



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



inesem
business school

Máster en Digital Games Business





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

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](#)

Máster en Digital Games Business



DURACIÓN
1500 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

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 UNEDCO. Núm. Resolución: 00408

Ver en la web

Descripción

Gracias a este Máster en Digital Games Business podrás formarte en una materia que surge como una respuesta a la creciente demanda de profesionales capacitados/as en la industria de los e-Sports y el marketing. Ahora es el momento de impulsar industrias multimillonarias y hay una necesidad imperante de expertos/as que comprendan y dominen esta dinámica. Tendrás conocimientos de los principales stakeholders, como jugadores, clubes, patrocinadores y organizadores de eventos, también aprenderás sobre la legislación aplicable a los e-Sports, y aprender y cumplir los requisitos legales en diferentes regiones y también verás estrategias de marketing y publicidad para aplicarla a la industria de los e-Sports.

Objetivos

- Comprender la naturaleza y el impacto de los e Sports como deporte y negocio.
- Identificar y analizar los principales stakeholders en la industria de los e Sports.
- Evaluar la audiencia y el impacto social de los e Sports.
- Explorar oportunidades de negocio en la industria de los e Sports y el funcionamiento de las agencias de e Sports.
- Conocer la legislación aplicable a los e Sports y sus implicaciones para jugadores, clubes y eventos.
- Aprender la importancia de los clubes de e Sports y cómo crear y administrar uno.
- Dominar las estrategias de marketing, patrocinio y publicidad en el mundo de los e Sports.

A quién va dirigido

Este Máster en Digital Games Business está diseñado para estudiantes y profesionales interesados/as en ingresar o avanzar en la industria de los e-Sports, así como emprendedores/as digitales y desarrolladores/as de videojuegos que deseen expandir su conocimiento en marketing y gestión de recursos dentro de este campo.

Para qué te prepara

Este Máster en Digital Games Business te convierte en un/a experto/a en la industria de los e-Sports y el marketing digital, equipándote con las habilidades necesarias para gestionar clubes de e-Sports, desarrollar videojuegos con Unity, aplicar estrategias de marketing en el ámbito de los e-Sports y

[Ver en la web](#)

comprender la legislación relevante. Estarás listo/a para liderar proyectos y carreras exitosas en un mercado en crecimiento constante.

Salidas laborales

Con las salidas profesionales de este Máster en Digital Games Business, estarás preparado/a para diversas oportunidades laborales, como director/a de marketing en una organización de e-Sports, Gerente de Club de e-Sports, tendrás conocimientos de Unity que pueden ser muy valorados para este tipo de trabajo, y podrás defenderte en la publicidad digital.

[Ver en la web](#)

TEMARIO

MÓDULO 1. MARKETING E-SPORT Y MODELOS DE NEGOCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS E-SPORTS

1. Los e-Sport como deporte
2. Educación y e-Sports
3. E-Sport en la actualidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES STAKEHOLDERS EN EL MUNDO DE LOS E-SPORTS

1. Figuras importantes dentro del sector
2. Jugadores
3. Clubs
4. Publishers
5. Patrocinadores
6. Prensa y medios especializados
7. Casters y Analistas
8. Centros de aprendizaje y entrenamiento
9. Organizadores de eventos
10. Inversores
11. Figuras del mundo de la política
12. Audiencia
13. Streamers

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPACTO Y AUDIENCIA DE LOS E-SPORTS

1. La sociedad de los e-Sports
2. Plataformas y medios de difusión
3. Audiencia femenina
4. Llegar a ser historia
5. Tratamiento mediático

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MERCADO DE NEGOCIO EN E-SPORTS

1. Ideas de negocio
2. El negocio de los e-Sports
3. Contribución a algunos negocios
4. Posibilidades del mercado de los e-Sports
5. Cómo funciona una agencia de e-sports

MÓDULO 2. LEGISLACIÓN EN E-SPORTS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ASPECTOS INTRODUCTORIOS DE LEGISLACIÓN APLICABLE A E-SPORTS

1. Aspectos básicos

2. Regulación de los e-Sports en España

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LEGISLACIÓN EN E-SPORTS: JUGADORES

1. ¿Qué derechos tiene un jugador profesional de e-Sports
2. Jugadores amateurs y jugadores profesionales. ¿En qué se diferencian?

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LEGISLACIÓN EN E-SPORTS: CLUBES

1. Legislación en e-Sports: Clubes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LEGISLACIÓN EN E-SPORTS: EVENTOS Y COMPETICIONES

1. Realización de eventos deportivos. Ámbito económico
2. Legislación en e-Sports: Eventos y competiciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGULACIÓN DEPORTIVA EN LOS E-SPORTS

1. Aspectos básicos
2. Los códigos de conducta
3. Órganos disciplinarios de la Liga de Videojuegos Profesional de España y sus competencias
4. Órganos disciplinarios de la Esports Integrity Commission
5. La necesaria regulación de los e-Sports

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DOPAJE EN E-SPORTS

1. Dopaje

MÓDULO 3. GESTIÓN DE E-SPORTS: CLUBES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LOS CLUBES EN E-SPORTS

1. ¿Qué es un club de eSports?
2. ¿Cómo son los clubes de eSports?
3. Tipos de clubes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE UN CLUB DE E-SPORTS

1. ¿Cómo crear un club de eSports?
2. Darse a conocer y competir
3. Fichajes en un club de eSports
4. Forma jurídica de los clubes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ADMINISTRACIÓN DE UN CLUB DE E-SPORTS

1. Conceptos básicos de la administración
2. Fases de la administración
3. Gestión de la innovación
4. App para un club de eSports

MÓDULO 4. E-SPORTS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SOCIAL MEDIA & E-SPORTS

1. E-Sports y Social Gaming
2. El producto digital: eSports
3. Segmentación Gamers
4. El Éxito de Twitch

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TECNOLOGÍA Y DEPORTE

1. La revolución tecnológica
2. Medios de comunicación y marketing digital
3. Tecnología en la industria deportiva
4. La tecnología en los eventos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1. Contratación de personal
2. La cultura corporativa
3. Voluntariado

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN AL BIG DATA

1. ¿Qué es Big Data?
2. La era de las grandes cantidades de información. Historia del big data
3. La importancia de almacenar y extraer información
4. Big Data enfocado a los negocios
5. Open Data
6. Información pública
7. IoT (Internet of Things-Internet de las cosas)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BUSINESS INTELLIGENCE Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Definiendo el concepto de Business Intelligence y sociedad de la información
2. Arquitectura de una solución de Business Intelligence
3. Business Intelligence en los departamentos de la empresa
4. Conceptos de Plan Director, Plan Estratégico y Plan de Operativa Anual
5. Sistemas operacionales y Procesos ETL en un sistema de BI
6. Ventajas y Factores de Riesgos del Business Intelligence

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DATAMART. CONCEPTO DE BASE DE DATOS DEPARTAMENTAL

1. Aproximación al concepto de DataMart
2. Bases de datos OLTP
3. Bases de Datos OLAP
4. MOLAP, ROLAP & HOLAP
5. Herramientas para el desarrollo de cubos OLAP

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DATAWAREHOUSE O ALMACÉN DE DATOS CORPORATIVOS

1. Visión General. ¿Por qué DataWarehouse?

2. Estructura y Construcción
3. Fases de implantación
4. Características
5. Data Warehouse en la nube

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANÁLISIS DE LOS DATOS

1. Inteligencia Analítica de negocios
2. La teoría de grafos y el análisis de redes sociales
3. Presentación de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BUSINESS INTELLIGENCE CON POWERBI

1. Business Intelligence en Excel
2. Herramienta PowerBI

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TÉCNICAS DE VISUALIZACIÓN, MODELIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE DATOS CON POWER BI

1. Visualización de datos
2. Crear gráficos con los datos seleccionados
3. Configuración de los gráficos
4. Filtrado de los gráficos
5. Enlazar y desenlazar gráficos dentro de la misma hoja
6. Visualización de medidas
7. Uso de marcadores
8. Creación de grupos de datos
9. Importación de gráficos

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ANÁLISIS DE DATOS EN EL DEPORTE

1. Analítica y biometría deportiva
2. Data Mining aplicado al deporte
3. Sistema BI aplicado al deporte
4. Análisis por Envoltura de Datos (DEA) aplicada al deporte
5. Datos deportivos y transformación del mercado

MÓDULO 5. PATROCINIO Y FORMAS DE PUBLICIDAD EN E-SPORTS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PATROCINIO EN E-SPORTS

1. Introducción al Patrocinio Deportivo
2. Fases del Patrocinio Deportivo
3. Regulación del Patrocinio en E-Sports
4. Patrocinio E- Sports
5. Tipos de Patrocinios en eSports

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PUBLICIDAD EN E-SPORTS

1. La Rentabilidad Publicitaria en e-Sports

2. Advergaming: nuevo formato publicitario
3. El Branded Content en eSports
4. El Storytelling
5. Product Placement
6. Los eSports como Estrategia Comunicativa
7. Otros Formatos publicitarios
8. E-Gamers como embajadores de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUBLICIDAD CON GOOGLE ADS

1. Ventajas de la publicidad online
2. ¿Qué es Google Ads?
3. Fundamentos de Google Ads
4. Crear una cuenta en Google Ads
5. Campañas, grupos de anuncios y palabras clave
6. Planificador de palabras clave
7. Adwords Editor

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PUBLICIDAD EN BÚSQUEDAS

1. Funcionamiento
2. Configuración campaña
3. Anuncios
4. Pujas y presupuestos
5. Administración, medición y supervisión de campañas
6. Optimización

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD EN DISPLAY

1. Introducción
2. Configuración campaña
3. Anuncios
4. Audiencias, segmentación y remarketing
5. Medición y optimización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PUBLICIDAD PARA MÓVILES

1. Ventajas de la publicidad mobile
2. Pujas y segmentación
3. Anuncios
4. Medición

MÓDULO 6. DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS CON UNITY

UNIDAD DIDÁCTICA 1. UNITY 5

1. ¿Qué es Unity y que interfaz utiliza?
2. ¿Qué es la interfaz y como se puede personalizar? Layout
3. ¿Qué es un GameObject y su funcionalidad?
4. Crear objetos 3D en Unity

5. Crear de PreFabs y escenas en Unity

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESENTACIÓN A LA PROGRAMACIÓN EN UNITY

1. Mi primer ejemplo en Unity
2. Crear variables en Unity
3. Manejo de programación en Unity
4. Funciones en Unity
5. Creación de comentarios en Unity

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MI PRIMER JUEGO EN 3D CON UNITY

1. Presentación y desarrollo de juego D en Unity
2. Crear escenarios 3D
3. Crear la base para juego 3D
4. Comunicarse con el player 3D
5. Configuración de la cámara
6. Posición y Colisiones en nuestro juego 3D y diferentes objetos de colisión
7. Interfaz de nuestro videojuego 3D
8. Contador de colisiones
9. Publicando nuestro videojuego 3D

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FINALIZACIÓN DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS CON UNITY

1. Finalización del curso Desarrollo de videojuegos con Unity

MÓDULO 7. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con google ADS
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. WordPress y woocommerce

4. Prestashop y magento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE ANALYTICS 4

1. ¿Qué es Google Analytics 4?
2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
3. Implementación de Google Analytics 4
4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5. Los espacios de identidad
6. Ventajas de Google Analytics 4
7. Desventajas de Google Analytics 4

MÓDULO 8. MARKETING RELACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GENERACIÓN DE LEADS

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing
5. tiene menú contextual

MÓDULO 9. PROYECTO FINAL

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

