



finis
Universidad Finis Terrae
Postgrado

FACULTAD DE
ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Diplomado en Fashion Business

7^{ma} versión





Integrar para impactar

Introducción

En la actualidad, la proliferación tecnológica y la expansión de la conectividad han generado profundos cambios en el entorno competitivo de las industrias, particularmente en el sector de la moda. Este contexto plantea tanto desafíos como oportunidades para las empresas y organizaciones del rubro, exigiendo una actitud proactiva de adaptación al cambio y una preparación estratégica orientada al futuro (Deloitte, 2025).

Dentro del ecosistema de la moda, el segmento corporativo y del retail enfrenta una transformación profunda impulsada por las nuevas exigencias de consumidores cada vez más informados y conectados. La omnicanalidad y la gestión integral de la experiencia del cliente se han convertido en factores críticos de éxito para las marcas que buscan diferenciarse y mantenerse competitivas.

Según ProChile, el sector está altamente dinamizado por pequeñas y medianas empresas, mayoritariamente emprendimientos en etapas de consolidación o expansión, enmarcadas en cuatro grandes áreas: diseño de autor, joyería/bisutería, cuero y calzado, y la industria textil tradicional. Esta diversidad da cuenta de un ecosistema creativo emergente, pero con desafíos estructurales en términos de gestión, escalabilidad y sostenibilidad.

Frente a este escenario, surge la necesidad de formar profesionales especializados que integren capacidades estratégicas y conocimientos de negocios, capaces de aportar valor en la gestión de marcas de moda. Se trata de un mercado en crecimiento, que genera empleo tanto en ámbitos corporativos como en proyectos de emprendimiento consolidados.



El programa está diseñado para responder a las necesidades de dos segmentos clave:

1.- Corporativo/retail: profesionales que requieren comprender en profundidad a sus consumidores, identificando motivadores de compra que permitan optimizar los procesos de captación, fidelización y retención de clientes.

2.-Emprendedores consolidados: actores que buscan desarrollar una visión comercial y técnica de sus marcas, con el fin de fortalecer su competitividad, escalabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

Como elemento distintivo, el diplomado culmina con un módulo presencial –**el Fashion Business Workshop**– que constituye una instancia clave de aplicación práctica, donde los participantes desarrollan y presentan un plan estratégico de marketing frente a un desafío real de empresa. Este taller final, evaluado y de alto impacto, emplea la metodología de Aprendizaje Basado en Proyectos y retoma contenidos previamente abordados en el módulo de Fashion Marketing, consolidando así los conocimientos adquiridos a lo largo del programa en un entorno colaborativo y exigente.

Metodología

La metodología del diplomado combina enfoques teóricos y prácticos, a través de sesiones online sincrónicas en las que se introducen conceptos fundamentales para su aplicación en casos reales del sector moda. Se promoverá el análisis crítico, el trabajo en equipo y la colaboración interdisciplinaria como herramientas clave para la construcción de conocimiento aplicado y el desarrollo de habilidades profesionales.

Objetivo general

Desarrollar en los profesionales habilidades estratégicas en gestión, administración y marketing aplicada a empresas de moda, con una visión integral del negocio, que permita liderar procesos de toma de decisiones y contribuir al fortalecimiento de marcas en un entorno altamente competitivo y dinámico.

Competencias

Diseña estrategias de branding y moda circular para la gestión de negocios de la industria de la moda, maximizando su valor y rendimiento.

Formula planes de marketing para la planificación del negocio, aplicando una visión estratégica a partir del conocimiento integral de la empresa, cliente y su contexto.

Público objetivo

El programa está dirigido a profesionales y emprendedores del sector moda que buscan fortalecer sus competencias en gestión, marketing y estrategia de negocios. También está dirigido a diseñadores y titulados de áreas afines que deseen complementar su formación creativa con una visión integral del negocio, así como a profesionales de otras disciplinas que se desempeñen en empresas de moda o industrias relacionadas.



Malla curricular

Fashion Business Plan				
MODA	Fashion Business History	Moda Circular	Branding	Fashion Business Workshop
FASHION	Fashion Management	Gestión Comercial	Data Analytics	
MARKETING	Fashion Marketing	Experiencia de cliente	Estrategias digitales	
Sostenibilidad, ética y responsabilidad				



Plan de estudios

01

FASHION BUSINESS HISTORY

Este curso teórico presenta una revisión histórica de los negocios de moda, ilustrando como las marcas han evolucionado dentro de la industria, permitiendo comprensión y análisis de su impacto económico y social.

02

FASHION MANAGEMENT

En este curso los alumnos conocerán los fundamentos para la gestión de negocios, a través del acercamiento y profundización en las áreas funcionales que componen las organizaciones, utilizando un enfoque en beneficio de la fijación de objetivos y estrategias a seguir para la creación de valor.

03

FASHION MARKETING

Curso teórico-práctico en el cual se conocen los principios para planificar una estrategia de marketing y se aplican tácticas, métodos y herramientas que permiten crear valor centrado en los consumidores de productos o servicios del sector moda.

04

MODA CIRCULAR

En esta asignatura los alumnos conocerán los principios de negocios sostenibles, junto a las leyes y normativas vigentes que permiten enfrentar desafíos integrando las visiones económicas, sociales y medioambientales.

05

GESTIÓN COMERCIAL

Curso teórico-práctico que tiene como objetivo planificar estrategias de fijación de precios y ventas considerando el uso de sistemas de CRM (Customer Relationship Management) para gestionar bases de datos de clientes con apoyo de tecnología.

Plan de estudios

06

EXPERIENCIA DE CLIENTE

El objetivo de este curso es que los alumnos conozcan los aspectos fundamentales que permiten gestionar la experiencia de los clientes, apoyándose en indicadores y métricas clave que permitan un control periódico de esta gestión.

07

BRANDING

En este curso los alumnos planificarán y desarrollarán una propuesta de valor diferenciadora que permita fortalecer la conexión entre una marca del sector moda y la visión y experiencia de sus consumidores.

08

DATA ANALYTICS

Este curso teórico-práctico tiene por objetivo evaluar procesos e indicadores enfocados al área de compra en retail para fortalecer la toma de decisiones en base a información y evidencias.

09

ESTRATEGIAS DIGITALES

Asignatura que a través de actividades prácticas permite planificar campañas y un conjunto de acciones dirigidas a maximizar el uso de plataformas digitales, redes sociales, considerando la relación entre objetivos, alcance y presupuestos.

10

FASHION BUSINESS WORKSHOP

Este taller práctico integra elementos de Management y Marketing para diseñar un plan estratégico de Marketing para un producto o servicio que se inserta en el sector de la moda.

IMPORTANTE

Los Programas se dictarán con un mínimo de matriculados. La Universidad se reserva el derecho de introducir modificaciones en los Planes de Estudios antes o durante la ejecución de los mismos. Puede haber alteraciones de horarios, fechas y profesores*, por fuerza mayor.

Cuerpo académico

DIRECTORA ACADÉMICA



» **Stefania Pareti**

PhD. Economía y Gestión de Empresas.
Universidad de Alcalá, España.

DOCENTES



» **Claudia Cerda**

Master of Science en Dirección de
Marketing de Empresas de Lujo,
Universidad Central de Cataluña.



» **Sofía Calvo**

MBA, Pontificia Universidad
Católica de Valparaíso.



» **Laura Novik**

Arquitecta, Universidad de Buenos
Aires. Argentina.



» **Daniel Quinteros**

Magíster, Master en Bi & Data Science,
Universidad de Alcalá, España.



» **Blanca García-Henche**

PhD. Economía y Gestión de
Empresas. Universidad de Alcalá,
España.



» **Pedro Saldías**

Publicista, Universidad de las Américas.



» **Patricia Durán**

PhD. Economía y Gestión de
Empresas. Universidad de Alcalá,
España.



» **Alejandra Cuevas**

Diseñadora, Universidad Mayor.

Conoce más en
postgrados.uft.cl



finis
Universidad Finis Terrae
Postgrado

Avda. Pedro de Valdivia 1509, Casa Pocuro, Providencia.

admisionpostgrado@uft.cl

[postgradosfinisterrae](https://www.instagram.com/postgradosfinisterrae)

[postgradosufinisterrae](https://www.facebook.com/postgradosufinisterrae)

[+56 2 2420 7600](tel:+56224207600)