

PROGRAMA DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN
ESTRATÉGICA DEL
UNIVERSO DEL LUJO
XI EDICIÓN



Madrid / Febrero-Julio

TESTIMONIOS



JORGE LÁZARO MARTÍNEZ
Dtor. RRHH y Comunicación
(Vitrage)
Grupo Saint-Gobain

El aprendizaje del programa es único en contenidos, al concentrar la visión, estrategia, operativa, valores y futuro del área luxury, presente de forma transversal en muy diferentes sectores, a través de la metodología del IE, expertos y profesionales del sector, e interesantes experiencias fuera del aula. Durante 6 meses he tenido la oportunidad de profundizar en este mundo, tan interesante y atractivo como complejo para las empresas que operan en él.



PATRICIA GARCÍA LARRAGÁIN
Fundadora BELT&BELT, México

Hacer el programa ha sido una de las mejores decisiones que he realizado a nivel profesional. Considero que es una excelente manera para conocer y profundizar en el mundo del lujo. Por medio del nivel de los profesores, las experiencias fuera de clase y el método del caso he obtenido una perspectiva única tanto del mundo del lujo, como del de los negocios. Por otro lado a nivel personal he conocido personas increíbles las cuales considero hoy en día grandes amigos. Han sido de los mejores seis meses de mi vida en todos los aspectos.

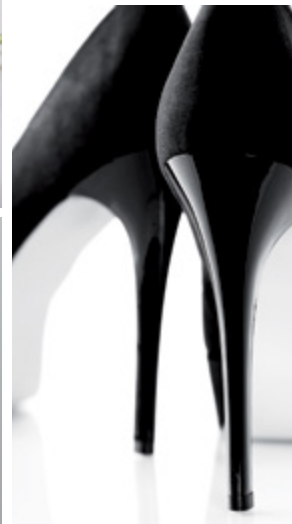


MARÍA PAULOGORRÁN
Profesional del Marketing (L'Oréal, BNP Paribas, entre otras)

Tras varios años de experiencia profesional decidí hacer el programa para especializarme, dentro del área de marketing, en una industria tan compleja y prometedora como es el Lujo. Destacaría del programa la calidad del profesorado, con reconocidos expertos de la industria que nos enseñan su visión más práctica y real, así como su completo contenido, que combina a la perfección materia específica sobre el negocio del lujo y fundamentos de estrategia y marketing.
¡Sin duda, un mix perfecto!

ÍNDICE

IE de un vistazo	04
Reconocimiento internacional	05
Carta de la Dirección	06
Objetivos	07
Contenido	08
Marcas que nos acompañan	11
Claustro	12
Más información	14
Ayuda financiera	15



IE DE UN VISTAZO

Desde 1973		centrados en la excelencia académica
Formamos		a más de 1.000 ejecutivos cada año
Más de 30		programas de postgrado
46.000 Antiguos Alumnos		en puestos de responsabilidad en más de 100 países
90 nacionalidades		presentes en el campus
27		oficinas de representación por todo el mundo
Más de 500		profesores
Más de 200		organizaciones y clubes de Antiguos Alumnos y Alumnos.

RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL

2009-2015

IE y sus escuelas están reconocidas por la prensa internacional entre las mejores escuelas a nivel internacional.

	Online MBA Programs	1º de mundo	Marzo 2015
	European Business School	3º de mundo	Diciembre 2014
	Master in Finance	4º de mundo	Junio 2015
	Online MBA Programs	1º de mundo	Marzo 2014
	Executive MBA Programs	1º de mundo	Mayo 2015
	Global MBA Programs	3º de mundo	Mayo 2015
	Non American Business School	2º de mundo	Noviembre 2014
	MBA Non American Business School	5º de mundo	Octubre 2014

ACREDITACIONES



AACSB International
Association to Advance
Collegiate Schools of Business



EQUIS European Quality
Improvement System



AMBA Association
of MBAs

CARTA DE LA DIRECCIÓN



El camino se hace al andar... Y así hemos llegado con la misma fuerza y con más pasión, si cabe, a la décima edición del programa de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo. Con un claustro inigualable, formado por profesores full time de IE Business School y por Directores Generales y Presidentes del sector del lujo, la vivencia de experiencias únicas que nos diferencian, y un talante cultural que nos define;

podemos afirmar que somos el programa de Dirección del lujo de referencia en España, con un reconocimiento cada vez mayor en el ámbito internacional. Contamos con una comunidad de más de 220 alumnos graduados, la mayoría de ellos trabajando en posiciones relevantes de marcas de lujo nacionales e internacionales como BMW, Carrera y Carrera, Círculo Fortuny, Dior, El Corte Inglés, Hugo Boss, Hackett, Loewe, LVMH, Marqués de Riscal, L Oreal, Perrier Jouët, o Vente Privée...

Nuestro reto en la edición actual es trasladar al alumno los grandes cambios que se están produciendo en el lujo tanto en el mercado como en el producto. Incidiremos en la transformación del lujo hacia el Retail, en la adaptación al mundo digital, así como en los nuevos países emergentes o el desarrollo imparable del Turismo.

Por último, y en esta XI edición, el “lujo de futuro y las nuevas tecnologías” serán el tema especial que hemos incorporado y que nos servirá como hilo conductor del programa.

Bienvenidos a una década de lujo en IE Business School.

Susana Campuzano

Directora del Programa

OBJETIVOS:

1. Ofrecer una visión completa, multisectorial y exhaustiva de un sector de productos y servicios únicos y altamente diferenciados. La unión entre management y creatividad, la interacción con el mundo de la moda así como la fuerte carga de intangibles, exigen estrategias y una dirección de Marketing diferente y en continua renovación y actualización.
2. Dar a conocer, no sólo el lujo más exclusivo, sino las diferentes categorías de mercado que componen los denominados segmentos de valor como la Alta Gama, el Premium, el Neo-lujo o Trading up, e identificar las estrategias de marca y posicionamiento que deben ir asociadas a cada una de ellas.
3. Transmitir la versión más actualizada de un sector que se encuentra en plena mutación.

PERFIL DEL ALUMNO

El programa va dirigido a profesionales y empresarios del sector del Lujo, Premium o Alta Gama con experiencia profesional que deseen realizar una inmersión intensiva en este sector.

Asimismo, también es de interés para todos aquellos profesionales que, perteneciendo a otros segmentos de mercado, deseen conocer las prácticas del universo del lujo, así como el manejo de los intangibles.



CONTENIDO

APERTURA DEL PROGRAMA

SESIÓN INAUGURAL

Lección Magistral por PROF. D. GILLES LIPOVETSKY, filósofo-sociólogo 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” o “El imperio de lo efímero”.

GILLES LIPOVETSKY junto a ENRIQUE LOEWE, fue nombrado en 2015 Embajador de nuestro Programa.

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.
- Definición y planificación de la Estrategia.
- Fundamentos para la Dirección Comercial y de Marketing.
- Desarrollo de las capacidades directivas, liderazgo y Team Building.

MÓDULO II

MARCO CULTURAL Y FUENTES DEL LUJO

El módulo le brinda al alumno las bases culturales, filosóficas, sociológicas y semióticas del lujo. El objetivo es que los dirigentes del futuro sepan preservar y nutrir el valor de las marcas de lujo como patrimonio cultural o creen y gestionen nuevas marcas que sean testimonio de nuestra cultura actual.

- El Lujo Hipermoderno; entre marca y emoción.
- Lujo y filosofía.
- Sociología del lujo y de la moda
- Las fuentes del lujo
- Semiótica y significados del lujo.

MÓDULO III

DIRECCIÓN Y MARKETING DE MARCAS DE LUJO.

El módulo tercero analiza en profundidad los fundamentos de gestión del negocio del lujo. Distintas asignaturas, desde las más tradicionales, a las más innovadoras, se van encadenando para dar a conocer las diferentes 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.

El módulo se divide en SEIS grandes bloques más los TALLERES DE LAS GRANDES MARCAS:

1. Creación de marcas de lujo

- 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.

2. Estrategia de marcas de lujo

- Lanzamiento y estrategias de marcas de lujo.
- La implementación de la estrategia. Planificar con coherencia y sentido de la realidad.
- Mercados emergentes del lujo, con especial atención a Asia y Latinoamérica y los nuevos emergentes.

3. Tendencias, producto y gestión del diseño

- Producto de lujo: Concepción y marketing operacional.
- Gestión estratégica de fijación de precios.
- Gestión del diseño y producción.
- Análisis de tendencias

4. Distribución y Retailing

- La distribución en el lujo.
- Gestión del punto de venta.
- Merchandising en el lujo. Diferencias con el consumo.

5. Comunicación en el lujo: el OFF y el ON. El nuevo paradigma de la comunicación

- La gestión de la imagen, la comunicación y las RRPP en el lujo.
- Marketing Digital. CRM y redes sociales.
- Mobile Marketing.
- Casos prácticos Brick&Click.

6.- El futuro del lujo

Tema especial de la 10ª Edición que se desarrollará en una serie de casos y talleres de Responsabilidad Corporativa, nuevas tecnologías y artesanías para el lujo.

EL TALLER DE LAS GRANDES MARCAS es un apartado en el que ciertos sectores y materias como el diseño y la decoración, el cristal, 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

Este módulo analiza siete grandes sectores del lujo. Dedicamos a cada uno de ellos un viernes al mes, al que se une una experiencia previa que es 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 las 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 quienes desean crear un proyecto en el sector, o dentro de su propia compañía, que incluye sesiones que ayudan al alumno a la mejora 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.

MÓDULO VI

EXPERIENCIAS EXTRACURRICULARES

Para reforzar los conocimientos adquiridos en el programa y en nuestro objetivo de propiciar un efecto de alto impacto y transformacional en el participante, ofrecemos dos actividades extracurriculares que se realizarán fuera del horario lectivo y que se incluyen en los derechos de inscripción.

1. PROCESO DE COACHING INDIVIDUAL

El coaching es actualmente una de las herramientas de desarrollo de las personas más poderosa que existe, y es habitual que se contemple dentro de los planes de desarrollo directivo de las organizaciones más innovadoras y comprometidas con sus empleados.

Los participantes de este programa podrán recibir un proceso de coaching individual con un coach profesional senior formado en el IE y miembro de la IECA, (International Executive Coach Association).

2. ELECTIVOS

Una vez finalizado el programa, en los meses de julio y septiembre posteriores a la clausura, se convocarán seminarios electivos. Cada alumno podrá elegir realizar 3 electivos. Para que estos electivos se celebren, tendrán que contar con un número mínimo de participantes. Las plazas se asignarán por riguroso orden de reserva en función de la capacidad del aula y se ofrecerán a todos los alumnos de los programas de dirección, promoviendo un networking multisectorial y funcional.

Los electivos ofertados son los siguientes:

1. PNL aplicado a la comunicación empresarial.

Cómo incorporar los códigos de comunicación de la PNL para optimizar nuestra comunicación.

2. Transformación digital.

Todo lo que pueda ser digitalizado...lo será. ¿Cómo va a afectarme a mí y a mi organización?

3. Marca personal.

Cómo posicionarme óptimamente y ganar visibilidad en el vasto mundo de las redes sociales. Dónde tengo que estar y por qué.

4. Mindfulness.

Cómo aplicar técnicas de mindfulness para gestionar emociones, afrontar los cambios y propiciar claridad mental y concentración para la mejor toma de decisiones.

5. Bienvenido a la nueva economía de la experiencia.

El nuevo paradigma de las relaciones con los clientes, la calidad y la excelencia ya se da por descontado. Ahora toca gestionar sus experiencias en un entorno B2Cdm.

6. Business model canvas.

Formulación de la estrategia aplicando el modelo CANVAS.

7. Emociones vs resultados en la empresa.

Cómo apalancarse en las emociones de las personas para optimizar los resultados de negocio.

8. Gestión del fracaso.

La gestión y el aprendizaje de las experiencias negativas.

MARCAS QUE NOS ACOMPAÑAN

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

Abadía Retuerta

Bulgari

Blancpain

Carrera Y Carrera

Champagne Perrier-Jouët

Chanel

Christian Dior

Courvoisier Cognac

Diageo

Global Premium Brands

Habanos

Hermés

Hoteles Hesperia

Lavinia

Loewe

L'oreal

Louis Vuitton

Lvmh

Maxxium

Montblanc

Omega

Porsche

Riedel

Shiseido

Suárez Joyeros

Swatch Group

Vantguard

Vitra

Asimismo contamos con la **colaboración especial de:**

Círculo Fortuny

Luxury Spain

Havas Group

Inaem

Leaders Trust International

Fundación Lázaro Galdiano

MRM Worldwide

Territorio Creativo

The Craft - Abadía Retuerta



CLAUSTRO

ABENIACAR, JUAN PEDRO

Consejero Delegado de DIOR MODA para España y Portugal desde abril 2008. Desde 2002 Director General del grupo LVMH PERFUMERÍA Y COSMÉTICOS para España y Portugal. Desde 1992 Presidente de LOEWE PERFUMES.

AIRES, CARLOS

Fundador y Presidente de RETAIL DESIGN INSTITUTE. Creador y Director de MARKETING-JAZZ. Ha sido galardonado en dos oportunidades con el International Store Design Awards otorgado por el RD de Nueva York.

ALONSO CASES, JAVIER

Director de RR.HH en LOEWE. Ha sido Co-autor del libro "Metacompetencias. Gestión de personas en tiempos de desconcierto".

ANSÓN OLIART, RAFAEL

Presidente de la REAL ACADEMIA DE GASTRONOMÍA española, Presidente de Honor de la ACADEMIA INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA y Presidente de la ACADEMIA IBEROAMERICANA DE GASTRONOMÍA.

AZZINNARI, KAREN

Directora de comunicación y marketing para CHRISTIAN DIOR COUTURE. Ha sido Directora de Comunicación en HERMÈS y Directora de Premium Products para AMERICAN EXPRESS.

BARTOLOMÉ ARRAIZA, ALBERTO

Presidente del Comité de Expertos de FERIAARTE. Ex Director del MUSEO NACIONAL DE ARTES DECORATIVAS.

BATURONE, BORJA

Director de Innovación e I+D del Grupo Altran y Director General De Innsite, consultora especializada en Innovación. Experto reconocido en el mundo de la creatividad y la innovación. Co-Autor del libro "Ahora, ¡Innova!". Ha sido Fundador y Director General de Synectics en España, pionera en procesos de creatividad e innovación corporativas.

CAMPUZANO, SUSANA

Socia Directora de LUXURY ADVISE y directora del Programa de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo de IE BUSINESS SCHOOL. Ha sido Directora de Marketing de CHANEL y Value Retail y Business Director de De BEERS. Autora del libro "El Universo del Lujo".

COGOLLO DOMÍNGUEZ, ROSALÍA

Directora de Comunicación de SHISEIDO España.

CORTÉS ALONSO, ENRIQUE

Managing Partner COPLEY-ADVISORS. Profesor Asociado IE BUSINESS SCHOOL.

DANS, ENRIQUE

Profesor de IE BUSINESS SCHOOL. Licenciado en C.C. Biológicas, Universidad de Santiago de Compostela. Doctor (PhD) en Administración de Empresas Universidad de California (UCLA). MBA, IE Business School. Experto en temas relacionados con la red y la tecnología, y blogger en ENRIQUEDANS.COM.

DE CEVALLOS ESCRIBANO, GONZALO

Presidente y Director General del Grupo SWATCH España, que engloba marcas de lujo BREGUET, BLANCPAIN, GLASHÜTTE, OME- GA. Vicepresidente de Ventas Internacional de dicho grupo desde 2013.

DELSO, CARLOS

Director General de JOYERÍAS SUÁREZ. Dentro del Grupo LVMH, ha sido Director General GUERLAIN para España y Portugal y Director General de LOUIS VUITTON para España, Portugal y Marruecos.

FALCÓ, CARLOS

Presidente de Pagos de FAMILIA MARQUÉS DE GRIÑÓN, S.A., propietaria de Dominio de VALDEPUSA y de VIÑEDO S DEL RINCÓN, S.A. y autor de los libros "Oleum" y "Entender de Vino". Presidente del CÍRCULO FORTUNY.

FRANQUESA, ANNA

Es consultora especializada en el acompañamiento estratégico y los procesos creativos de las empresas textiles y de la moda. Desde 1998 trabaja para PREMIÈRE VISION PARÍS.

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.

GARRALDA, JOAQUÍN

Profesor de Estrategia y Decano de Ordenación Académica de IE Business School. Secretario de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact).

GONZÁLEZ POZO, ALEJANDRO

Director General del HOTEL HESPERIA Madrid y el RESTAURANTE SANTCELONI galardonado con dos estrellas Michelin. Ha sido Director Adjunto Ejecutivo en el HOTEL RITZ de Madrid.

GUILLIAUMET, PHILIPPE

EDC. Consultor en PRP Luxury Consultants y Cónsul Honorario de Mónaco en Madrid. Ha sido Presidente y Director General de CARTIER en España, Presidente y Director General de CRISTALLERIES ROYALES DE CHAMPAGNE y Director Comercial de CHRISTOFFLE PARIS.

LIPOVETSKY, GILLES

Filósofo, Sociólogo; reconocido internacionalmente como uno de los más influyentes filósofos y estudiosos del estilo de vida contemporáneo. Caballero de la Legión de Honor Francesa. Miembro del “Conseil national des programmes” de Educación Nacional y Miembro del “Conseil d’Analyse de la Société” del Primer Ministro de Francia. Prolífico autor con 14 libros publicados, entre los que destacan: “El imperio de lo efímero” y “El Lujo Eterno”.

LOEWE, ENRIQUE

Cuarta generación de la Familia 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. En 2011, es nombrado Presidente de Honor del CÍRCULO ESPAÑOL DEL LUJO FORTUNY.

LOZANO, JORGE

Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid. Profesor de Semiótica de la Cultura y Semiótica de la Moda. Fue Director de la Academia de España en Roma.

LUNA, JUAN J

Conservador del MUSEO NACIONAL DEL PRADO. Ha sido Jefe del Dpto. de Pintura Francesa, inglesa y Alemana (1986-2002) y de las Pinturas del siglo XVIII.

MANSILLA VIEDMA, PEDRO

Sociólogo especializado en análisis de moda, crítico de moda, periodista, profesor de “Teoría de la moda”.

MAROTO JARA, JUAN CARLOS

Marketing Director en VANTGUARD. Ha sido Marketing Manager en GLOBAL PREMIUM BRANDS, siendo responsable de las dos divisiones (aguas de lujo y espirituosos super premium).

MAZZALOVO, GÉRALD

Consultor de Estrategia de Marcas como CORTEFIEL, PININFARINA. Autor de libros como: “Estética di Marca”, y “Pro Logo”, “Luxury Brand Management” junto a Michel Chevalier. Ha sido Presidente y CEO de BALLY, LOEWE y FERRAGAMO GROUP en N.Y.

PUJIA, VICENZO

Director general de BVLGARI para España y Portugal. Lleva en la marca desde 1998, habiendo ocupado los puestos de International Marketing Executive Director y Planning and budget director. Profesor de Bocconi y Luiss University.

RECIO, MIGUEL A.

Director General de Bellas Artes, Bienes Culturales y Archivos y Bibliotecas. Director General del INSTITUTO NACIONAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA. Ha sido Director Gerente de la FUNDACIÓN COLECCIÓN THYSSEN BORNEMISZA y Museo.

SÁENZ VARONA, CARMEN

Ha sido Directora de Marketing y Comunicación y CRM de CARTIER para la península Ibérica., Brand Vice President de CARRERA Y CARRERA y Directora de Marketing y Comunicación Global en UNODE50. En la actualidad es Directora General de Audemars Piguet.

SÁNCHEZ PRIETO, PILAR

Lda. en Psicología, UCM. Título de Especialista en Psicología Clínica. Máster en Psicología, Clínica Grupo Luria. Socia-consultora de GRUPO LURIA.

SÁNCHEZ SUÁREZ, FERNANDO

Profesor del área de Marketing de IE BUSINESS SCHOOL, Consultor y Advisor del Comité de Dirección de varias compañías nacionales y multinacionales. Ha desarrollado una dilatada carrera profesional en diferentes posiciones de marketing.

SANTOS, JUAN CARLOS

Experto en Análisis de Tendencias, Artesanía y Lujo. Director del Curso Piel Design, organizado por la Fundación Loewe y la Fundación Politécnica en Ubrique.

JOSE ANTONIO RUIZ

P. R Manager en Porsche Ibérica.

SPECHT, MARINA

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.

SUÁREZ, SALVADOR

Socio Director en TERRITORIO CREATIVO, apoyando a marcas como YSL, ARMANI, BIOTHERM, DIESEL, CORTEFIEL a implementar su estrategia de comunicación y marketing en plataformas digitales.

TERRES, JAVIER

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).

VALERO, ENRIQUE

Director General de ABADÍA RETUERTA. Ex Director de Marketing de GONZALEX BYASS y Director General de UNITED WINERIES.

VILLÉN, TOMÁS

CEO PORSCHE Ibérica. Ha sido Director Comercial BMW Ibérica / MINI, y Director General BMW Madrid.

WIESE TORNOE, HUBERT

Ha sido durante más de 20 años Managing Director de Montblanc Iberia. Socio-Fundador de ALPERVINTAGE, consultora especializada en inversión y gestión empresas en el segmento Premium y de Bienes de Consumo.

MÁS INFORMACIÓN

- **FECHAS:** Febrero-Julio
- **LUGAR DE REALIZACIÓN:** Campus IE Business School, viernes de 17:00 a 22:00 horas y sábados de 9:00 a 14:00 horas.
- **DURACIÓN:** El programa consta de 120 sesiones lectivas, correspondientes a 180 horas. Además, fuera de horario lectivo se contemplan las actividades extracurriculares, no incluidas en las 120 sesiones mencionadas anteriormente.
- **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.
- **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 Instituto.
- **DERECHOS DE INSCRIPCIÓN:** El precio total del programa es de 16.500 euros más 500 euros como aportación a la Fundación IE. Este precio incluye la asistencia a las sesiones lectivas, acceso al campus virtual y a las actividades extracurriculares que se desarrollarán fuera del horario lectivo. 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.
- **CÓMO FORMALIZAR TU MATRÍCULA:** Para iniciar el proceso de inscripción al programa o ampliar tu información sobre el programa puedes contactar con:

Carola Arbolí

carola.arboli@ie.edu

Gerente Programas de Dirección

Telf. +34 91 568 98 45

Raquel Gutiérrez

raquel.gutierrez@ie.edu

Admisiones Programas de Dirección

Telf. +34 91 568 96 25

Marcelino Lominchar

marcelino.lominchar@ie.edu

Gerente Programas de Dirección

Telf. +34 91 568 95 62

AYUDA FINANCIERA

La Oficina de Ayuda Financiera de IE Business School tiene el orgullo de guiar a los candidatos que lo soliciten, en la búsqueda de la solución financiera que más se adapte a las necesidades económicas requeridas para cubrir los costes del programa.

Descubre qué opciones de becas existen para ti e infórmate del proceso de solicitud:

www.ie.edu/es/financial-aid

IE Business School permite la posibilidad de pagos diferidos sin incrementar el coste del programa. Además existen bonificaciones especiales para Antiguos Alumnos de IE Business School y por un único pago si éste se realiza al menos 4 semanas antes del inicio del programa. Estas bonificaciones no son acumulables.





Para más información:

Carola Arbolí
carola.arboli@ie.edu
Telf. +34 915 68 98 45

Raquel Gutiérrez
raquel.gutierrez@ie.edu
Telf. +34 91 568 96 25

Marcelino Lominchar
marcelino.lominchar@ie.edu
Telf. +34 91 568 95 62

www.ie.edu/es/execed/programa-direccion-estrategica-universo-lujo



IE Business School Executive Education



@IEExecEducation