



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



inesem
business school



UTAMED

Máster de Formación Permanente en Traffic Digital Manager + 60 Créditos ECTS





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
INESEM

2 | Alianza

3 | Rankings

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

ALIANZA INESEM Y UTAMED

NESEM y UTAMED se unen para liderar la transformación de la educación superior online.

INESEM Business School destaca como business school de referencia en formación online para profesionales, con especial énfasis en áreas como empresa, marketing, recursos humanos, tecnología y gestión empresarial. Su modelo formativo combina accesibilidad, innovación y un fuerte enfoque en el desarrollo de competencias.

UTAMED, desde su origen digital y su mirada Atlántico-Mediterránea, comparte esa visión orientada al futuro. Como universidad 100% online, apuesta por programas actualizados, multidisciplinares y adaptados a las demandas de un mercado global.

Esta alianza refuerza el puente entre la formación profesional y la formación universitaria, creando itinerarios integrados que permiten a los estudiantes avanzar en sus carreras con titulaciones avaladas académicamente y conectadas con el entorno laboral.

Ambas instituciones coinciden en ofrecer una experiencia educativa ágil, práctica y con fuerte base tecnológica, gracias a la novedosa metodología EDUCA LXP.



[Ver en la web](#)



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



Acreditaciones 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**.

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



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



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Protección al
Comprador

Ver en la web

Máster de Formación Permanente en Traffic Digital Manager + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
60 ECTS

Titulación

Titulación de Máster de Formación Permanente en Traffic Digital Manager con 1500 horas y 60 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.

[Ver en la web](#)



Descripción

El Master en Traffic Digital Manager es relevante en el mercado actual debido a la creciente importancia de las plataformas digitales en las estrategias de marketing digital y ventas de las empresas. Este curso aborda aspectos clave como las tendencias en el marketing digital y sus principales áreas. Al elegir este curso, los estudiantes obtendrán conocimientos aplicables para llevar a cabo ventas a través de páginas web, generando tráfico por diferentes canales y ejecutando las campañas en base a mejores prácticas y casos de éxito recientes. Los alumnos sabrán desarrollar y optimizar campañas de promoción online que impulsen la estrategia de e-commerce y marketing digital al siguiente nivel.

Objetivos

- Conocer los fundamentales del marketing digital.
- Descubrir de primera mano todo lo que rodea al marketing digital y el embudo de ventas.
- Saber la estructura que hay que seguir para generar tráfico a una web por diferentes canales.
- Asimilar las acciones clave para el lanzamiento exitoso de una campaña de marketing digital.

Para qué te prepara

Este Master en Traffic Digital Manager es ideal para profesionales del marketing digital, expertos en e-commerce, emprendedores y recién graduados, así como apasionados de los negocios online que deseen mejorar sus habilidades de trafficker, con el fin de impulsar sus negocios, carreras y

Ver en la web

oportunidades profesionales.

A quién va dirigido

Con este Master en Traffic Digital Manager tendrás la posibilidad de aprender las nuevas tendencias dentro del mundo del marketing digital, profundizando en la estrategia específica de generación de tráfico web y optimización de la tasa de conversión. Tendrá la posibilidad de estudiar cómo llevar a cabo una estrategia de ventas online, con distintos modelos de negocio, y por supuesto, aprendiendo de mejores prácticas.

Salidas laborales

Las salidas laborales para los graduados del Master en Traffic Digital Manager incluyen roles como e-commerce manager, director de marketing digital, social media manager, trafficker, CRO specialist, SEM manager, project manager y especialista en trade marketing, así como consultores y asesores en estrategias de marketing digital y generación de tráfico web.

TEMARIO

PARTE 1. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: 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 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

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 5. INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

PARTE 2. SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS BUSCADORES

1. Introducción al SEO/SMO
2. Principales características de Google
3. Algoritmos de Google
4. ¿Cómo funciona Google?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REALIZANDO BÚSQUEDAS EN INTERNET

1. ¿Cómo se busca en internet?
2. Conceptos básicos
3. Búsqueda universal
4. Palabras resumidas o extensas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PÁGINA DE RESULTADOS DEL BUSCADOR "SERP"

1. ¿Qué son las SERP?
2. Funcionamiento e las SERP
3. Primeros resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORIENTANDO NUESTRO SITIO AL OBJETIVO

1. ¿Cual es nuestro objetivo?
2. ¿Quién es nuestro público objetivo?
3. Competencia
4. Mejorar nuestro producto con respecto a la competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PALABRAS CLAVE

1. ¿Qué son las palabras clave?
2. Definiendo las palabras clave
3. Creando palabras clave
4. Monitorizando resultado de palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 6. OPTIMIZACIÓN DEL SITIO WEB

1. ¿Para qué necesitamos optimizar?
2. Introducción a la optimización del contenido
3. Crear etiquetas META
4. Añadiendo las palabras clave en el contenido
5. Estructurados de los datos
6. Optimización de elementos multimedia "Imágenes y Vídeos"

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INDEXACIÓN: INTRODUCCIÓN Y OPTIMIZACIÓN

1. Introducción a la indexación
2. Mejorando la estructura del sitio web
3. Optimizar web para GoogleBoot
4. Optimización para móviles
5. ¿Cómo indexar el sitio web?
6. Otros tipos de indexación
7. Spamdexing

UNIDAD DIDÁCTICA 8. (SMO) OPTIMIZACIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES

1. ¿Qué es el SMO?
2. Web social

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MONITORIZACIÓN

1. Supervisando la indexación
2. Monitorizando la popularidad
3. Audiencia de su sitio web

UNIDAD DIDÁCTICA 10. WEBMASTERS: HERRAMIENTAS

1. Google Webmaster Tools (GWT) y Google Analytics
2. WebmasterTool Bing
3. Herramientas para redes sociales

PARTE 3. GOOGLE ADS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS

1. Características de Google Ads
2. Introducción
3. Las páginas de búsqueda
4. Las páginas de contenido
5. Funcionamiento de Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN CON GOOGLE ADS

1. Cuentas en Ads
2. Interfaz de Ads
3. Campañas en Ads
4. Mi centro de clientes (MCC)
5. Búsqueda de información y ayuda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONCEPTOS AVANZADOS

1. Posicionamiento de los anuncios
2. El funcionamiento de las palabras clave
3. Tipos de anuncios
4. Grupos de anuncios
5. Estados de los anuncios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS CONVERSIONES Y EL RETORNO DE LA INVERSIÓN

1. Definición de conversiones
2. Características y funcionamiento
3. Las búsquedas
4. ¿Qué es Google Analytics?
5. Características Analytics y relación con Ads
6. La mejora de conversiones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEJORA DE POSICIONAMIENTO

1. Mejora con palabras clave

2. Mejora con anuncios
3. Mejora con la medición de los resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD DEL CONTENIDO

1. La Red Display
2. Orientación en la red
3. Métodos de compra
4. Ayuda
5. ¿Qué es el remarketing?
6. Las pujas
7. Estrategias de pujas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EDITOR Y FINALIZACIÓN DEL CURSO

1. Características
2. Funciones
3. Fin del curso

PARTE 4. REDES SOCIALES: EXPERTO EN FACEBOOK, TWITTER, LINKEDIN Y VIADEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager.
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipos de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE TWITTER

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter

5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. 11. Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1. Tipos de cuentas
2. Cuenta personal
3. Determinar la configuración de tu cuenta
4. Creación de perfil social
5. Palabras clave en nuestro perfil
6. Creación de contenido

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EJEMPLOS DE CAMPAÑAS EN SOCIAL MEDIA

1. Ejemplo de campaña de moda
2. Ejemplo de campaña material de oficina
3. Ejemplo de campaña de bebidas
4. Ejemplo de campaña productos alimentarios
5. Ejemplo de campaña ropa deportiva

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COPYWRITING EN REDES SOCIALES

1. La importancia del copywriting en social media
2. Objetivos del negocio
3. Conoce a tu audiencia
4. Canal, estrategia de contenidos y calendario editorial
5. Testeo y análisis

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Social Listening
2. Uso de chatbots en Facebook Messenger.
3. Instagram Direct y gestión de comentarios
4. Twitter como canal de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA

1. Publicidad en social media
2. Facebook Ads
3. Instagram Ads

PARTE 5. PLANIFICACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE CONVERSIONES Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUE ES EL EMBUDO DE CONVERSION?

1. Definiendo el funnel de conversión
2. Fases del funnel de conversión
3. ¿Porque poner en marcha un funnel de conversion?
4. Creando un funnel de conversion en Google Analytics

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICAR NUESTRO EMBUDO DE CONVERSION DE MANERA OPTIMA

1. Realizando el estudio previo
2. Adaptar nuestro funnel a nuestro producto y potenciales clientes
3. Como optimizar nuestro embudo de conversion

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TECNICAS PARA AUMENTAR LAS VENTAS

1. Estudio de nuestro sitio
2. Tecnicas para solucionar el problema
3. Transformar el trafico en clientes
4. Mejorar el page speed y el contenido de nuestra web
5. Facilitar el pago y optimizar la devolucion del producto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TIPOS DE FUNNEL

1. Funnel de captacion de leads
2. Funnel de cultivo de leads
3. Funnel de venta online
4. Remarketing con funnel de venta
5. Up-sell
6. Creando un mega funnel

UNIDAD DIDÁCTICA 5. METRICAS FUNNEL

1. Metricas a tener en cuenta en nuestro funnel
2. ¿Que debemos medir?
 1. - Adquisicion
 2. - Activacion
 3. - Retencion
 4. - Referencia
 5. - Revenue
3. Estrategias de optimizacion de nuestras metricas

PARTE 6. TRAFFIC DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TRAFFIC DIGITAL

1. Introducción al traffic digital
2. ¿Qué es Traffic Digital?
3. ¿Cuáles son las ventajas y oportunidades del Traffic Digital?
4. Tráfico en Marketing y tipos
5. Funciones y características del Traffic Digital
6. Herramientas fundamentales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEO ONPAGE

1. Introducción al SEO on page
2. ¿En qué consiste el SEO On Page?
3. Keyword Research
 1. - ¿Cómo se realiza una Keyword Research?
 2. - Tipos de keywords
4. Herramientas
5. Arquitectura del Sitio Web
6. Análisis de los Metadatos- Screaming Frog
7. Usabilidad y Experiencia de Usuario- UX
8. Auditoría On Page

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEO OFFPAGE: ENLACES

1. Introducción al Seo offpage
2. Backlinks
3. Consideraciones de los enlaces
 1. - Autoridad de una web: PageRank y Link juice
 2. - Principales tipos de backlinks
 3. - Penalizaciones de Google
4. Análisis de enlaces
 1. - SEMrush
 2. - Ahrefs
 3. - Screaming Frog

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE SEARCH CONSOLE Y RANKBRAIN

1. Introducción a Google search console y rankbrain
2. ¿Por qué un Traffic Digital debe utilizar Google Search Console?
3. Herramientas Principales de Google Search Console
4. Rankbrain de Google y su importancia en el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SEO LOCAL

1. Introducción al SEO Local
2. ¿Qué es el SEO Local?
3. Estrategia de SEO Local
4. Google My Business
 1. - Google My Business

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEO Y COPYWRITING

1. Introducción al SEO y copywriting
2. SEO Copywriting
3. Claves principales para una estrategia de SEO-Copywriting

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO EN AMAZON

1. Introducción al posicionamiento en Amazon
2. Factores de posicionamiento de Amazon
3. Consejos para mejorar tu posicionamiento en Amazon

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PUBLICIDAD EN SOCIAL MEDIA: FACEBOOK ADS E INSTAGRAM ADS

1. Publicidad en social media
2. Facebook Ads
 1. - Herramientas de publicidad
 2. - Estructura de las campañas
 3. - Objetivos publicitarios
 4. - Segmentación
 5. - Localización de los anuncios
 6. - Pujas y precios de los anuncios
 7. - Campaña de Facebook Ads paso a paso
3. Instagram Ads
 1. - Tipos de anuncios en Instagram Ads
 2. - Cómo crear un anuncio en Instagram Ads paso a paso
 3. - Consejos para crear anuncios en Instagram

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GOOGLE ADS

1. Google Adwords
2. ¿Cómo funciona Google Ads?
3. Tipos de publicidad en Google Ads
4. Configuración de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MEDICIÓN Y OPTIMIZACIÓN: GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a Google Analytics
2. ¿Cómo funciona Google Analytics?
3. Informes Google Analytics
 1. - Informes de audiencia
 2. - Informes de adquisición
 3. - Informes de comportamiento
4. Campañas personalizadas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GROWTH HACKING Y EMBUDOS DE CONVERSIÓN

1. Growth Hacking
2. Embudos de conversión

PARTE 7. PROYECTO FIN DE MASTER

[Ver en la web](#)

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

Teléfonos 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

Ver en la web

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



