



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



inesem
business school

Curso Experto en Técnicas de Promoción y Comunicación Turística





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
INESEM

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir
Euroinnova

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Más de un

90%

tasa de
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



Leaders driving change
Elige Inesem



QS, sello de excelencia académica
Inesem: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



[Ver en la web](#)

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Relaciones institucionales



Relaciones internacionales



Accreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)

BY EDUCA EDTECH

Inesem es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



Ver en la web



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Inesem.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Inesem cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por AENOR por la ISO 9001.



5. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial** y una **imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Protección al Comprador

[Ver en la web](#)

Curso Experto en Técnicas de Promoción y Comunicación Turística



DURACIÓN
650 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. "Enseñanza No Oficial y No Conducente a la Obtención de un Título con Carácter Oficial o Certificado de Profesionalidad."



INESEM BUSINESS SCHOOL
como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A
con número de documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

NOMBRE DEL CURSO
con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Inesem Business School.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXX/XXX-XXXX-XXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMNO/A
Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER
La Dirección Académica





Con Estatuto Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNESCO. Núm. Resolución: 104/02

Ver en la web

Descripción

Gracias al Curso Experto en Técnicas de Promoción y Comunicación Turística podrás aprender la creciente importancia de la promoción y la comunicación efectiva en el sector turístico. En un mundo altamente conectado y competitivo, donde las empresas buscan empleados/as capacitados/as para poder obtener una ventaja competitiva respecto a otras empresas, la capacidad de destacar y atraer la atención de los/as viajeros/as es esencial para el éxito de cualquier destino o empresa turística. Con este curso obtendrás las habilidades y conocimientos necesarios para diseñar estrategias de promoción y comunicación que impulsen la visibilidad, la participación y la preferencia en la industria del turismo y desarrollarte en un sector motor de la economía de muchos países y en constante crecimiento a nivel mundial.

Objetivos

- Dominar estrategias promocionales turísticas en un entorno digital y competitivo.
- Desarrollar habilidades efectivas de comunicación turística para diversas audiencias.
- Crear contenido persuasivo y atractivo para influir en las decisiones de viaje.
- Utilizar redes sociales y plataformas digitales para promocionar destinos y servicios.
- Comprender el impacto de la tecnología en la promoción y comunicación turística.
- Diseñar campañas integrales que impulsen la visibilidad y la preferencia turística.
- Aplicar técnicas innovadoras para construir reputación y generar lealtad en el turismo.

A quién va dirigido

El Curso Experto en Técnicas de Promoción y Comunicación Turística está diseñado para profesionales del turismo, responsables de marketing, gestores/as de destinos y emprendedores/as que buscan adquirir habilidades avanzadas en estrategias de promoción y comunicación para destacar en el mercado competitivo y digital del turismo.

Para qué te prepara

El Curso Experto en Técnicas de Promoción y Comunicación Turística te prepara para sobresalir en el dinámico mundo del turismo. Adquirirás habilidades avanzadas en estrategias de promoción digital, creación de contenido persuasivo, gestión de redes sociales y uso efectivo de tecnologías emergentes y aprenderás a construir una imagen corporativa sólida, comunicar con impacto y adaptarte a las cambiantes tendencias del mercado.

Salidas laborales

Las salidas laborales del Curso Experto en Técnicas de Promoción y Comunicación Turística son las de especialista en marketing turístico, gestor/a de contenido digital, consultor/a de promoción turística, ejecutivo/a de relaciones públicas turísticas, analista de datos turísticos, emprendedor/a en turismo, especialista en marketing digital o gestor/a de comunicaciones en hoteles.

[Ver en la web](#)

TEMARIO

MÓDULO 1. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Concepto de distribución de servicios
2. Características diferenciales de la distribución turística
3. Intermediarios turísticos
4. Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos
5. Las agencias de viajes
6. Funciones que realizan
7. Tipos de agencias de viajes
8. Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes
9. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes
10. La ley de Viajes Combinados
11. Las centrales de reservas
12. Tipos y características
13. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional
14. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado
15. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA DE ALOJAMIENTO

1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes
2. Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAHV (Federación Universal de Agencias de Viajes)
3. Acuerdos y contratos
4. Tipos de retribución en la venta de alojamiento
5. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento: Identificación y uso
6. Reservas directas e indirectas
7. Configuraciones del canal en la venta de alojamiento
8. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación
9. Bonos de alojamiento: Tipos y características
10. Principales proveedores de alojamiento: Cadenas hoteleras y centrales de reservas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA DE TRANSPORTE

1. El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos
2. Fuentes informativas del transporte aéreo regular
3. El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relaciones. Tarifas
4. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera
5. El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y

tour-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular

6. El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

1. El producto turístico integrado
2. Tipos de viajes combinados
3. Los cruceros
4. Tendencias del mercado
5. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas
6. Términos de retribución
7. Manejo de programas y folletos
8. Procedimientos de reservas
9. Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados
10. Principales tour-operadores nacionales e internacionales
11. Grupos turísticos y procesos de integración

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS VENTAS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. La venta de autos de alquiler
2. Tarifas y bonos
3. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje
4. La venta de excursiones
5. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales
6. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes
7. Aplicación de cargos por gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MARKETING Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS EN LAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Concepto de Marketing
2. El "Marketing" de servicios
3. Especificidades
4. Segmentación del mercado
5. El "mercado objetivo"
6. El Marketing Mix
7. Elementos
8. Estrategias
9. Políticas y directrices de marketing
10. El Plan de Marketing
11. Características
12. Fases de la de marketing
13. Planificación de medios
14. Elaboración del plan
15. Marketing directo
16. Técnicas
17. Argumentarios
18. Planes de promoción de ventas

19. La promoción de ventas en las agencias de viajes
20. La figura del promotor de ventas y su cometido
21. Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas
22. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales
23. Normativa legal sobre bases de datos personales
24. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
25. Decisores y prescriptores
26. El merchandising
27. Elementos de merchandising propios de la distribución turística
28. Utilización del merchandising en las agencias de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Las agencias de viajes virtuales
2. Evolución y características de la distribución turística en Internet
3. El dominio de la demanda
4. Estructura y funcionamiento
5. La venta en el último minuto
6. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)
7. Utilidades de los sistemas online
8. Navegadores: Uso de los principales navegadores
9. Correo electrónico, Mensajería instantánea
10. Teletrabajo
11. Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line
12. Modelos de distribución turística a través de Internet
13. Ventajas
14. Tipos
15. Eficiencia y eficacia
16. Servidores online
17. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PÁGINAS WEB DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y PORTALES TURÍSTICOS

1. El internauta como turista potencial y real
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística
3. Medios de pago en Internet
4. Conflictos y reclamaciones on line de clientes

MÓDULO 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

1. Elementos del proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. La comunicación informal
4. Efectos de la comunicación
5. Obstáculos o barreras para la comunicación
6. Decálogo de la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN APLICADA A LA HOSTELERÍA Y TURISMO

1. La comunicación óptima en la atención al cliente
2. Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales
3. Resolución de problemas de comunicación
4. Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

1. Técnicas de comunicación y habilidades sociales aplicadas a la atención al cliente
2. Análisis del proceso de comunicación y sus barreras
3. Resolución de problemas de comunicación
4. Análisis de características de la comunicación
5. Interpretación de normas de actuación en función de tipologías de clientes
6. Aplicación de comportamientos básicos en función de tipologías y diferencias culturales
7. Trato adecuado a personas con discapacidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HABILIDADES PERSONALES Y SOCIALES

1. El lenguaje
2. Lenguaje no verbal
3. Caracterización de los distintos tipos de clientes (habladores, tímidos, inquisitivos...)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

1. Clasificación de clientes
2. La atención personalizada
3. El tratamiento de situaciones difíciles
4. La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TRATAMIENTO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN LA ATENCIÓN AL PÚBLICO

1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente
2. Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor
3. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias
4. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores
5. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación
6. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones

MÓDULO 3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

1. Conceptos clave y su importancia en el contexto turístico
2. Relación entre promoción y comercialización en el sector del turismo
3. Análisis del Mercado Turístico y Segmentación de Audiencias
4. Identificación de tendencias y demandas en la industria turística
5. Segmentación de mercados y selección de audiencias objetivo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

1. Estrategias y canales de distribución
2. Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios
3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos
4. Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas
5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVUCIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso
2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL

1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades
2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores
3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico
4. Coste y rentabilidad de la distribución turística online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y CORPORATIVA DE LA EMPRESA

1. La empresa como estructura básica en el sistema productivo. La cultura empresarial
2. Clasificación de las empresas
3. La cultura corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IDENTIDAD CORPORATIVA

1. Concepto de identidad corporativa
2. Manual de Identidad Corporativa
3. Elementos de la identidad corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción a las Relaciones Públicas
2. Concepto y definición de relaciones públicas
3. Elementos de las relaciones públicas

MÓDULO 4. MARKETING DE PRODUCTOS TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo

2. Marketing operacional y Marketing mix en el sector de hostelería y turismo
3. Marketing vivencial, sensorial, o experiencial
4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo
5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales, entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final
6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales
7. Plan de Marketing, plan de ejecución y viabilidad
8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. El producto turístico
2. Política de precios
3. Distribución del producto turístico
4. Comunicación en turismo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5 . DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
3. El director de marketing como estratega
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. El plan de marketing
2. Aspectos básicos para su elaboración
3. División estructural del plan
4. Paso a paso de la elaboración del plan
5. El plan de marketing y la promoción en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
5. La comunicación de destinos turísticos

[Ver en la web](#)

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

| | | | | | |
|-------------|---|------------------|----------------------|---|------------------|
| España |  | +34 900 831 200 | Argentina |  | 54-(11)52391339 |
| Bolivia |  | +591 50154035 | Estados Unidos |  | 1-(2)022220068 |
| Chile |  | 56-(2)25652888 | Guatemala |  | +502 22681261 |
| Colombia |  | +57 601 50885563 | Mexico |  | +52-(55)11689600 |
| Costa Rica |  | +506 40014497 | Panamá |  | +507 8355891 |
| Ecuador |  | +593 24016142 | Perú |  | +51 1 17075761 |
| El Salvador |  | +503 21130481 | República Dominicana |  | +1 8299463963 |

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web

