

Programa Superior

# DIRECCIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL **UNIVERSO DEL LUJO**

VIII Edición

Madrid / Enero-Julio 2014



## BIENVENIDO A IE BUSINESS SCHOOL

IE Business School es una comunidad de negocios de carácter privado, independiente y plural, fundada en 1973 por un grupo de profesionales y académicos de reconocido prestigio, muchos de los cuales componen hoy su Consejo Rector.

La labor de IE Business School se centra en la formación empresarial, jurídica y fiscal de los cuadros directivos de la comunidad empresarial, el fomento de riqueza colectiva a través de un apoyo constante a la creación de nuevas empresas y la actuación como foro de opinión de nuevas tendencias y acontecimientos dentro del mundo de los negocios.

IE Business School ha obtenido el reconocimiento de la comunidad internacional de negocios y se ha posicionado como uno de los líderes entre las grandes Escuelas de Negocios del mundo. Entre los factores que han permitido alcanzar la actual posición de liderazgo se encuentran el alto nivel del claustro docente, el alto grado de exigencia de los programas académicos, un proceso de selección y admisión riguroso y competitivo y el marcado carácter internacional que se refleja en el contenido de los programas académicos de IE Business School.

Nuestro compromiso con la excelencia ha sido reconocido por las tres organizaciones más prestigiosas de acreditación internacional, mediante un riguroso proceso de auditoría externa:

- AMBA (Association of MBAs),
- AACSB International (The Association to Advance Collegiate Schools of Business),
- EFMD-EQUIS (European Quality Improvement Systems).



**OPEN-ENROLMENT  
EXECUTIVE EDUCATION  
AWARD FOR EXCELLENCE**  
Economist Intelligence Unit

## EXECUTIVE EDUCATION

IE Business School, a través de sus programas de Executive Education, ofrece soluciones innovadoras a directivos de empresas de todo el mundo. Nuestro enfoque desarrolla la visión, habilidades y capacidades de gestión necesarias para afrontar con éxito los retos a los que se enfrentan las organizaciones actuales.

El modelo de formación de nuestra Escuela impulsa el desarrollo profesional, personal e intelectual dentro de un marco global que refuerza la perspectiva internacional de los participantes.

## RANKING INTERNACIONAL

### EXECUTIVE EDUCATION

AMÉRICA ECONOMÍA (Nov. 2012)

**7<sup>a</sup>** del mundo

BUSINESS WEEK (Nov. 2011)

**1<sup>a</sup>** Europa

**5<sup>a</sup>** del mundo

FINANCIAL TIMES (Mayo 2012)

**12<sup>a</sup>** del mundo

### MBA

FINANCIAL TIMES (Enero 2013)

**4<sup>a</sup>** de Europa

**11<sup>a</sup>** del mundo

THE WALL STREET JOURNAL (Sep. 2010)

**1<sup>a</sup>** del mundo

FORBES (Octubre 2013)

**5<sup>a</sup>** del mundo

### ONLINE

THE ECONOMIST (Febrero 2010)

**1<sup>a</sup>** posición del mundo en  
Distance Learning International  
Executive MBA Ranking

### BUSINESS SCHOOLS

FINANCIAL TIMES (Noviembre 2012)

**1<sup>a</sup>** posición en el Ranking de  
Escuelas de Negocios Europeas.

## PROGRAMA SUPERIOR DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL UNIVERSO DEL LUJO. VIII Edición

**N**os encontramos en un momento apasionante para el universo del lujo. Hicimos bien en darle dicho nombre al programa, porque el lujo no sólo es uno de los sectores que más crece y mejor resiste la actual recesión económica (+10% en 2012), sino porque, como el universo, se encuentra en plena expansión.

A los sectores tradicionales (moda y marroquinería, perfumes y cosméticos, alta joyería y relojería), se suman cada vez más nuevas categorías de productos y servicios, que no paran de enriquecer la suculenta tarta de un mercado que ya factura alrededor de 500 billones de euros. Y es que mientras el grupo LVMH diversifica hacia nuevos sectores con la compra de hoteles de lujo o incluso de pastelerías como la emblemática Cova Montenapoleone milanesa, Hermès lo hace con su línea de decoración para el hogar y su colaboración con yates y automóviles, mientras que marcas como Ralph Lauren se reinventan con la apertura de sus propios restaurantes.

Pero no solo a golpe de lifestyle o arte de vivir crece el mercado de lujo. Los mercados Bric con china a la cabeza (Uno de cada cuatro consumidores globales del lujo es chino), seguida ahora por los MIST (Méjico, Indonesia, Corea del Sur y Turquía), le están asegurando un relevo al sector codiciado por muchas industrias en la actual coyuntura. En ningún momento de la historia habían ingresado tanto millones de nuevos clientes al lujo, buscando símbolos de status y diferenciación. A ello se añade que estos nuevos clientes no sólo compran en las numerosas boutiques internacionales que las grandes marcas implantan en sus mercados, sino que gastan con profusión en sus desplazamientos, lo que está provocando un desarrollo del turismo sin precedentes, que dicho sea de paso, está salvando a Europa (un 40% de la cifra de negocio del lujo procede del turismo).

Sin embargo el lujo no sólo ha de adaptarse a sus nuevos y dispares clientes, pensar en una nueva forma de hacer retail o desarrollar estrategias de turismo. El lujo más que nunca ha de ser innovador, virtual, social, móvil, y multi-canal, como lo está haciendo la británica Burberry que ya es reconocida en Silicon Valley como pionera y un ejemplo a seguir.

Dado que el gran objetivo del programa Superior de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del lujo es formar a los futuros líderes de la industria, nos proponemos no sólo enseñar en profundidad los

cimientos de la Dirección y el Marketing del lujo, sino afrontar con valentía los grandes retos a los que se enfrenta el lujo en el Siglo XXI. Para ello este año tenemos grandes cambios en el programa como la ampliación de las asignaturas de estrategia, la introducción de un fin de semana completo dedicado a la gastronomía y las bebidas Premium y de lujo, o la inclusión de nuevos talleres de prensa y de tecnologías. Efectivamente, la asignatura de Marketing digital y redes sociales se incrementa cada año para tratar en profundidad el futuro digital del lujo. También el lujo de países emergentes será reforzado con nuevos países y experiencias.

La octava edición tendrá lo mejor de nuestro programa con las últimas innovaciones en tendencias y mercado, para seguir incrementando nuestro posicionamiento y notoriedad. Medios internacionales hablan de nosotros como uno de los mejores programas del lujo de Europa, y se hacen eco de nuestros logros. En el momento actual con 160 alumnos graduados, el 50% ya se ha incorporado al universo del lujo y la moda en grandes marcas internacionales y nacionales como BMW, Carrera y Carrera, Círculo Fortuny, Dior, Hermès, Hugo Boss, Hackett, Loewe, LVMH, Marqués de Riscal, L'Oreal, NH Hoteles, Pedro del Hierro, Perrier Jouët, Scalpers, Uno de 50 o Vente Privée, entre otros ejemplos.

Pero no sólo eso; nuestro claustro de profesores sigue creciendo año tras año con Directores generales, presidentes de grandes marcas, y expertos gurús internacionales que incrementan la calidad del programa y la absoluta inmersión en el lujo de nuestros alumnos.

Como diría Coco Chanel: “sólo se triunfa con lo que se aprende”. Este es nuestro gran reto para 2014.

**Susana Campuzano**, Directora del Programa.



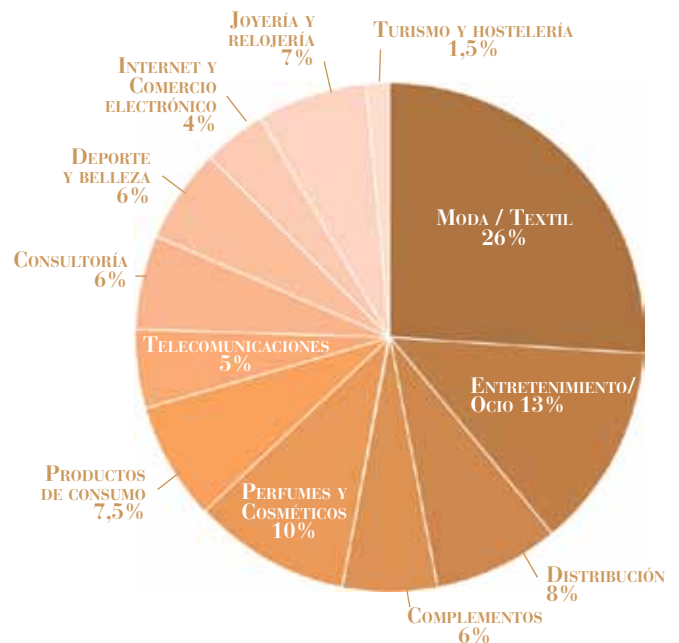
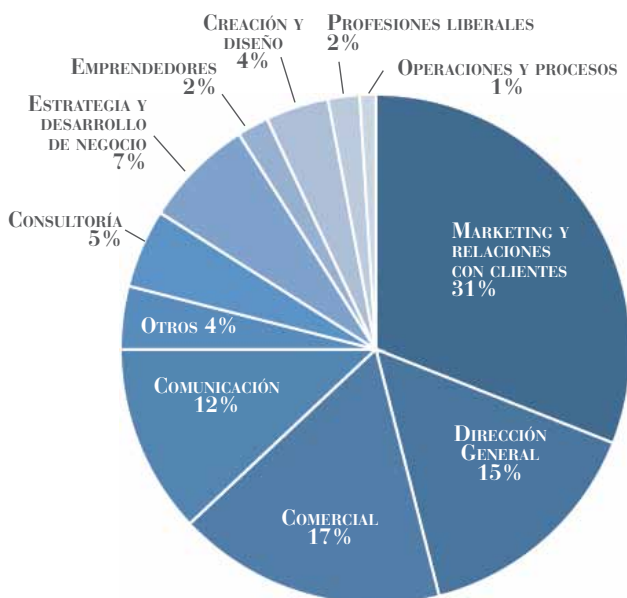
## OBJETIVOS Y BENEFICIOS

El *Programa Superior de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo*, ofrece formación a los profesionales con experiencia que ya trabajen en el sector de los productos y servicios de marcas de Lujo, Premium o Alta Gama, o que, provenientes de otros sectores diversos, deseen adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para añadir valor a sus productos o servicios.

Para ello se proponen como objetivos específicos de este Programa:

- Dar una visión actual, pluridisciplinar e integrada de la industria o universo del lujo en el panorama internacional.
- Conocer y dominar las especificidades de la Dirección, Gestión, Marketing y Comunicación más apropiadas para unos productos y servicios de lujo que, en muchos casos, se diferencian por un gran contenido de arte y creación.
- Completar la formación con un espacio de intercambio gracias a la presencia de las marcas internacionales más representativas del sector.
- Adquirir habilidades directivas, que unidas al conocimiento del sector, permitan el desarrollo de las capacidades de liderazgo.
- Aportar junto a la cultura de las materias del lujo, un enfoque absolutamente actual y renovado de los retos a los que éste se enfrenta en la actualidad.
- Proponer un bagaje cultural necesario e iniciático en algunas materias relacionadas con el lujo.
- Integrar a los asistentes en la amplia red de profesionales y directivos de todos los ámbitos del tejido productivo español, fruto de la colaboración de IE Business School en la formación empresarial española.

## PERFIL DE LOS ALUMNOS



## METODOLOGÍA

Durante el *Programa Superior de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo* se combinan varias metodologías docentes que garantizan una correcta comprensión y asimilación de los conocimientos.

El método del caso, que parte de ejemplos de la práctica habitual de las empresas a través de los cuales se favorece que el alumno analice situaciones complejas, tome decisiones y comparta puntos de vista con el resto de participantes en el programa.

Sesiones lectivas donde el profesor desarrolla conceptos y contenidos y fomenta el debate entre los alumnos para compartir puntos de vista y enriquecer la discusión a través de las experiencias vividas por los participantes en el programa.

Conferencias, lecciones magistrales, exposiciones y defensa de trabajos en clase que complementen y que permitan un acceso rápido y directo a las últimas ideas y enfoques de la moderna gestión empresarial.

Trabajo en grupo entre los alumnos participantes en el Programa para fomentar el intercambio de ideas y experiencias y de este modo enriquecer toda la formación recibida en las sesiones lectivas regulares.

Incorporación de talleres y “best practices” de la mano de antiguos alumnos que ya están trabajando tanto en sectores tradicionales como en proyectos innovadores del sector del lujo.

Encuentros con el universo del lujo. Conferencias y experiencias extracurriculares dentro de los monográficos sectoriales.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

El *Programa Superior de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo* va dirigido a profesionales y empresarios del sector del lujo, Premium o Alta Gama pertenecientes a las áreas de comercial, marketing, comunicación, finanzas, producción... que deseen enriquecer su carrera.

- *Directores Generales*
- *Directores de Marketing*
- *Directores Comerciales*
- *Jefes de Ventas*
- *Product Managers*
- *Brand Managers*
- *Directores de Expansión*
- *Directores de Comunicación Corporativa e Institucional*
- *Directores de RR.PP.*
- *Directores de Tienda*
- *Responsables de Merchandising e Interiorismo en la comercialización del Lujo*
- *Directores Creativos y Ejecutivos de Agencias de Comunicación.*

También es de especial interés para profesionales con experiencia en otros sectores que aspiren a incorporarse al Universo del Lujo, bien porque se encuentren en un proyecto de reposicionamiento de marca, o bien porque quieran cambiar el rumbo de su carrera hacia ese sector.



## CONTENIDO DEL PROGRAMA

### I DIRECCIÓN GENERAL

Bases para la gestión y dirección de una empresa, orientado a la correcta toma de decisiones del directivo.

#### III

#### DIRECCIÓN Y MARKETING DE MARCAS DE LUJO. "EL TALLER DE LAS GRANDES MARCAS"

Análisis profundo de los fundamentos del negocio del lujo para conocer las distintas y peculiares formas de construir una marca de lujo y establecerse en un mercado a través de talleres prácticos y/o estratégicos, en el aula de clases o in-situ, impartidas por los directivos de las grandes marcas.

#### IV

#### MONOGRÁFICOS DEL LUJO Y SUS EXPERIENCIAS

Claves estratégicas, tendencias y retos de sectores tradicionales y contemporáneos del lujo. Experiencias que sumergen al alumno en los intangibles del universo del lujo.

#### V CONSTRUYE TU PROYECTO Y CUALIFICA TU CARRERA

Claves precisas para emprendedores y para quienes deseen desarrollar y cualificar su carrera en el mundo del lujo. Casos de éxito de alumnos de ediciones pasadas.

### II EL OBSERVATORIO DEL LUJO

Reflexiones conceptuales y prácticas de destacados analistas, nacionales e internacionales del sector del lujo.

## CONTENIDO DEL PROGRAMA

### APERTURA DEL PROGRAMA

#### Sesión Inaugural

Lección Magistral por **Prof. D. Gilles Lipovetsky**, filósofo-sociólogo francés de renombre internacional. Ha centrado sus publicaciones e investigaciones en el lujo, el consumo y los modos de vida contemporáneos. Autor, entre otras muchas obras y ensayos, de *“El Lujo Eterno”*.

### MÓDULO I

#### Dirección general

El primer módulo constituye la base para la dirección de una empresa, y está orientado a la toma de decisiones del directivo. El módulo incide en aquellos aspectos de la gestión más relevantes para una marca de lujo.

- Método del caso.
- Fundamentos Financieros para la Dirección.
- Liderazgo y conceptos de Estrategia.
- Fundamentos para la Dirección Comercial y de Marketing.
- Desarrollo de las capacidades directivas y Team Building.

### MÓDULO II

#### El observatorio del lujo

El módulo segundo nace como consecuencia del momento especial en el que se encuentra inmerso el sector del lujo, y le brinda al alumno la posibilidad de escuchar en directo las reflexiones, tanto conceptuales como estratégicas, de destacados analistas nacionales e internacionales. Es un módulo que se abre hacia la reflexión y el análisis.

- El Lujo Hipermoderno entre marca y emoción.
- Coyuntura del lujo: Marcas y Mercados.
- El lujo del Siglo XXI.
- Lujo y filosofía.

### MÓDULO III

#### Dirección y marketing de marcas de lujo. *“El taller de las grandes marcas”*

El módulo tercero analiza en profundidad los fundamentos del negocio del lujo. Distintas asignaturas, desde las más tradicionales a las más innovadoras, se van encadenando, para dar a conocer de un modo cada vez más profundo las distintas y peculiares formas de construir una marca de lujo y de establecerse en un mercado. Se centra en las diferencias entre el marketing de lujo y de consumo, en cómo conciliar crecimiento e imagen de marca, y analiza cómo las herramientas evolucionan paralelas a los cambios del sector. Dividimos el módulo en 4 grandes apartados que son los de la creación y gestión de una marca de lujo.

#### **A. La creación de un marca de lujo.**

- Humanidades en el lujo: Sociología y semiótica.
- Innovación, creatividad y diseño.
- Acercamiento al marketing del lujo y posicionamiento en sectores de valor: Lujo, Premium, Alta Gama y Trading Up.
- Luxury Brand Management: la construcción de una marca de lujo.

#### **B. Dirección y estrategias de marcas de lujo.**

- Lanzamiento y estrategias de marcas de lujo.
- Éxitos y fracasos en las estrategia de marcas de lujo nacionales e internacionales.
- La estrategia llevada a la práctica. Planificar con coherencia y sentido de la realidad.
- Mercados emergentes con especial atención a China, Rusia y Brasil.

#### **C. Los pilares de una marca de lujo.**

- Producto de lujo: Concepción y marketing operacional.
- Gestión estratégica de fijación de precios.
- Distribución y Retailing: la nueva imagen del lujo.
- Visual merchandising. Layout y escaparatismo.
- La gestión de la imagen, la comunicación y las R.R.P.P. de una marca de lujo. Plan de medios.

## CONTENIDO DEL PROGRAMA

- Responsabilidad corporativa y sostenibilidad en una marca de lujo.

### **D. Marketing digital y nuevas tecnologías**

- Nuevas tecnologías y marketing digital.
- CRM digital y redes sociales.
- Mobile marketing.
- Casos prácticos.

El *Taller de las Grandes Marcas* es un apartado en el que ciertos sectores y materias como el diseño y la decoración, la escritura, los puros habanos, la prensa o el merchandising tienen cabida para completar lo aprendido en el módulo III así como ampliar el networking de los alumnos. Estos talleres se realizan en las propias marcas.

### **MÓDULO IV**

#### **Monográficos del lujo y sus experiencias**

Una de las ventajas de este programa es que entra en profundidad en las distintas materias del universo del lujo. Por ello este módulo analiza, como si de un intensivo se tratase, ocho grandes sectores del lujo. Dedicamos a cada uno de ellos un viernes al mes, al que se une una experiencia previa también fuera del aula.

- Arte y lujo. Gestión de Patrimonio cultural y mesa redonda con los Museos nacionales.
- Moda y Marroquinería. Desde la Alta Costura hasta las grandes cadenas de moda. Experiencia en una de las marcas francesas más emblemáticas.
- Alta Relojería y Joyería. Inmersión en la relojería suiza y acercamiento a un sector tan prometedor y brillante como desconocido.
- Perfumes y cosméticos. La magia de una marca única como preludeo del estudio de un sector que se replantea su futuro en el lujo.
- Alta gastronomía, vinos y licores de lujo y Premium. Weekend gastronómico lleno de experiencias y conocimientos guiado por marcas líderes del sector nacionales e internacionales.

- Hoteles de lujo. Gestión de un servicio de lujo y atención al cliente cualificada.
- Automóviles de lujo. Como convertir las emociones en venta de la mano de una love-brand de automóviles de lujo.

### **MÓDULO V**

#### **Construye tu proyecto y desarrolla tu carrera.**

En este apartado, dirigido a emprendedores o personas que desean crear un proyecto en el sector, hemos añadido sesiones que ayudan al alumno a la mejor cualitativa de su plan de carrera orientado al Universo del lujo.

Asimismo contaremos con la presencia de alumnos de ediciones pasadas que nos contarán algunas *Best Practices* tras su paso por el programa.

*Todos los alumnos de este programa recibirán un proceso de coaching individual, así como un seminario de Marca Personal enfocados ambos en el desarrollo de su carrera profesional.*





## MARCAS QUE NOS ACOMPAÑAN

Un claustro de profesores multisectorial, procedente de empresas líderes en el segmento del lujo, como:

Asimismo contamos con la colaboración especial de:

— **CARRERA Y CARRERA** —  
— **-CHAMPAGNE PERRIER-JOUËT-** —  
— **CHANEL** —  
— **CHRISTIAN DIOR** —  
— **-GLOBAL PREMIUM BRANDS-** —  
— **HABANOS** —  
— **HERMÈS** —  
— **HESPERIA** —  
— **LAVINIA** —  
— **LOEWE** —  
— **L'OREAL** —  
— **LOUIS VUITTON** —  
— **LVMH** —  
— **MONTBLANC** —  
— **OMEGA** —  
— **PORSCHE** —  
— **SHISEIDO** —  
— **SUÁREZ JOYEROS** —  
— **SWATCH GROUP** —  
— **VITRA** —

— **CÍRCULO FORTUNY** —  
— **HAVAS GROUP** —  
— **INAEM** —  
— **-LEADERS TRUST INTERNATIONAL-** —  
— **-MUSEO DE ARTES DECORATIVAS-** —  
— **-MUSEO NACIONAL DEL PRADO-** —  
— **-MUSEO THYSSEN-BORNEMISZA-** —  
— **MRM WORLDWIDE** —  
— **SOLO MODA TV** —



## CLAUSTRO DE PROFESORES

- **ABENIACAR, Juan Pedro.** Programa AVIRA por INSEAD. MBA por INSEAD. Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la UPM. En la actualidad, y desde 1999, ocupa la Dirección General del grupo LVMH Perfumería y Cosméticos para España y Portugal, lo que incluye marcas como: DIOR, GIVENCHY, GUERLAIN, KENZO, BENEFIT, ACQUA DI PARMA. Desde el 2002 es también Presidente de LOEWE Perfumes. Consejero Delegado de DIOR MODA para España y Portugal desde abril 2008.
- **AIRES, Carlos.** Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y especializado en Marketing, por la UAM. Máster SAP R3 S/D. Fundador de la franquicia TINTEXPRESS. Ha sido consultor en ANDERSEN CONSULTING; Supervisor de Cuentas en la agencia CP COMUNICACIÓN; Director de Marketing y Ventas en el portal de compras por Internet CONSUMALIA y Director de Desarrollo y New Business en el grupo de comunicación integral DCRM. Actualmente dirige MARKETING-JAZZ, especializada en Visual Merchandising y presentación comercial.
- **ALFARO, Juan.** Máster en Dirección Comercial y Marketing (MDCM) por IE Business School. Licenciado en Derecho. Secretario General del Club de Excelencia en Sostenibilidad. Director del Programa Superior de Responsabilidad Corporativa de IE Business School. Profesor Asociado del Colegio de Dirección de IE Business School.
- **ALONSO CASES, Javier.** Postgrado por Universidad de Harvard en Management & Administration. Licenciado en Psicología Industrial, UCM. Ha sido consultor para SHL, Responsable de Selección en RIU HOTELES, Director de Selección y Desarrollo y Director de Compensación y Beneficios para SOL MELIÁ, Director de RR.HH en ANFI DEL MAR (Grupo Tui) y desde 2003 Director de RR.HH en LOEWE. Premio a la mejor política de formación en España otorgado por la revista Capital Humano (1995). Co-autor del libro “*Metacompetencias. Gestión de personas en tiempos de desconcierto*”
- **ÁLVAREZ-CASCOS, Rosa.** ISDI Instituto Superior para el desarrollo de Internet, Ecole Supérieure de Commerce de Bordeaux. Ha sido Brand Manager en BIEDSDORFF GMBH, Directora de Marketing y Comunicación de SHISEIDO y SERGE LUTENS. Actualmente es Directora de Publicidad y Desarrollo del Grupo SHISEIDO.
- **AZZINNARI, Karen.** PSUL por IE Business School, Master en Relaciones Internacionales por la Fundación Ortega y Gasset (Madrid), con la especialidad América Latina. Bachelor in International Relations and Diplomacy por Schiller International University (Heidelberg, Alemania). Ha comenzado su carrera como directora de Premium Products para American Express y posteriormente ha trabajado como directora de comunicación de HERMÈS durante 5 años. Actualmente ejerce como directora de comunicación y marketing para CHRISTIAN DIOR COUTURE. Forma parte del Patronato de FUNDESIO.
- **BARRERA, M<sup>a</sup> José.** CAM (Certificate Advanced Marketing) by Chartered Institute of Marketing, London Metropolitan University. Actualmente es la Digital Director de L'OREAL LUXE donde es la encargada de Liderar los planes de Marketing Digital y Marketing Relacional con el objetivo de acelerar el crecimiento de las marcas de la División de Productos de Lujo tales como LANCÔME, GIORGIO ARMANI, DIESEL, RALPH LAUREN, CACHAREL, VIKTOR&ROLF, YVES SAINT LAURENT, BIOTHERM, HELENA RUBINSTEIN, KIEHL'S. Su trayectoria profesional incluye distintos puestos de Gerencia y Dirección en empresas como DIAGEO ESPAÑA, PHOTOBOX LIMITED y PIXDISCOUNT y MARCUS EVANS GROUP. Experta en Estrategias de lanzamiento de campañas online, en E-commerce, Social Media y acciones con Bloggers.
- **BARTOLOMÉ ARRAIZA, Alberto.** Doctor en Historia<sup>a</sup> del Arte y en Arqueología. Académico C. de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando y de la Real Academia de Historia. Ex Director del Museo Nacional de Artes Decorativas y profesor de H<sup>a</sup> del Arte y Director del Centro de la UNED de Burgos. Presidente del comité de expertos de Feriarte. Consta de numerosas publicaciones entorno al mundo del arte entre las que destaca las *Artes Decorativas en España. Summa Artis*. 1999 Comisario de importantes exposiciones y miembro de la Junta Superior de Museos.
- **BATURONE, Borja.** Executive MBA por el IE, Honors Degree in Business Administration por la Universidad de Humber, Ldo. en Gestión Comercial y Marketing por ESIC, actualmente está terminando Ciencias Políticas en la UNED. Actualmente es Director General de SYNECTICS en España. Ha desarrollado negocios en áreas de operaciones, de innovación, y de investigación y desarrollo, especializándose en el lanzamiento de nuevos negocios, productos y servicios. Ha ayudado a adquirir capacidades de innovación, y a desarrollar nuevos conceptos de productos y servicios, a empresas como COCA COLA, BRITISH-AMERICAN TOBACCO o ENDESA. Imparte diversos cursos y seminarios a empresas e instituciones en España, Francia, Bélgica, Rusia, y EE.UU. Profesor de Creatividad.
- **CAMPUZANO, Susana.** Máster en Dirección Comercial y Marketing (MDCM) por IE Business School. Licenciada en Geografía e Historia por la UCM, con la especialidad de Historia del Arte. Ha sido Directora de Formación y Promociones y Directora de Marketing en CHANEL, Directora de Marketing y Comunicación para VALUE RETAIL y Business Director de DTC, (DIAMOND TRADING COMPANY). Actualmente es Socia Directora de LUXURY ADVISE desde donde asesora y ha impartido formación a marcas CARRERA y CARRERA, GAGGENAU, GLENROTHES WHISKY, GRAN MELIÁ, HOTEL VILLA MAGNA, HACKETT, L'OREAL, LLADRÓ, LUXOTTICA, LOEWE, LVMH, SEBASTIAN PROFESIONAL, SWAROVSKI o SWATCH GROUP, entre otras. Profesora Asociada del Colegio de Dirección de IE Business School y autora del libro “*El Universo del lujo. Una visión global y estratégica para profesionales y amantes del Lujo*”. Es la directora del Programa Superior de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo de IE Business School.
- **CHEVALIER, Michel.** Graduado en la HEC, Francia. Máster en Derecho por la Universidad de París. MBA y Doctor por Harvard University, donde se especializó en Marketing. Comenzó su carrera como consultor en Boston Consulting Group. Ha trabajado con S.C. Johnson en diferentes ciudades. Ha sido Gerente General de PACO RABANNE PERFUMES y Presidente de PACO RABANNE MODA en París. En Asia, ha trabajado como Vice Presidente Ejecutivo del GRUPO BLUEBELL ASIA; y durante 10 años ha sido consultor de EIM en París y fundador de EIM Shanghai. Ha sido profesor full time en INSEAD, HEC y actualmente es profesor visitante en ISML y en HEC en el Luxury MBA. Es coautor de varios libros: “*Pro Logo*” (con Gérald Mazzalovo), “*Luxury Brand Management*” (con Gérald Mazzalovo, publicado por Wiley and sons y traducido al mandarín) y recientemente “*Les 100 mots du Marketing*” y “*Luxury China: opportunities and Market Potential*” (con Pierre Xiao LU, publicado por Wiley and sons y que próximamente será publicado en mandarín).
- **COGOLLO DOMÍNGUEZ, Rosalía.** Licenciada en Periodismo por la Universidad San Pablo CEU, Diplomada en Publicidad por el GENP, Curso de Comunicación, Empresa y Moda (ISEM). Premio Vogue 2006 Mejor Directora de Comunicación Sector Cosmética. Ha sido Directora de R.R.P.P. para España y Portugal y Coordinadora Internacional de R.R.P.P. para LOEWE (Grupo LVMH) durante 4 años. En 2003 se incorpora en SHISEIDO como Directora de R.R. P.P. En 2008 es nombrada Directora de Comunicación de SHISEIDO ESPAÑA para todas las marcas que la filial española del grupo distribuye en nuestro país: SHISEIDO, SERGE LUTENS, NARS, CARITA y DECLÉOR.
- **CORTÉS ALONSO, Enrique.** Managing Partner Copley-Advisors. MBA y MDCM, IE Business School. Ldo. en Derecho y Letrado Asesor de Empresas, ICADE. Executive Education: Harvard, London Business School, IESE, LCIBS.
- **DANS, Enrique.** Licenciado en C.C. Biológicas, Universidad de Santiago de Compostela. Doctor (PhD) en Administración de Empresas, especialidad en Sistemas de Información, Universidad de California (UCLA). Máster en Dirección de Empresas, MBA, IE Business School.
- **DE CEVALLOS ESCRIBANO, Gonzalo.** Licenciado en Derecho y estudios complementarios en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas. PDD (IESE). En la actualidad es Presidente y Director General del GRUPO SWATCH ESPAÑA, que engloba marcas como BREGUET, BLANCPAIN, GLASHÜTTE, OMEGA,

## CLAUSTRO DE PROFESORES

LONGINES, RADO, TISSOT, TIFFANY WATCHES, HAMILTON, CALVIN KLEIN, CERTINA, BALMAIN, SWATCH Y FLIK FLAK. También es vicepresidente de Ventas Internacional de dicho grupo desde 2013.

· **DELSO, Carlos.** DEA por ICADE. PDG por el IESE. Ldo. en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá de Henares. Su experiencia profesional se ha desarrollado en los dptos. de Ventas y Marketing de varias compañías del sector Consumo y Telecomunicaciones, (UNILEVER, PEPICO, JOHNSON & JOHNSON, XFERA MÓVILES). Dentro del Grupo LVMH comenzó como Dir. General GUERLAIN para España y Portugal. Ha sido Dir. General de LOUIS VUITTON para España Portugal y Marruecos. Actualmente es Director General de JOYERÍAS SUÁREZ.

· **FRANQUESA, Anna.** Es consultora especializada en el acompañamiento estratégico y los procesos creativos de las empresas textiles y de la moda. Estilista formada en STUDIO BERÇOT (París) y con AZZEDINE ALAIA, ha sido directora de la oficina de París del Instituto Español de la Moda y asesora del CONSEJO ÍNTERTEXTIL ESPAÑOL, CORTEFIEL y el GRUPO PULLIGAN. Desde 1998 trabaja para PREMIÈRE VISION (líder mundial de los salones textiles) elaborando los espacios de información de Moda destinados a los principales estilistas y compradores mundiales de los Salones de París, N.Y., Moscú, Tokio y Shanghai.

· **GARCÍA ESTÉVEZ, Pablo.** Doctor en C.C. Económicas y Empresariales. Acreditado por la ACAP. Profesor Asociado de IE Business School. Profesor de Finanzas en la URJC, CUNEF e ICADE. Economista Colegiado y perito judicial. Compatibiliza su carrera docente e investigadora con la consultoría financiera. Es autor de siete libros sobre Mercados, Fusiones y Riesgo, además de varios artículos en revistas nacionales e internacionales.

· **GONZÁLEZ CRISTÓBAL, Beatriz.** Lda. en C.C. Económicas por la Universidad de St. Louis en los E.E.U.U., Executive MBA por el IE Business School. Ha sido Directora de la filial española de BULGARI. En 1997 se incorporó a la empresa LVMH LOEWE como Directora de Compras Corporativas. En 2000 fue nombrada Directora General de HERMÈS IBÉRICA que combina las actividades de HERMÈS en España y Portugal. En 2005 se convirtió en Directora General de Europa y Oriente Medio, y contribuye a la expansión del Grupo HERMÈS en esta región. De 2009 hasta septiembre de 2013 ha ejercido como vicepresidente de ventas de HERMÈS INTERNATIONAL (Vicepresidente Ejecutivo a cargo de Ventas y Distribución), y responsable de la estrategia, la gestión y el crecimiento de todas las filiales distribución del grupo.

· **GONZÁLEZ POZO, Alejandro.** Diplomado en Turismo por la Escuela Oficial de Turismo de Madrid, Máster en Dirección y Gestión Hotelera por la UPM, Máster en Dirección de Recursos Humanos por el Colegio de Sociólogos y Politólogos de Madrid, Master Executive & Personal Coaching por la U. de Alcalá de Henares, Experto en Inteligencia Emocional por la U. de Alcalá de Henares. Ha desempeñado diferentes cargos en LYNCH HOTELS LTD, HOTELES HESPERIA, NH y ORIENT EXPRESS HOTELS TRAINS & CRUISES LTD, como Director de Alojamiento, Director de Alimentos y Bebidas, y Executive Assistant Manager. Ha sido Director Adjunto Ejecutivo en el HOTEL RITZ de Madrid. Actualmente ocupa la Dirección General del HOTEL HESPERIA Madrid y el RESTAURANTE SANCCELONI galardonado con dos estrellas Michelin. Executive & Personal Coach, Especialista en intervención emocional, profesor docente en la Universidad Politécnica de Madrid, y colaborador de revistas y blogs de hotelería de lujo.

· **GULLIAUMET, Philippe.** EDC. Escuela de Dirigentes y Creadores de Empresas. Consejero del Comercio Exterior de Francia. Consejero de Comercio Exterior de Francia en España. Cónsul Honorario de Mónaco en Madrid. Miembro de la Junta del Cuerpo Consular. Miembro del Patronato de la Fundación Laureus en España. Miembro del Patronato de la escuela de moda MOD'ART en Madrid. Miembro de la Junta de Luxury Spain. Ha trabajado como Presidente y Director General de CARTIER en España, Presidente y Director General de CRISTELLERIES ROYALES DE CHAMPAGNE, Director Comercial de CHRISTOFFLE PARIS. Actualmente en PRP LUXURY CONSULTANTS

· **KNAPP, Alberto.** Cuenta con más de 15 años de experiencia en

televisión, móvil e internet. Actualmente es Director General en THE COCKTAIL, donde ayuda a las principales empresas españolas a definir su presencia online. Es socio fundador de THE SHAKER, una plataforma de comunidad y blogs, Lacoctelera.com, el principal portal de blogs español, e Iwannagothere.com, un portal de viajes colaborativo. Es ponente habitual en congresos y seminarios relacionados con la innovación y tendencias. Pública habitualmente en su blog, www.the-mixer.net.

· **LIPOVETSKY, Gilles.** Filósofo, Sociólogo; reconocido, tanto en Europa como en América, como uno de los mayores Filósofos contemporáneos. Profesor Agregado de Filosofía. Doctor Honoris Causa de la Universidad de Sherbrooke (Canadá) y de la Nueva Universidad de Bulgaria (Sofía). Caballero de la Legión de Honor Francesa. Ha sido Miembro del "Conseil national des programmes" de Educación Nacional y actualmente es Miembro del "Conseil d'Analyse de la Société" del Primer Ministro de Francia. Consultor experto de la APM (Association Progrès du Management). Asiduo conferenciante para marcas de lujo, como CHANEL, DIOR, NINA RICCI, YVES SAINT LAURENT, GUERLAIN, HERMÈS, CARTIER, etc.; y para Marcas de Consumo, como L'ORÉAL, MC DONALD'S, COCA COLA, ADIDAS, NESTLÉ, CAMPBELL, SAINT GOBAIN. Ha publicado un total de ocho libros, entre ellos cabe destacar: "L'Empire de l'Ephémère", Editorial Gallimard y "El Lujo Eterno": Editorial Anagrama.

· **LOEWE, Enrique.** Licenciado en Ciencias Económicas por la UCM. Representa a la cuarta generación de la familia LOEWE que, desde su fundación, ha estado al frente de la Casa LOEWE. Ha desarrollado su actividad profesional como Director de Producto, Director General, Presidente de la Compañía y presidente de la FUNDACIÓN LOEWE. En 1998, es designado Presidente de Honor de LOEWE por LVMH, representando al Grupo de Empresas LOEWE en actividades de Relaciones Públicas al máximo nivel, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tras ser Presidente de Honor y Portavoz durante los primeros años de su creación, actualmente es Asociado de Honor de la Asociación de Creadores de Moda de España, junto a Hubert de GIVENCHY, PHILIPPE VENET, MANOLO BLAHNIK, CAROLINA HERRERA, OSCAR DE LA RENTA y OLIVIER STRELLI. Asimismo, es Miembro del Consejo Asesor del Museo del Traje de Madrid, del Comité Científico del Instituto Europeo de Design, del Consejo Asesor del ISEM (Fashion Management School) y Patrono de Honor de la Fundación Tecnomoda. En 2011, es nombrado Presidente de Honor del Círculo Español del Lujo Fortuny, asociación fundada por un grupo de empresas que pretenden promover la imagen de España en el sector.

· **LOZANO, Jorge.** Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid. Profesor de Semiótica de la Cultura y Semiótica de la Moda. Profesor de Semiótica de la Moda en la IUAV Universidad di Venezia. Director de GESC. Autor de *Persuasión. Estrategias del Creer*. UPV, 2012. Coordinador de Moda. El poder de las Apariencias. Revista de Occidente. Coordinador de *El Eterno Retorno del Lujo*. Revista de Occidente. Fue director de la Academia de España en Roma.

· **LUNA, Juan J.** Ldo. en Filosofía y Letras. Conservador del Museo Nacional del Prado. Ha sido Jefe del Dpto. de Pintura Francesa, Inglesa y Alemana (entre 1986 y 2002) y de las Pinturas del s. XVIII.

· **MANSILLA VIEDMA Pedro.** Sociólogo especializado en análisis de moda, crítico de moda, periodista, profesor de "Teoría de la moda". Licenciado en Derecho, Ciencias Políticas y Sociales en la UCM. Ha sido profesor de Sociología de la Moda en IADE, de Fundamentos Teóricos del Diseño en el Centro Superior de Diseño y Moda de Madrid. Actualmente es profesor de Diseño de Moda en la Universidad Francisco de Vitoria.

· **MAROTO JARA, Juan Carlos.** Programa Superior de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo, IE Business School. Máster en Protocolo y Relaciones Institucionales realizado en Instituto Europeo. Curso de Visual Merchandising realizado con Luxury Advise. Diplomado en Comunicación Audiovisual en la Fundación Universitaria San Pablo CEU. Curso superior de Publicidad y Comunicación Comercial realizado en CECO (Cámara de Comercio). Curso Superior en Marketing y Gestión Comercial en

## CLAUSTRO DE PROFESORES

I.E. M. Trueba. Ha sido Responsable de desarrollo de marca en J&B TWIST (Diageo), G.P.V. en GRUPO CODORNIÚ, Responsable de marca en RED BULL (Osborne), Trade Marketing – Marketing Operativo en CORONITA (Grupo Modelo) desarrollando la gestión de canales on & off trade, creación de acciones ad-hoc para grandes cuentas, desarrollo catálogo POS, materiales give away e incentivos para red distribución, implantación eventos paneuropeos, consulting en otros mercados estratégicos del grupo como Portugal o U.K. Desde enero 2007 es Marketing Manager en GLOBAL PREMIUM BRANDS, siendo responsable de las dos divisiones (aguas de lujo y espirituosos super premium) para toda la Península Ibérica y responsable de la creación como lanzamiento de marcas propias como a nivel Global como su desarrollo de activaciones, packs, POS, política de R.R.P.P., digital, etc.

· **MAZZALOVO, Gérald.** MBA Columbia University - Graduate School of Business - New York. Licenciado en Ingeniería Química, Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Strasbourg, Francia. Ha sido Presidente y CEO de BALLY, CLERGERIE GROUP, LOEWE, CEO of FERRACAMO GROUP en N.Y., Consultor en ARTHUR ANDERSEN en Milán, UNGARO París. Desde 2005 es consultor de Estrategia de Marcas como CORTEFIEL, PININFARINA. Es Consejero de Comercio Exterior de Francia desde 1992. Profesor Visitante en ESSEC, Francia del MBA in Luxury Brands Management. Autor de libros como: “Corporate Treasury”, “Corporate Finance”, “pro Logo”, “Luxury Brand Management”.

· **NAVARRO DOLS, Jorge.** Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Master en Marketing por la Universidad de Deusto. Ha cursado el Programa Superior del Universo del Lujo en su VI Edición (Primero de su promoción). Ha realizado otros cursos relacionados con el lujo como Marketing Prestige & Luxury Brands (Centre de Formation Pernod Ricard) y en la Cátedra Ferrá Adrià. Trabajó hasta 2001 en GROUPE VIVARTE (distribución de calzado) como responsable de Marketing y Comunicación. Desde 2002 trabaja en PERNOD RICARD con diferentes puestos: Premium Brand Manager, Trade Marketing Manager, Director Champagne Perrier-Jouët en España. Actualmente es Director de Creatividad e Innovación en Domecq Bodegas-Pernod Ricard.

· **REBOLLO, Jesús.** MBA por el IE Business School. Ldo. en Periodismo por la UCM. Responsable del lanzamiento de www.eurosport.es desde la sede central de TF1 en París de 2000 a 2003. De 2004 a 2007 se incorpora a L'OREAL como Marketing Project Manager en la División de Farmacia (LA ROCHE-POSAY). En 2008 asume la Dirección de Marketing Internacional de LAVINIA, la cadena de tiendas de vino de calidad con presencia en 4 países europeos. Profesor asociado del Instituto de IE Business School.

· **RECIO, Miguel A.** Ldo. en Derecho y miembro del Cuerpo Superior de Administradores civiles del Estado. Ha sido durante cuatro años Dir. Gerente de la Fundación Colección THYSSEN BORNEMISZA y Museo. Anteriormente desarrolló su carrera en la Adm. del Estado, en destinos como la Dir. General del Tesoro y Política Financiera, el Min. de Industria, Turismo y Comercio; Patrimonio Nacional y la AECID. Participa además como conferenciante y articulista en foros e instituciones públicas y privadas. En la actualidad es Dir. general del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música.

· **SÁENZ VARONA, Carmen.** Lda. en C.C. Económicas por la UCM. MBA por el IESE. Además estudió Marketing en París en EDC. Ha trabajado en publicidad (McCANN ERICSSON), en Marketing Directo, en Banca de Inversión (JP MORGAN) y ha sido Directora adjunta en una empresa de transportes (PYM). Ha sido Dir. de Marketing y Comunicación y CRM de CARTIER para la península Ibérica. Ha sido Brand Vice President de CARRERA Y CARRERA siendo responsable de los departamentos de Marketing y Comunicación Internacional y de la Dirección Creativa de la Marca.

· **SÁNCHEZ PRIETO, Pilar.** Lda. en Psicología, UCM. Título de Especialista en Psicología Clínica. Máster en Psicología, Clínica Grupo LURIA. Socia-consultora de GRUPO LURIA. Experta en Asesoramiento y Diseño de Planes de Desarrollo en Competencias Personales, para empresas y organizaciones. Profesora de Habilidades

Directivas de IE Business School. Profesora asociada del Área de Recursos Humanos, IE Business School. Coach en competencias personales para diferentes sectores empresariales. Reconocimiento a la Excelencia Docente, IE Business School Curso 2008-2009.

· **SÁNCHEZ SUÁREZ, Fernando.** Ingeniero Agrónomo por la U.P.M. y Ldo. en Marketing por ESIC. Posteriormente ha realizado, a lo largo de su carrera profesional, diferentes estudios de postgrado en London Business School y Florida Atlantic University, entre otros. Ha desarrollado una dilatada carrera profesional en diferentes posiciones de marketing, hasta ocupar responsabilidades de alta dirección, en compañías nacionales y multinacionales. Fue miembro del Comité de Estudios del Observatorio de la Distribución del Ministerio de Economía. Ha participado en numerosos proyectos de Executive Education: GRUPO L'OREAL, GRUPO TELEFÓNICA, MINISTERIO DE DEFENSA, PFIZER, GRUPO DAMM, HEINEKEN, SCHWEPPES, URALITA, ROCHE, ONO, BANESTO, GRUPO CARREFOUR, ARIAS, entre otras muchas empresas. En la actualidad es profesor del área de Marketing de IE Business School, Consultor y Advisor del Comité de Dirección de varias compañías nacionales y multinacionales.

· **SPECHT, Marina.** Periodista especializada en temas económicos y empresariales. Fundadora de Reporter. Consejera Delegada de MRM WORLDWIDE, y Directora Regional de MRM WORLDWIDE para la región EMEA, la agencia de marketing relacional y digital de McCANN WORLDGROUP. Miembro del board internacional de MRM WORLDWIDE. Miembro del Comité de Dirección del GRUPO McCANN en España. Miembro de la Junta Directiva de ACEMDI (Asociación de Agencias de Marketing Directo e Interactivo).

· **SUÁREZ, Salvador.** Socio Director en Territorio Creativo. Se ha formado en el International Digital Business Seminar - Real Colegio Complutense at Harvard, también es PDD por el IESE (Universidad de Navarra) y Máster en Marketing en el IEDE. Ha sido Dir. del área de sociedad de Información en el Consejo Superior de Cámaras de Comercio (Camerpyme), Dir. de desarrollo de negocio en Domestika y Marketing Manager en Net Juice (Baquia.com). Actualmente, es docente de varios programas como en la IAB, ISDI e IED. También es conferenciante internacional y profesional del sector digital desde el año 2000. En estos momentos está ayudando a marcas como YSL, ARMANI, BIOTHERM, DIESEL, CORTEFIEL a implementar su estrategia de comunicación y marketing en plataformas digitales.

· **TERRES, Javier.** PDD por IESE, Madrid. Executive MBA por IE Business School. Ldo. en Ciencias Económicas y Empresariales, por la Universidad de Málaga. Ha desempeñado distintos puestos directivos en empresas como TABACMESA, ALDEASA, ALTADIS. Desde 2000 es Vicepresidente de Desarrollo de Corporación HABANOS y miembro de la Comisión Ejecutiva, del Comité de Dirección y de los Consejos de Administración de HABANOS, (Cuba) y ALTABANA, (España) así como de diferentes empresas de distribución de HABANOS en todo el mundo. Responsable de la comercialización de HABANOS en diferentes mercados mundiales.

· **VILLÉN, Tomás.** Máster Gestión Empresas por San Pablo CEU. Ldo. en Derecho por la UCM. Ha desempeñado diferentes puestos a lo largo de su carrera profesional entre los que se encuentran: Jefe Distrito en PSA CREDIT (Financiera del Grupo PSA), Jefe del Dpto. de Flotas de PEUGEOT, Jefe Regional PEUGEOT Galicia y Cataluña, Gerente de grupo de Concesionarios Opel en GRUPO TODA, Gerente SMART CENTER MADRID, Director Comercial ROVER / LAND ROVER ESPAÑA, Director Comercial BMW IBÉRICA / MINI, Director General BMW Madrid, Director General SEAT MOTOR ESPAÑA. Actualmente es CEO PORSCHE IBÉRICA.

· **WIESE TORNOE, Hubert.** Técnico de Comercio Internacional. Ha sido delegado de Ventas en KLM Guatemala en 1986/87, Adjunto a Dirección de UNIVEX (Distribuidora de MONTBLANC y otras marcas) desde 1988 hasta 1993. Adjunto a Consejero Delegado de MONTBLANC ART DE VIVRE ESPAÑA hasta 1996. Desde 1996 es Consejero Delegado de MONTBLANC ART DE VIVRE ESPAÑA.

## INFORMACIÓN GENERAL

### DURACIÓN DEL PROGRAMA Y FECHAS DE REALIZACIÓN

El Programa tiene una duración de 202 horas aproximadamente, divididas en 135 sesiones de 1,5 horas cada una. Las sesiones se realizarán los viernes de 17:00 a 22:00 horas y los sábados de 9:00 a 14:00 horas. Las experiencias extracurriculares se realizarán fuera del horario lectivo. Su inauguración está prevista para el viernes 31 de enero de 2014.

### DOCUMENTACIÓN

Los participantes en el Programa irán recibiendo con antelación a su uso las Notas Técnicas y Casos de Estudio, así como la documentación de referencia necesaria para el seguimiento del Programa.

### DIPLOMA Y OTROS SERVICIOS DE IE BUSINESS SCHOOL

En el acto de clausura del Programa, los participantes que hayan realizado con éxito el mismo, recibirán el Diploma acreditativo. La obtención del Diploma posibilita la inscripción y pertenencia a la Asociación de Antiguos Alumnos de IE Business School. La condición de Antiguo Alumno de este programa permite el acceso, entre otras facilidades, a los servicios de selección y presentación de currícula a empresas que gestiona la Dirección de Carreras profesionales de IE Business School.

### LUGAR DE REALIZACIÓN

El Programa se realizará en la sede del Colegio de Dirección de IE Business School.  
Pinar 18. 28006 - Madrid.

### DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

El precio total del programa es de 14.700 € más 500 € como aportación a la Fundación IE. Este precio incluye la asistencia a las sesiones y la documentación, y la aportación a la Fundación IE implica que el asistente a este programa tiene derecho a pertenecer a la Asociación de Antiguos Alumnos de IE durante el año posterior a la finalización del programa. Además, IE Business School colabora con su empresa en la tramitación de las subvenciones de la Fundación Tripartita. IE Business School permite la posibilidad de pagos diferidos sin incrementar el coste del programa. Consulte las bonificaciones especiales en el precio de este programa por un único pago antes de su inicio y para Antiguos Alumnos de IE Business School.

### ALOJAMIENTO

Con el objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, IE Business School tiene acuerdos de colaboración con diferentes hoteles cercanos al Colegio.



## EXPERIENCIAS



**Karen Azzinnari.**

**Directora de Comunicación y Marketing, CHRISTIAN DIOR COUTURE**

Alumna del P.S. de Lujo (I Edición)

*“Es un programa que ofrece una inmersión 360° en el universo del lujo. Desde la semiótica del lujo, hasta la aplicación de estrategias de comunicación y marketing adecuadas para el sector. Proporciona una sólida estructura de soporte para profesionales encargados del diseño e implementación de estrategias de fidelización de alto valor. Los casos prácticos presentados por los directores generales de las empresas más relevantes del segmento del lujo internacional, te ayudan a entender la realidad de las empresas del lujo y ayudan a captar clientes Premium, en definitiva ganar la batalla a los competidores”.*



**Marina Conde.**

**Creadora, LA CONDESA**

Alumna del P.S. de Lujo (I Edición)

*“Para mí PSUL fue una liberación, una oportunidad de enriquecer mi mente, de poder estudiar y entrar en contacto con temas y asignaturas que verdaderamente despertaban mi interés y curiosidad. Por otro lado fue también un baño de realidad, me permitió conocer de cerca las dificultades que supone un cambio de sector en nuestro país y el empeño personal que hay que poner para conseguirlo”.*



**Jorge Navarro Dols**

**Director, CHAMPAGNE PERRIER-JOUËT ESPAÑA, Trade Marketing Manager, DOMEQ BODEGAS**

Alumno del P.S. de Lujo (VI Edición)

*“¿Ha valido tanto la pena! Mucho esfuerzo personal y profesional transformados en una experiencia sin igual alrededor del lujo. PSUL aporta una gran base estratégica para afrontar este mercado tan peculiar en constante cambio, sin olvidar las experiencias y talleres que nos han posibilitado conocer de primera mano a los principales protagonistas del sector y seguir construyendo y ampliando nuestra red de contactos en este mundo. Desde el primer momento se genera un ambiente participativo donde los debates dentro y fuera de las aulas con alumnos y profesores son muy enriquecedores. Posiblemente, una de mis decisiones más importantes de los últimos años.”*



**Javier Arellano Mediavilla.**

**Director Gerente del Círculo FORTUNY.**

Alumno del P.S. de Lujo (VI Edición)

*“El PSUL ha supuesto para mí un enriquecimiento tanto personal como profesional. Personalmente, me ha aportado un networking sobresaliente tanto por los profesores y ponentes como por los compañeros de clase. Espero poder mantenerlo y seguir compartiendo experiencias tan buenas como las vividas durante el programa. A nivel profesional, mis expectativas que eran poder especializarme y adquirir “expertise” del sector, se han cumplido ampliamente. El programa aún tanto los fundamentos como las nuevas tendencias y prácticas del lujo, lo que permite tener una visión integral del sector. He de decir también que el programa es exigente y que si uno quiere aprovecharlo al máximo ha de hacer sacrificios sobretodo en el caso de compaginarlo con un trabajo. En mi caso, todo lo aprendido y vivido ha compensado con creces estos sacrificios.”*



**Mercedes Peña.**

**Project Manager Architect, LOEWE.**

Alumno del P.S. de Lujo (VII Edición)

*“El Programa Superior del Universo del Lujo es una experiencia inolvidable que recomiendo a todas aquellas personas interesadas en conocer las distintas áreas que engloban este sector. La metodología del programa ayuda a desarrollar habilidades directivas y estratégicas propias del mundo real. Los equipos de trabajo de carácter multidisciplinar permiten el desarrollo de habilidades sociales a la vez que estableces lazos de amistad. Te enseña a ser más flexible, reflexivo, autocrítico y exigente.”*

## ÚLTIMAS INCORPORACIONES



**Águeda Nuño Tutor.**  
**Controllor Senior.**  
**L'ORÉAL.**



**Álvaro González.**  
**Director de Planificación**  
**Estratégica, COSENTINO.**



**Borja de Cendra.**  
**Area Manager Southern**  
**Europe (Spain, Italy,**  
**France& Portugal).**  
**ASICS**



**Alejandra Álvarez.**  
**Digital Manager GLOBAL**  
**PREMIUM BRANDS**

## SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN

Programa Superior de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo. VIII Edición

### PROCESO DE ADMISIÓN

1. Presentación de la Solicitud de Inscripción cumplimentada.
2. Entrevista Personal. Los candidatos/as serán llamados para esta entrevista que se realizará en la sede del Colegio de Dirección. Una vez realizada la entrevista personal, cada solicitud será estudiada por el comité de Admisiones del Colegio de Dirección cuya decisión será comunicada formalmente por escrito a cada candidato/a

### CÓMO FORMALIZAR LA MATRÍCULA

Enviar la presente solicitud de inscripción, una vez cumplimentada, al:  
IE BUSINESS SCHOOL - COLEGIO DE DIRECCIÓN. Fax: (34) 91 568 96 18 • E-mail: Carola.Arboli@ie.edu - MariaElena.Silva@ie.edu • www.execed.ie.edu/psuperiores

### DATOS PERSONALES

Nombre: \_\_\_\_\_ Apellidos: \_\_\_\_\_  
Nacido en: \_\_\_\_\_ el \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 19 \_\_\_\_ Nacionalidad: \_\_\_\_\_  
N.I.F.: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_  
Domicilio: \_\_\_\_\_  
Población: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_  
Código Postal: \_\_\_\_\_ País: \_\_\_\_\_ Móvil: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

### FORMACIÓN ACADÉMICA

(Detallar de mayor a menor grado Doctorado, Master, Ingeniería o Licenciatura, etc.)

Titulación/es: \_\_\_\_\_  
Especialización/es: \_\_\_\_\_  
Año/s inicio – Año/s finalización: \_\_\_\_\_  
Idiomas (Nivel de 1 a 10): \_\_\_\_\_

### POSICIÓN ACTUAL

Empresa: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_  
Sector: \_\_\_\_\_ Domicilio: \_\_\_\_\_  
Población: \_\_\_\_\_ Código Postal: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_  
País: \_\_\_\_\_ Móvil (Empresa): \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
Fax: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_ Web: \_\_\_\_\_

### EXPERIENCIA PREVIA

Empresa: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_  
Sector: \_\_\_\_\_ Años: \_\_\_\_\_

Sírvanse a pre-inscribirme en el PS Lujo en la convocatoria de febrero 2014

Sus datos personales se incluirán en un fichero automatizado de Instituto de Empresa, S.L., en María de Molina, 13, 28006-Madrid, para gestionar esta relación contractual, incluida su incorporación en la lista de asistentes que se entrega con la documentación del curso. Salvo que marque la casilla  el IE le enviará información sobre sus actividades y salvo que marque  podrá ceder sus datos con igual finalidad a la Asociación de Antiguos Alumnos del IE, a la Fundación IE y a IE Universidad con el mismo domicilio. Usted consiente, salvo que marque la casilla  la cesión de sus datos al Patrocinador/es que aparece/n identificado/s en el folleto explicativo del curso. Salvo que marque la casilla  todas las comunicaciones podrán realizarse por correo electrónico. Podrá ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición mediante e-mail a [soportededatos@ie.edu](mailto:soportededatos@ie.edu). En caso de contratación a distancia, dispondrá de siete días hábiles desde el envío del contrato para desistir del mismo mediante e-mail dirigido a: [Monica.Ventin@ie.edu](mailto:Monica.Ventin@ie.edu) siempre y cuando el curso no se haya iniciado. En caso de haber pagado, el IE contactará con usted a efectos de devolución del importe abonado.

Acepto las condiciones

Fecha: \_\_\_\_\_ Firma: \_\_\_\_\_



business  
school

Executive Education

Pinar, 18

28006 Madrid. España. UE

Carola.Arboli@ie.edu • Tel.: (34) 91 568 98 45 Ext. 49845

MariaElena.Silva@ie.edu • Tel.: (34) 91 568 95 59 Ext. 49559

Fax: (34) 915689618

[www.ie.edu/execed/psul](http://www.ie.edu/execed/psul)

También estamos en:



/EstrategiasDeLujo



@EstrategiasLujo



Dirección y Gestión Estratégica Universo del Lujo

