (no exhaustiva), analítica y crítica de diferentes organizaciones y agentes representativos en la infraestructura del arte en la región de Asia. Los mercados en esta región tienen sus propias características, formas de operación y con una visibilidad distinta a la que tienen los ecosistemas de lo que se considera en el mundo del arte occidental (discursos dominantes como lo son el europeo y el de Estado Unidos). En este curso examinaremos diversos casos de estudio para identificar y cuestionar las estrategias que se implementan en estos ecosistemas de arte y sus particularidades, siempre en consideración de un marco global. Se fomentarán las discusiones críticas sobre el concepto de globalización y el impacto que tiene este fenómeno en los diversos ámbitos de la producción, desarrollo, distribución y consumo de arte.

PLAN DE ESTUDIOS 3º SEMESTRE

Mercados del arte: el mercado sin fines de lucro

El curso explora el diverso panorama de los elementos no comerciales, algunas comerciales y sin fines de lucro del mercado del arte. Ofrece una visión general sobre organizaciones sin fines de lucro, espacios gestionados por artistas, fundaciones, subvenciones, así como eventos benéficos. Además, se adentra en la relación entre el artista y sus galerías, al mismo tiempo que analiza diversos modelos de galerías y todos aquellos aspectos de su funcionamiento que no necesariamente generan un resultado comercial, pero que son fundamentales para su actividad. Se revisará la dinámica de distintos

modelos de estudio de artistas y el recorrido de una obra de arte desde su lugar de producción (el estudio del artista) hasta su llegada al mercado del arte y, finalmente, a una colección (ya sea privada, corporativa o institucional). También examinaremos el papel del coleccionista o mecenas, las diferencias entre una colección privada y una corporativa, así como los mecanismos que rigen una feria de arte. A través de debates en profundidad, estudios de caso, expertos invitados y análisis crítico, lxs estudiantes adquirirán una comprensión integral de estos aspectos que forman una parte crucial del ecosistema del mercado del arte.

PLAN DE ESTUDIOS 3º SEMESTRE



Historia de las exposiciones y prácticas curatoriales

Este seminario se concibe como un espacio para estudiar, trabajar y pensar la historia de las exhibiciones. Bajo una dinámica teórica e histórica, se revisan de forma introductoria los ejemplos más representativos en la concepción, organización y producción de exhibiciones. Se analizará el desarrollo de la disciplina así como los diversos espacios y formatos que definieron la curaduría y la museografía, del mismo modo que otras posibilidades, rupturas y estructuras críticas que giran alrededor de este modelo de trabajo. El enfoque del curso equilibra las referencias euro-norteamericanas, de corte más hegemónico, con el desarrollo de instituciones (museos, bienales, concursos) en América Latina, El Caribe y México.

Aspectos legales

El mercado del arte en México y Latinoamérica ha crecido internacionalmente, exigiendo una mayor profesionalización y formalidad jurídica entre sus actores. Este curso aborda las necesidades legales esenciales, desde la propiedad intelectual hasta aspectos fiscales y contractuales. Abordarás temas como: Propiedad Intelectual. Introducción a la propiedad industrial y derechos de autor. Se analizarán sus puntos en común y diferencias fundamentales. Uso Legítimo y Excepciones. Análisis del Fair Use como defensa ante infracciones, así como el uso de símbolos patrios, términos genéricos y limitaciones legales en la creación artística. Contratación. Estudio de la teoría de contratos (existencia y validez) aplicado a licencias, cesión de derechos, edición, producción audiovisual, consignación y obra por encargo. y Derecho Corporativo y Fiscal. Análisis de estructuras empresariales, implicaciones fiscales (antilavado) y resolución de dudas generales.

Técnicas narrativas para negocios

El programa inicia con el desarrollo de habilidades de investigación modular, donde los participantes diseñan un sistema de lecto-escritura basado en fuentes especializadas para consolidar los objetivos centrales de su estudio. A través de estrategias avanzadas de búsqueda, sistematización de información y el diseño de entrevistas, se establecen las bases para definir el formato del proyecto de titulación. Este proceso se apoya en una metodología dinámica que incluye sesiones de sprints de lectura y escritura, así como un taller presencial de normas APA para garantizar el rigor académico.

Nueva York: capital y centro del mercado del arte

Este curso utiliza a la ciudad de Nueva York como un aula viva, donde los estudiantes visitan más de una decena de estudios, museos, fundaciones y galerías —tanto comerciales como sin fines de lucro— para evaluar las tendencias, recursos y desafíos actuales del sector. A través de estas visitas, se facilita un diálogo abierto con diversos actores del mundo del arte sobre la compleja relación entre el arte y el comercio, analizando las múltiples formas de intercambio que ocurren en este mercado.

El programa busca revelar el funcionamiento interno tanto de instituciones de renombre mundial como de organizaciones comunitarias en los distritos periféricos, reconociendo su interconexión y aportación al ecosistema artístico. De esta manera, se logra posicionar estratégicamente a los estudiantes dentro de este contexto profesional, permitiéndoles comprender su papel y potencial desarrollo dentro de la industria global de las artes.

Maestría en Arte Contemporáneo, Mercados y Negocios

Informes:
WhatsApp | 55 7920 6310
posgrados@centro.edu.mx

MATERIAS Y COSTOS

1º SEMESTRE	- Mercados del arte y diseño: el sistema del mercado global - Teoría e historia: del modernismo al posmodernismo - Ciencias del comportamiento y valuación del arte - Estrategias competitivas y resolución de problemas - Mapeando una ciudad: el desarrollo de la escena artística en México	5 PAGOS DE \$38,467 MXN O 1 PAGO DE \$186,563 MXN
2º SEMESTRE	- Mercados del arte: el mercado comercial - Arte y diseño latinoamericano - Finanzas y procuración de fondos - Redes sociales y el mercado del arte en la red - Los Ángeles: la transformación de una ciudad a través de la escena del arte*	5 PAGOS DE \$38,467 MXN O 1 PAGO DE \$186,563 MXN
3º SEMESTRE	- Mercados del arte: el mercado sin fines de lucro - Historia de las exposiciones y prácticas curatoriales - Aspectos legales - Técnicas narrativas para negocios - Nueva York: capital y centro del mercado del arte*	5 PAGOS DE \$38,467 MXN O 1 PAGO DE \$186,563 MXN
		COSTO TOTAL \$577,000 MXN

- Consulta beneficios, becas y formas de pago con tu asesor.
- *El costo de los viajes no está incluido en los costos del programa

Maestría en Arte Contemporáneo, Mercados y Negocios

Informes:
WhatsApp | 55 7920 6310
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
- Inglés avanzado
- Conocimientos de arte del Siglo XX y XXI
- Contar con VISA y Pasaporte vigentes

Reglamento de pagos

Becas