

**PROGRAMA
EJECUTIVO EN
GESTIÓN
ESTRATÉGICA DE
PRODUCTOS Y
SERVICIOS DE LUJO
Y PREMIUM**

BREVE INTRODUCCIÓN

La industria del sector Premium y del Lujo ha crecido exponencialmente durante los últimos años constituyendo un sector de gran interés para Latinoamérica. Y es que el lujo se convierte en algo experiencial y satisfactorio para sus consumidores, acompañado de nuevas tecnologías digitales. El lujo es hoy un fenómeno ampliado, destinado a producir satisfacción y generar el deseo en sus consumidores. Las nuevas posibilidades en materia digital hacen además que este fenómeno tenga amplísimas posibilidades. El programa abarca al concepto de lifestyle en el sentido estricto, y en lo que se refiere al marketing del lujo y del premium, incluye además la totalidad de las tendencias casi en forma transversal.

CARACTERÍSTICAS

Ponencias de especialistas en el tema

Casos de Experiencias e inmersiones concretas en el universo del Lujo

Invitados especiales con experiencia internacional.

DESTINATARIOS

Empresarios, y profesionales de la industria del lujo, Premium o Alta Gama.

Dueños o directivos de empresas que influyen directa o indirectamente en el sector del premium y de lujo.

Emprendedores y profesionales que quieran ingresar o que busquen herramientas para acceder e ingresar al mercado del premium o el lujo.

OBJETIVOS

- Entender, analizar y comprender la visión completa, multisectorial y exhaustiva de un sector de productos y servicios únicos y altamente diferenciado.
- Obtener herramientas concretas y aplicables sobre el mercado del lujo, Premium y Alta Gamma.
- Comprender los grandes cambios que se producen en el sector, tanto en el mercado específico como en los productos en sí mismo al mismo tiempo que se produce una transformación del lujo hacia lo digital.

CONTENIDOS

- Lujo y Premium: conceptos y tendencias
- El Negocio del Lujo: mercado en expansión

- Los grandes sectores y productores de Lujo
 - a) Diseño Arte y Arquitectura
 - b) Moda & Tendencias / Perfumería y cosméticos
 - c) Joyería y Relojería
 - d) Lujo y hospitalidad (Hoteles de Lujo, grandes cadenas, Hoteles Boutique) / Gastronomía Exclusiva.
 - e) Automóviles, motos de Lujo.
 - f) Otros sectores: Bebidas alcohólicas, cigarros, eventos de Lujo.

- Marketing de Lujo: hacia el nuevo consumidor- CRM y marketing de experiencias
- La digitalización del Lujo en crecimiento continuo.
- Lujo y Sostenibilidad

COORDINADORA ACADEMICA

ANABELLA WEBER

Licenciada en Relaciones Públicas e Institucionales egresada de la Universidad Argentina de la Empresa. Ha cursado el Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad del Salvador. Posgrado en Finanzas en la Escuela de Dirección Ejecutiva de la Universidad de San Andres y posee la Certificación como Management of Fashion And Luxury Companies de la Universidad Bocconi (Italia)

CUERPO ACADÉMICO

MARÍA EZCURRA

Doctora en Comunicación Social, Periodista y Analista en Medios. Especialista en Marketing y Comunicación de Lujo y Premium, también es experta en Branding Personal para CEOs, directivos y mandos de alta gerencia.

Fue colaboradora del Diario La Nación durante los años 1998 y 2006) Actualmente escribe para Editorial Perfil: Revista Noticias, Diario Perfil, Perfil.com (columnista sobre temas de Lujo y Premium), Rouge y Revista Parabrisas. Es Directora de la Maestría en Comunicación Corporativa e Institucional de la Universidad del Salvador (USAL).

Consultora, Speaker y capacitadora internacional, se destaca como profesora de la Escuela de Posgrado en la universidad de San Andrés (UDESA) en la cátedra Marketing de Lujo; profesora invitada en la Universidad Camilo José Cela de Madrid, España: Programa MAyCop (Master en Asesoría de imagen y consultoría política) coordina, además en dicha institución el Programa de Eventos del Sector de Lujo, Lifestyle y Moda (Para América Latina). Es profesora en la Universidad de Columbia (Asunción, Paraguay) en la Maestría en Dirección de Negocios (Cátedra de Marketing Relacional y Marketing de Lujo).

Es autora del Libro: “Comunicar el Lujo: Una aproximación al Marketing de la Exclusividad”, del sello Crujía, Grupo Editorial Parmenia.

Otros invitados especiales, managers de marcas, consultores del exterior, etc

Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

11 de Mayo de 2021

FINALIZACION

22 de Junio de 2021

DURACION

El curso completo tiene una duración de 18 horas reloj, desarrolladas de acuerdo a la siguiente modalidad:

- 6 módulos de 3 horas cada uno
- **CLASES ON LINE Y EN VIVO**

DÍAS Y HORARIOS DE CURSADA

Martes de 18 a 21 h.

CERTIFICACIÓN

La Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y cumplan con la asistencia mínima requerida.

Todos nuestros programas deberán contar con un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. En caso de no reunir el número indicado al cierre de inscripción, la Universidad se reserva el derecho de posponer o suspender el inicio de la actividad