

Gestión de Empresas del Sector Lujo

El Máster de Formación Permanente en Gestión de Empresas del Sector Lujo tiene como finalidad ofrecer una formación integral, rigurosa y aplicada que permita a los estudiantes incorporarse al sector con una visión global y profesional. Los principales objetivos son:

- Proporcionar un conocimiento profundo del ecosistema del lujo, incluyendo su evolución histórica, sociológica, cultural y económica, así como las tendencias emergentes y los retos internacionales.
- Dominar herramientas estratégicas de análisis y dirección empresarial, adaptadas al contexto específico del lujo, para la toma de decisiones en entornos de alta exclusividad.
- Formar en la gestión integral de marcas de lujo, abarcando branding, arquitectura de portafolio, storytelling, posicionamiento, protección y valoración de intangibles.
- Desarrollar competencias en creación, gestión y control del producto de lujo, con atención a artesanía, innovación, sostenibilidad y control de calidad.
- Capacitar en marketing, comunicación y relaciones públicas en el lujo, tanto en entornos offline como digitales, con especial énfasis en estrategias diferenciales de deseo y exclusividad.
- Comprender y aplicar la economía y política de precios del lujo, incluyendo la gestión financiera, bursátil y de márgenes, así como la dinámica de mercados internacionales.
- Entrenar en trade marketing, retail y logística, integrando experiencias omnicanal, CRM y clienteling de alto nivel.
- Fomentar habilidades directivas y de liderazgo, incluyendo negociación, gestión intercultural, inteligencia emocional y networking de alto perfil.
- Impulsar la empleabilidad internacional, mediante experiencias inmersivas, proyectos colaborativos con empresas y el desarrollo de un TFM aplicado con orientación profesional. Consiste en vincular algunos TFMs a casos específicos planteados por las empresas. Los tutores de los TFMs son profesores del CEU, por lo que no se necesita la realización de convenios específicos.

El perfil de ingreso del Máster de Formación Permanente en Gestión de Empresas del Sector Lujo está orientado a recién graduados y jóvenes profesionales con hasta tres años de experiencia laboral que deseen iniciar o

reorientar su carrera en el sector del lujo. El programa está especialmente dirigido a titulados en áreas como Administración y Dirección de Empresas, Economía, Marketing, Comunicación, Turismo, Moda, Diseño, Bellas Artes, Derecho o Humanidades, que busquen una formación integral y aplicada en la gestión de empresas de alta gama. Se valoran tanto la motivación por desarrollar una carrera internacional en un sector altamente competitivo como el interés por la innovación, la sostenibilidad y la cultura del lujo.

Con el fin de garantizar un punto de partida común entre los participantes, el máster incorporará un curso previo de fundamentos financieros y de gestión destinado a aquellos alumnos que no procedan del ámbito empresarial o económico, y que, por tanto, no hayan cursado previamente asignaturas relacionadas con contabilidad, finanzas o dirección de empresas. Este módulo introductorio permitirá adquirir las nociones esenciales de contabilidad, finanzas y análisis de negocio necesarias para afrontar con solvencia las asignaturas posteriores del programa. Este curso está especialmente recomendado para titulados en Comunicación, Moda, Diseño, Bellas Artes, Derecho, Humanidades o Turismo, así como para cualquier candidato que, pese a su experiencia profesional, no haya tenido una formación formal en gestión o análisis financiero.

Los egresados del Máster de Formación Permanente en Gestión de Empresas del Sector Lujo estarán capacitados para incorporarse de forma inmediata y competitiva a un sector en crecimiento global, caracterizado por la exclusividad, la innovación y la internacionalización. Al finalizar el programa, los titulados habrán adquirido una visión integral de la gestión empresarial del lujo, con competencias estratégicas, operativas y relacionales que les permitirán desempeñarse en distintas áreas clave de la industria.

El programa capacita a los estudiantes egresados para trabajar en departamentos de estrategia, marketing, branding, comunicación, retail, trade marketing, logística, finanzas y gestión de talento de conglomerados internacionales, maisons independientes y start-ups emergentes del lujo. Asimismo, estarán preparados para asumir funciones de desarrollo de negocio, gestión de clientes VIP, dirección de proyectos y coordinación internacional en contextos multiculturales.

Los egresados habrán adquirido también competencias diferenciales muy valoradas en el sector: capacidad de liderazgo en entornos creativos, dominio de herramientas de análisis estratégico, comprensión de la singularidad del cliente de lujo y manejo de softskills esenciales como la oratoria, la inteligencia emocional, el protocolo y el networking de alto perfil.

En el ámbito internacional, los titulados podrán desempeñarse en mercados maduros y emergentes gracias a su exposición a proyectos globales y a las experiencias internacionales en Nueva York y París.

Ámbitos profesionales:

- Gestión y dirección en empresas de lujo: Brand manager, product manager, consultor estratégico.
- Marketing y comunicación: Responsable de marketing digital, relaciones públicas, eventos exclusivos.
- Retail y experiencia de cliente: Director de tienda, trade marketing, visual merchandising.
- E-commerce y digitalización: Especialista en omnicanalidad, experiencia digital, innovación en Web3.
- Consultoría y emprendimiento: Creación de marcas de lujo, asesoría en branding premium.
- Gestión financiera y expansión internacional: Análisis financiero, dirección de mercados globales.

Características de este Máster

	Inicio: Octubre		Lugar: Campus de la Creatividad. c/ Tutor, 35. Madrid Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
	Duración: 10 meses		Modalidad: Presencial
	Idioma: Español		Directora: Coral Cenizo Ruiz-Bravo coral.cenizoruizbravo@ceu.es
	Horario: <u>Viernes:</u> 16:00 – 21:30h. <u>Sábados:</u> 9:00 – 15:30h.		Subdirectora: Cristina Martín Blasi direccion@luxuryspain.es

Profesorado

Dado el carácter profesionalizante del título la mayor parte del profesorado son directivos de primer nivel y expertos en activo del sector del lujo, participando también en menores proporciones profesorado académico, profesores invitados y conferenciantes internacionales. El claustro del máster combina excelencia académica y liderazgo profesional.

Más del 80% del claustro está formado por directivos y expertos en activo de marcas icónicas como Louis Vuitton, Dior, Bulgari, Loewe, Porsche o L’Oreal Luxe. Un acceso privilegiado a conocimiento real, actualizado y conectado con los retos actuales de la industria.

El estudiante podrá contactar con el profesorado para dudas y/o tutorías a través de las herramientas de comunicación de la plataforma del Campus Virtual Blackboard, a la que se accede desde la intranet de la Universidad CEU San Pablo (<https://intranet.ceu.es>).

Profesorado del Máster

Plan de estudios

TIPO	CRÉDITOS
OBLIGATORIAS	54 ECTS
TRABAJO FIN DE MÁSTER	6 ECTS
TOTAL	60 ECTS

PROGRAMA FORMATIVO	ECTS (60)	CARÁCTER
FUNDAMENTOS DEL LUJO Y SU ECOSISTEMA	6	Obligatorio
ESTRATEGIA Y DIRECCIÓN CORPORATIVA DE EMPRESAS DEL SECTOR LUJO	4	Obligatorio
BRANDING Y GESTIÓN DE MARCAS PREMIUM	7	Obligatorio
CREACIÓN Y DIRECCIÓN DEL PRODUCTO EXCLUSIVO	6	Obligatorio
ECONOMÍA Y POLÍTICA DE PRECIOS EN BIENES DE ALTA GAMA	4	Obligatorio
TRADE MARKETING, RETAIL Y LOGÍSTICA EN MERCADOS SELECTIVOS	10	Obligatorio
MARKETING, COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS EN EL LUJO	8	Obligatorio
DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) EN EL LUJO	3	Obligatorio
LIDERAZGO, TALENTO Y NEGOCIACIÓN EN ENTORNOS EXCLUSIVOS	6	Obligatorio
TRABAJO FIN DE MÁSTER	6	TFM

COMPLEMENTOS FORMATIVOS: CURSO PREVIO DE FUNDAMENTOS FINANCIEROS

El curso previo es un introductorio de 20 horas orientado a candidatos sin formación específica en economía o gestión con el fin de homogeneizar sus competencias antes del inicio del máster.

Descripción de los contenidos de las asignaturas:

Asignatura	Descripción
Fundamentos del lujo y su ecosistema	Esta asignatura ofrece una visión global del universo del lujo, desde su origen histórico hasta su evolución contemporánea. Se analizan los principales sectores (moda, belleza, joyería, automoción, <i>hospitality</i> , arte, etc.) y las dinámicas que configuran el mercado actual, incluyendo los principales grupos empresariales y los <i>hubs</i> internacionales. El estudiante entenderá qué distingue al lujo de otros modelos de negocio y cómo funciona su ecosistema.
Estrategia y dirección corporativa de empresas del sector lujo	Profundiza en la toma de decisiones estratégicas y el gobierno corporativo de compañías de lujo, abordando modelos de crecimiento, organización empresarial y dirección. El alumno aprenderá a diseñar planes estratégicos adaptados a un sector donde la visión a largo plazo, la coherencia y la preservación del valor de marca son fundamentales.
Branding y gestión de marcas premium	Explora cómo construir, posicionar y consolidar marcas de lujo y premium en un entorno altamente competitivo. Se trabajarán elementos como el ADN de marca, el <i>storytelling</i> , la experiencia sensorial, la gestión de la identidad visual, la coherencia del discurso y las estrategias de deseo.
Creación y dirección del producto exclusivo	Los estudiantes descubrirán el proceso de creación de productos de lujo, desde la conceptualización hasta el lanzamiento al mercado. Se analizarán tendencias estéticas, innovación, materiales, sostenibilidad y colecciones cápsula, junto con la importancia del diseño, la creatividad y el equilibrio entre artesanía y tecnología.
Economía y política de precios en bienes de alta gama	Aborda los principios económicos del lujo y las estrategias de <i>pricing</i> que preservan la exclusividad y el valor percibido. Se revisan modelos de fijación de precios, elasticidad, accesible <i>luxury</i> , gestión de márgenes, rareza, edición limitada y política de descuentos en diferentes mercados. Así mismo, se abordarán temas relacionados con las finanzas aplicadas al lujo, entre ellos la fiscalidad indirecta, la gestión de márgenes, rebajas y <i>off-price</i> y los mercados financieros.
Trade marketing, retail y logística en mercados selectivos	Esta asignatura se centra en la distribución selectiva, el visual <i>merchandising</i> , la experiencia en boutique y la relación con distribuidores y <i>retail partners</i> . Se estudia el papel del punto de venta físico y digital, junto con operaciones, <i>supply chain</i> , <i>travel retail</i> y gestión del canal <i>wholesale</i> . El objetivo es entender cómo garantizar coherencia, exclusividad y excelencia en toda la cadena de valor.
Marketing, comunicación y relaciones públicas en el lujo	Analiza las particularidades del marketing del lujo en entornos tradicionales, incluyendo colabs con <i>celebrities</i> , PR, eventos, <i>pop-ups</i> , contenido efímero, marketing de experiencias y gestión de comunidades exclusivas. Se aborda cómo equilibrar herencia y modernidad para conectar con nuevas generaciones sin perder la esencia de marca.

Digitalización e Inteligencia Artificial (IA) en el Lujo	La asignatura tiene como objetivo proporcionar al alumnado una visión estratégica y aplicada del impacto de las nuevas tecnologías en la industria del lujo. A través del estudio de herramientas digitales, sistemas basados en IA, análisis de datos, automatización, personalización y nuevos modelos de negocio, el módulo aborda cómo la innovación tecnológica transforma la relación con el cliente, el retail, la comunicación y la toma de decisiones.
Liderazgo, talento y negociación en entornos exclusivos	Prepara a los estudiantes para liderar equipos y gestionar talento en empresas con culturas basadas en la excelencia. Se trabajan habilidades de liderazgo, diversidad y negociación de alto nivel.
Trabajo Fin de Máster	El TFM consiste en el desarrollo de un proyecto aplicado a partir de un briefing real proporcionado por una empresa del sector lujo. El estudiante deberá integrar los conocimientos adquiridos a lo largo del programa para proponer una solución estratégica innovadora, viable y alineada con los valores de la marca. El proceso incluirá tutorías, entregas parciales y una presentación final ante un panel académico y profesional.

Metodologías Docentes – Actividades Formativas

Este máster está diseñado para una formación eminentemente práctica, se presentan a continuación las que se aplicarán en el máster:

- Estudio de casos prácticos: análisis y resolución de casos reales de empresas de lujo, que permiten a los alumnos aplicar la teoría a problemáticas concretas y desarrollar habilidades de toma de decisiones estratégicas.
- Actividades prácticas en el aula: debates, *role plays*, simulaciones y dinámicas de grupo enfocadas al desarrollo de competencias transversales como la negociación, la comunicación y el trabajo en equipo.
- Experiencias inmersivas (extracurriculares): visitas externas a empresas, flagships, ateliers, museos, ferias sectoriales, hoteles y restaurantes de lujo, con el fin de que los estudiantes vivan de primera mano la realidad del sector. Las experiencias son extracurriculares, una por asignatura y se realizan de manera presencial. Por tanto, no son obligatorias ni tienen puntuación propia en la evaluación, pero ayudan en la realización de casos prácticos evaluables.
- Masterclasses con especialistas: sesiones monográficas impartidas por directivos y expertos internacionales en áreas específicas de la gestión del lujo.
- Talleres de formación integral (*savoir-être*): formación complementaria en protocolo, oratoria, cata de vinos y perfumes, inteligencia emocional,

personal *branding* y *networking* de alto perfil, orientada a la profesionalización del alumno. Los talleres, no están vinculados a las asignaturas, son presenciales y se realizan dentro del horario habitual del máster.

Todas las actividades formativas son presenciales. Su despliegue a lo largo del curso en las asignaturas, atendiendo a que los estudiantes alcancen los objetivos del máster, será objeto de coordinación previa cada curso académico y como resultado de ella se publicarán los horarios y el calendario del máster para dicho curso.

Sistemas y Criterios de Evaluación

ASISTENCIA A CLASE

- Para poder acogerse al sistema de evaluación continua es precisa la asistencia al 75% de las clases de teoría (se realizarán controles de asistencia). Ya que el alumno puede faltar el 25% del total de las clases, no se admitirán justificaciones de ausencia.
- La realización de las sesiones prácticas es obligatoria en un 100%.

SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los principales sistemas de evaluación en el máster son la valoración de trabajos y exámenes tipo test. Se describen a continuación con más nivel de detalle los sistemas de evaluación aplicados específicamente a:

- Experiencias inmersivas y talleres: no son obligatorias ni tienen puntuación propia en la evaluación, pero ayudan en la realización de casos prácticos evaluables. Los talleres, no están vinculados a las asignaturas, ni son evaluables.
- Proyecto internacional con LIM College (Nueva York): trabajo aplicado en equipos internacionales y multidisciplinares, en el que los estudiantes desarrollan un reto real propuesto por empresas y lo defienden en un entorno global. Este proyecto tendrá un peso específico en la nota final por su carácter estratégico y diferenciador. Los casos son planteados por las empresas cada curso por lo que en función de este se vinculará a una de las asignaturas del programa, incluyéndose entre los aspectos que determinan la calificación de la asignatura a la que están vinculados.

Cada asignatura será evaluada por medio de la realización de trabajos, y/o el desarrollo de proyectos, y/o la resolución de casos prácticos que se ponderarán aunado a diversos test de aprendizaje para las mismas que ponderarán el restante de la calificación de la asignatura entre 0 y 10.

Los exámenes tipo test serán presenciales, aunque es posible que en algunos casos se encuentren y cumplimenten desde el aula de examen a través de la plataforma Blackboard.

Por la peculiaridad de las asignaturas que siguen, se tratan de manera diferenciada.

Prácticas Externas

El Máster no incluye prácticas externas curriculares con el carácter de obligatorias. Sin embargo, si se desea, se podrán realizar prácticas extracurriculares que no formarán parte del sistema de evaluación.

Serán gestionadas con el Departamento de Carreras Profesionales.

Trabajo Fin de Máster

El Trabajo Fin de Máster (TFM) se realizará fundamentalmente en la segunda mitad del máster, aunque la concreción del título definido y la asignación de director se realizará entre los meses de noviembre y enero (será un profesor del CEU que actuará como tutor del TFM).

El TFM consiste en la realización de un trabajo individual de análisis y resolución de casos de empresas del sector lujo (en algunos casos pueden ser casos planteados por empresas), contando con la tutela del director, para luego exponerlo y defenderlo de forma presencial o en línea (en modalidad síncrona), de forma individual y pública ante un Tribunal de expertos.

La evaluación del TFM se realizará por rúbrica, valorando el trabajo, y su exposición y defensa oral.

Desde la Dirección del Máster se informará del proceso de adjudicación de director, tutela, exposición y defensa y tribunal correspondiente.