IEM DIGITAL BUSINESS SCHOOL



MÁSTER EN

SEO / SEM

Un máster que enseña a profesionales a dominar las técnicas de posicionamiento web, gestionar campañas de publicidad y mejorar los resultados a través de la analítica web.

Formación Especializada para la nueva realidad digital

01

De tú a tu

Tú eres lo más importante. En IEM somos más que una Escuela de Negocios. Escuchamos a alumnos y empresas, nos mostramos cercanos. Nuestra forma de crear negocio se basa en la generación de relaciones desde la transparencia y la confianza.

02

Futuro

Somo una fábrica de talento. Guiamos en la dirección correcta a nuestros clientes para conseguir las competencias que tanto necesitan para alcanzar su éxito (laboral y empresarial).

03

Experiencia

Nuestros años en el sector, contar con una equipo docente de máximo nivel y una metodología testada, nos permite tener una oferta formativa actualizada y adecuada a la realidad digital, con todas las garantías y con un trato exclusivo, pudiendo satisfacer a alumnos y empresas cada vez más exigentes.

Clases intensivas

Porque profundizas en una materia con un fin específico.

Profesores en activo

Porque la experiencia es el mejor caso de éxito.

Learning by doing

Porque la mejor forma de aprender es haciendo.

Director académico

Porque tu seguimiento y planificación son esenciales.

Desarollo de proyecto

Porque sales con tu proyecto listo para poner en marcha.

Tutorías

Porque tus dudas son importantes para nosotros también.

Prácticas de empresa

Porque lo importante es poner en práctica lo aprendido.

Bolsa de empleo

Porque te ayudamos a encontrar el trabajo que buscas.

Streaming

Las clases en Streaming son en directo y deberás conectarte el día y a la hora en la que se imparten tus clases. Durante todo el máster y sesión a sesión, se realizarán ejercicios y casos reales para que pongas en práctica todo lo aprendido y puedas vivir la #ExperiencialEM también desde casa sin perderte detalle.

Presencial

Vivirás la #ExperiencialEM en persona y al igual que en la modalidad streaming, durante todo el máster y sesión a sesión, se llevarán a la práctica cada uno de los conceptos teóricos aprendidos.

Un Máster que te convierte en un profesional en posicionamiento web. Crea campañas exitosas y mide sin límites con la analítica digital

En el Máster en SEO, SEM y Analytics aprenderás todo lo que necesitas para ser un experto en las técnicas más avanzadas de optimización de buscadores, crear campañas exitosas y dominar la analítica web para obtener más ventas. Además podrás conseguir la certificación en Google Ads y Analytics.

- Aprenderás a aplicar los factores SEO onpage y offpage y sabrás cómo realizar auditorías SEO/SEM y gestionar cuentas.
- Conocerás herramientas como: SEMRush, ScreamingFrog, KeyWord Planner, Search Console, Google My Business, Google Trends, Google Ads, Google Analytics, Google Tag Manager, Data Studio...
- Serás capaz de aplicar SEO Ecommerce, SEO Mobile, SEO para vídeo, SEO Local e internacional.
- Aprenderás a gestionar campañas de Búsqueda, Display, Mobile, Shopping y Youtube.
- Sabrás cómo realizar la estrategia, planificación, ejecución y medición de campañas en redes sociales como: Facebook Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads e Instagram Ads.
- Adquirirás conocimientos avanzados y sólidos en analítica web.
- Aprenderás a configurar, medir, optimizar y crear informes con Google Analytics.
- Conoce cómo la inteligencia artificial te puede ayudar a posicionarte en buscadores, crear/gestionar campañas y analizar los resultados.



PROGRAMA DEL MÁSTER

Descubre el plan de estudios

1. POSICIONAMIENTO WEB – SEO

Aprende los conceptos básicos y avanzados del posicionamiento orgánico. Podrás optimizar tu portal web desde el inicio para mejorar su visibilidad en los buscadores, identificando los aspectos relevantes y evitando las técnicas que puedan penalizarlo. Además, conocerás las herramientas indispensables en tu estrategia SEO.

Introducción al SEO

- Posicionamiento orgánico vs posicionamiento de pago
- Conceptos y terminología básicos del SEO, PPC, Ads y otros
- Tipos de negocios y su relación con el posicionamiento y el marketing de búsqueda
- SEO y el servidor: Clean IPs, Redireccionamientos, Hosting, dominios absolutos, relativos, etc.
- SEO como proyecto de marketing
- Modelos de negocio basados en SEO
- Fases de un proyecto SEO
- Herramientas básicas SEO
- Diferencias entre principales CMS
- URLs
- Introducción al WPO. Métodos de optimización
- La inteligencia artificial en SEO

Keyword Rearch. Planificación de la página web para posicionamiento

- Definición o redefinición de objetivos
- Recursos disponibles
- Identificación y análisis de competencia
- Estructura web
- La búsqueda de palabras clave.
- Tipos de keywords
- Estrategia de palabras clave
- Herramientas de planificación de palabras clave

SEO Onpage

- Herramientas SEO: Sitemaps, Analytics, Trends
- Posicionamiento en mapas: Google Places
- Factores SEO onPage
- Content marketing
- Herramientas de control: monitores, directorios, analizadores de SEO
- Comparativa con nuestra competencia

UX y el SEO

- La importancia de la UX en el SEO
- Factores de UX
- Relación UX-SEO
- Análisis y mejora de la UX de una web/landing

SEO Técnico

- Sitemap
- Robots
- Datos Estructurados
- Mejoras de rastreo
- Indexación

SEO Mobile

- SEO mobile y diferencias con otros dispositivos
- Identificación y análisis del comportamiento de búsqueda móvil
- Contenidos para optimizar el posicionamiento en móviles
- Monitorización de posicionamiento y tráfico móvil

WPO

- Velocidad de carga
- Servidores
- Caché
- Otimización de imágenes
- Red de entrega de contenido (CDN)

PROGRAMA DEL MÁSTER

Descubre el plan de estudios

SEO Local: Factores de Posicionamiento. Geolocalización

- Qué es SEO local y cómo puede ayudarnos en nuestra web
- Factores de posicionamiento de SEO local
- Cómo implementar Schemas para SEO local
- Obtener reseñas de nuestro sitio web o negocio
- Incluir un sitio web o una empresa en Google my Business

SEO Offpage

- Factores SEO offPage
- PageRank, Trustrank
- Link baiting
- Penalizaciones y Link building
- Análisis de competencia SEO
- Factores SEO - Social Media
- Análisis de resultados
- Comparativa con nuestra competencia

SEO internacional: Posicionamiento en varios idiomas u orientado a distintos países

- Qué es SEO internacional y cómo funciona
- Yandex y Baidu
- Etiquetas meta de idioma y país
- Definir orientación geográfica con Search Console
- Mejores prácticas para traducir contenido

SEO para Ecommerce

- SEO para ficha de producto
- Posicionamiento en buscadores para la vista de categoría, en modo rejilla y modo lista
- Enlaces No-Follow en tiendas online
- SEO para Magento y para Prestashop
- SEO para WordPress y WooCommerce
- CRO
- SEO para m-commerce

SEO para Vídeo: Posicionamiento en Youtube y Videomarketing

- Por qué SEO para vídeos: nueva estrategia de posicionamiento
- Schemas para vídeos
- Cómo realizar SEO para vídeos con WordPress Youtube

Search Console: Cómo mejorar el posicionamiento en Google en un país específico

- Enriquecimiento de datos estructurados (schema.org)
- HTML de Google para mejorar el SEO
- Configurar sitelinks desde Search Console
- PageRank o informe de enlaces
- Visibilidad en el índice de Google
- Experiencia en móviles con Search Console
- Tiempo de carga mediante Search Console
- Estadísticas de rastreo mediante el robot de Google

Analítica aplicada al SEO: Qué y cómo medir

- Enlazar Google Analytics con Search Console
- Determinación de las KPI's SEO
- Generación de scripts, alertas

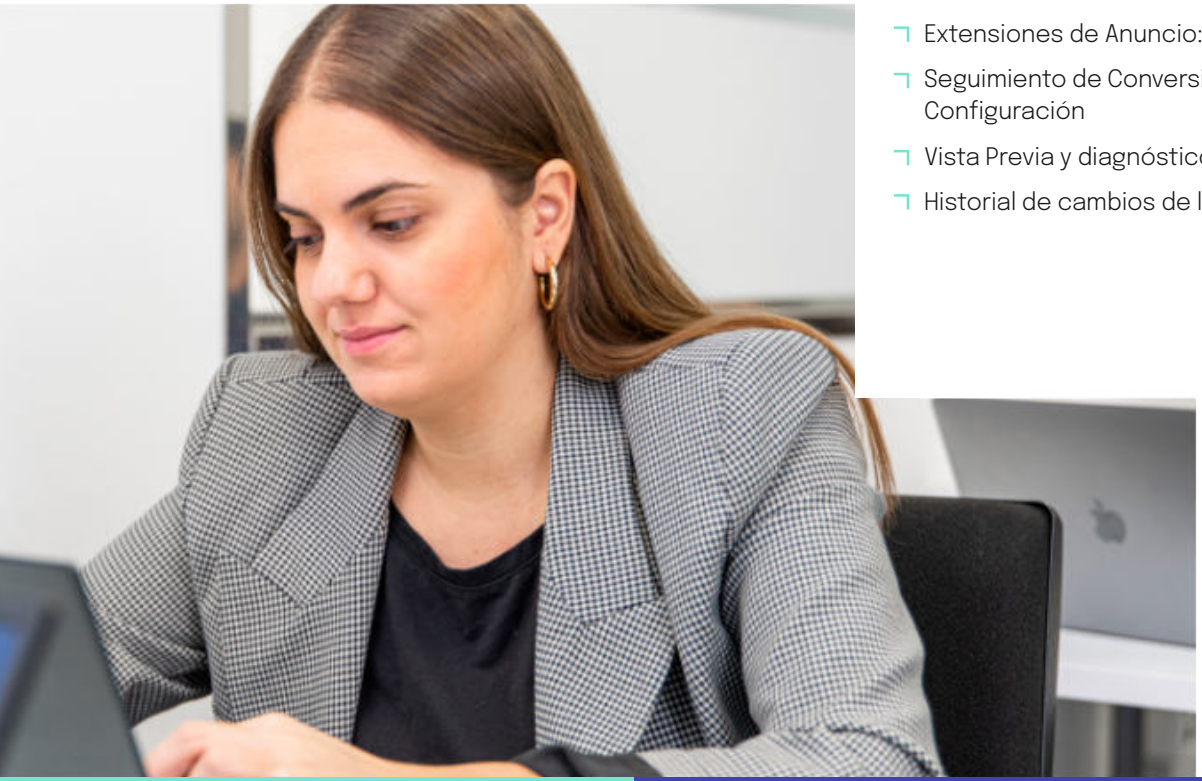
Descubre el plan de estudios

Auditorías SEO

- Auditorías SEO. Qué y cómo auditar
- Generar reports de Auditorías SEO
- Análisis de situación
- Priorización
- Planificación
- Identificación de KPI's
- Ejecución

Cuentas SEO

- Trabajar con clientes
- Formatos de servicios con clientes
- Reporting SEO



2. GOOGLE ADS

Descubre cómo gestionar tráfico de pago cualificado y construir campañas de Google Ads de forma eficiente orientadas a conseguir la máxima rentabilidad. Además, conoce herramientas y utilidades de gestión avanzadas así como las últimas novedades y funcionalidades en Google Ads.

Introducción y fundamentos de Google Ads

- Ventajas de la publicidad online y Ads
- Redes publicitarias de Google: Red de Búsqueda
- y Red de Display
- Lugares donde se pueden mostrar los anuncios
- Calidad de los anuncios
- Costes
- Inteligencia artificial en la creación de campañas.

Aspectos fundamentales de la red de búsqueda

- Configurar una campaña para la red de Búsqueda
- Uso de las distintas concordancias de palabras clave
- Extensiones de Anuncio: Mejora y tipología
- Seguimiento de Conversiones: Uso y Configuración
- Vista Previa y diagnóstico de Anuncios
- Historial de cambios de la cuenta

PROGRAMA DEL MÁSTER

Descubre el plan de estudios

Configuración de una Campaña de Ads

- Elección del tipo de campaña: tipología
- Estructuración de la campaña: niveles y organización
- Orientación de los anuncios a la audiencia objetivo: segmentaciones
- Establecimiento de pujas y presupuestos: CPC, CPM, CPV, CPA, ECPC
- Creación de campañas, grupos de anuncios y anuncios
- Herramientas para planificar campañas
- Planificador de Palabras Clave y Planificador de la Red de Display

Formatos de anuncio

- Tipología de anuncio: componentes y trucos
- Extensiones de anuncio: mejora y tipología

Calidad del sitio web y de los anuncios

- Nivel de calidad
- Experiencia de la página de destino
- Creación de un sitio web móvil eficaz
- Información sobre tráfico no válido

Medición y optimización del rendimiento de la campaña de búsqueda

- Medición de los resultados: informes y estadísticas
- Herramientas para medir el rendimiento
- Evaluación de las métricas relevantes para los objetivos
- Optimización de la campaña

Herramientas de Ads

- Visión general de las herramientas de Ads
- Historial de la cuenta
- Herramientas para palabras clave
- Herramientas de segmentación: orientaciones y exclusión
- Herramientas de pujas y presupuestos
- Información sobre el Editor de Ads

Búsqueda Avanzada

- Estrategia de Pujas
- Borradores y Experimentos de Campaña
- Anuncios Dinámicos de Búsqueda
- Crear Anuncios con texto personalizado
- Audiencias
- Remarketing de Búsqueda (RLSA)
- Estructuras HAGAKURE

Display

- La publicidad de display y de la Red de Display de Google Ads
- Cómo se estructura una cuenta de Google Ads
- Inventario de Display
- Planificación de una campaña en Display
- Tipos, formatos y tamaños de anuncios
- Creación de anuncios en la Red de Display de Google: texto, display, rich media y vídeo.
- Creación de una campaña nueva.
- Estrategias para crear una campaña
- La puja en la red de Display
- Nivel de calidad y rendimiento de la campaña
- Herramientas de Display
- Métricas de rentabilidad para campañas de respuesta directa
- Relación entre el rendimiento de la campaña y las conversiones
- Rendimiento de la cuenta, la campaña y el grupo de anuncios
- Optimización de la red de Display
- Creación de informes

PROGRAMA DEL MÁSTER

Descubre el plan de estudios

Publicidad en shopping

- ¿Qué es Google Shopping? ¿Qué es Merchant Center?
- Cómo funcionan las campañas de Shopping y los anuncios de Shopping
- Creación de una cuenta de Google Merchand Center
- Creación de un feed de datos de producto
- Creación de campañas de Shopping en Ads

Publicidad de Vídeo en Youtube

- Youtube en la estrategia de marketing digital
- Formatos de anuncios de vídeo
- Configuración de campañas
- Opciones de segmentación
- Creación de anuncios
- Métricas de vídeo
- Optimización de campañas de vídeo

Análisis de datos

- Planificación de campañas
- Establecimiento de objetivos
- Interpretación de resultados
- Acciones de optimización
- Optimización de campañas de vídeo

Microsoft Advertising

- Introducción a la herramienta
- Creación de campañas

Google Ads Editor

- Introducción a la herramienta
- Creación de campañas de búsqueda
- Creación de campañas de otro tipo (display, vídeo, shopping...).
- Gestión de cambios masivos

Otros actores a PPC

- Google Display Network
- Google Ads Mobile
- Big Ads Network: Bing y Yahoo
- Gmail Ads
- Yahoo Ads

Gestión de cuentas y auditoría de Google Ads

- Trabajar con clientes
- Formatos de servicios con clientes
- Reporting
- Auditorías Google Ads. Qué y cómo auditar
- Generar reports de Auditorías



Descubre el plan de estudios

3. PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

Aprende los diferentes tipos de objetivos que nos ofrecen los social media, a crear campañas, a segmentar el público objetivo, a crear anuncios que conviertan clicks en ventas, a optimizar tu presupuesto, a insertar un píxel de conversión en tu sitio web... También aprenderás qué anuncios son los que más resultados están dando, qué textos funcionan mejor según el producto / servicio anunciado y qué imágenes o banners son los que más convierten.

Comenzando la campaña. Estrategia y planificación

- Creación del buyer persona
- Los objetivos de campaña
- El análisis social de la competencia
- El posicionamiento de marca
- Crear y lanzar campañas de publicidad digital multicanal
- Inteligencia artificial en la creación de campañas

Facebook + Instragram Ads

- Los objetivos de campaña
- El análisis social de la competencia
- El posicionamiento de marca
- Crear y lanzar campañas PPC/PPF
- Opciones de segmentación
- Aplicaciones, promos y sorteos. Medición
- Optimización de campañas
- Cómo medir y mejorar los resultados
- Power Editor y otras herramientas

TikTok Ads

- Objetivos publicitarios en TikTok
- Tipos de campañas y de segmentación
- Tipos de anuncios
- Pixel de TikTok
- Otras funcionalidades

Linkedin Ads

- La publicidad en LinkedIn
- Formatos de anuncios en LinkedIn
- Objetivos de la campaña publicitaria
- Creación de la campaña publicitaria
- Opciones de segmentación en LinkedIn
- Presupuesto y duración de la campaña de marketing digital
- Seguimiento y optimización de resultados publicitarios con LinkedIn

Pinterest Ads

- Estrategia dentro de Pinterest Ads.
- Estructura de las campañas en Pinterest.
- Objetivos de campaña de Pinterest.
- Segmentación de campañas en Pinterest.
- Formatos de Anuncios en Pinterest.
- Catálogo de productos en Pinterest Ads.
- Pixel de Pinterest Ads.
- Reporting de campañas de Pinterest Ads.
- Indicadores de rendimiento en Pinterest Ads

Twitter Ads

- Objetivos publicitarios en Twitter Ads
- Tipos de campañas y de segmentación
- Creación de Campañas para conseguir followers
- Creación de Campañas “interacciones en el tweet”
- Creación de Twitter cards website
- Creación de Campañas Clicks en el sitio web o conversiones
- Analytics Twitter Ads

Descubre el plan de estudios

4. AMAZON

Aprende a crear y configurar tu tienda en Amazon para vender con éxito, trabaja el SEO de tus fichas de producto para ganar ventaja frente a tu competencia, diseña tus campañas de publicidad para tus productos en el Marketplace de Amazon.

- Vendedores en Amazon
- SEO en Amazon
- Publicidad en Amazon
- Optimización de campañas

5. ANALÍTICA DIGITAL

Descubre cómo dominar la analitíca digital y las técnicas más avanzadas para trackear tus campañas digitales en Google Ads y Social Ads. Aprende a definir objetivos, a analizar embudos de conversión, a medir resultados a través de análisis avanzados y generar informes personalizados según el objetivo.

Introducción a la analítica web con Google Analytics

- Introducción a la analítica web.
- Puesta en marcha de Google Analytics.
- Fundamentos de Google Analytics.
- Conociendo la Interfaz.
- KPIs básicos: Pageviews, Visits & Visitors.
- Métricas de tiempo.
- Gestión de visitas y usuarios.
- Gestión de Dominios y Subdominios.
- Agrupación de dominios
- Integración de Google Ads y Webmaster Tools
- Interfaz de la herramienta
- Informes de Google Analytics

Medición de campañas

- Etiquetado de campañas online: email, banners, Facebook Ads, Google Ads
- Integración con Google Ads.
- Análisis de campañas de Google Ads.
- Informes sociales.
- Interacciones sociales.

Conversiones. Análisis y atribuciones

- Definición de Objetivos en Google Analytics
- Embudos de conversión
- Embudos multicanal: conversiones asistidas y rutas principales de conversión
- Google Experiments. Informes multicanal
- Modelos de atribución

Análisis E-commerce

- Puesta en marcha
- Tracking E-commerce
- KPIs y Métricas para medir el rendimiento en E-Commerce
- Seguimiento de Eventos.

Generación de informes

- Creación de informes personalizados en Google Analytics 4
- Otras formas de reporting: Looker Studio, API,
- Google SpreadSheet,...

Descubre el plan de estudios

Análisis avanzado

- Segmentos avanzados
- Definición y alta de filtros
- Eventos
- Páginas virtuales
- Segmentos avanzados
- Análisis de búsqueda interna

Google Tag Manager

- Qué es GTM e Instalación de GTM
- Vista previa y debug
- Etiquetas
- Activadores
- Pixel de conversión Ads
- Pixel de conversión Facebook
- Selectores

6. PROJECT MANAGER

Aprende cómo debes abordar un proyecto SEO/SEM desde cero ya sea un proyecto nuevo o uno que ya esté puesto en marcha en el mercado

7. PROYECTO FINAL

Porque no hay mejor forma de aprender SEO/SEM que poniéndolo en práctica.

Durante el desarrollo del Máster, con el apoyo de profesores-tutores, desarrollarás tu propio proyecto.



PROGRAMA DEL MÁSTER

Accede al mundo laboral

Adquirir una valiosa experiencia laboral y empezar a construir un nuevo futuro profesional mediante prácticas en empresa, incrementando así las posibilidades de encontrar trabajo en el sector que más te apasione.

Las prácticas son actividades realizadas por alumnos en empresas privadas al finalizar el máster donde podrás combinar los conocimientos teóricos obtenidos en el aula, con los de contenido práctico.

Impulsamos tu carrera profesional.
Tanto la Escuela, como el profesorado, buscamos desarrollar tus competencias desde un punto práctico para poder potenciarlas en tu día a día. Estamos en constante búsqueda de nuevas tendencias y conocimientos para incorporarlas en la oferta formativa, para innovar constantemente y ser un referente en formación digital.

Prácticas

Tienes acceso a prácticas voluntarias.

Conocimientos y habilidades

Participar en los proyectos reales de una empresa te proporciona conocimientos y habilidades que te servirán para desarrollarte profesionalmente.

Desarrollo de carrera

Hay un departamento de desarrollo de carreras que te da soporte y ayuda durante y después de cursar el máster.
Este departamento ofrece:

- Mejorar tu CV.
- Estudio del CV y de la oferta para que hagan el match perfecto.
- Te ayuda a cómo afrontar la entrevista.

Elección de empresas

Dentro de todas las ofertas de empresas, serás tú quien decida tus tres favoritas donde realizar las prácticas. Creemos que una de las claves del éxito consiste en decidir tu propio camino, y nosotros te ayudamos a conseguirlo.

Realidad de la empresa

Podrás sumergirte en la realidad de las empresas y poner en práctica todo lo aprendido para desarrollar tus nuevas competencias profesionales asesorado siempre por los más cualificados docentes.

Red Alumni

Formarás parte de la Red Alumni, la cual te dará acceso a la bolsa de empleo actualizada periódicamente, descuentos con empresas colaboradoras, asistencia a eventos IEM, y descuentos en cualquier formación que realices con nosotros.

Networking

Generar una red de contactos del sector y establecer nuevas sinergias con ellos. El Networking es la base del potencial de tus ideas, exprímelo al máximo tanto en clase como en los eventos que organizamos.

Contratación

Al adquirir experiencia, tendrás más posibilidades de ser contratado a la hora de postularte a un nuevo puesto de trabajo. Además, un alto porcentaje de las empresas que colaboran con IEM incorpora en plantilla a los alumnos que han hecho prácticas con ellos.

ALUMNOS INTERNACIONALES

Te ayudamos a preparar tu estancia

Visado
Gestionamos la tramitación de tu visado. Preparamos toda la documentación necesaria para que puedas estudiar con nosotros con total tranquilidad.

Alojamiento
Descuento en alojamiento. Para que la búsqueda de alojamiento te sea más fácil, la escuela ofrece un descuento especial por alquiler en Moontels o Live4life.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Este Máster es para ti

Una formación dirigida a periodistas, profesionales de la comunicación y del marketing y emprendedores. Prepárate para ser un futuro marketer digital. ¿Eres tú uno de ellos?









Empresas donde trabajan nuestros alumnos

Berklee College of Music · ZEUS · Circuit Ricardo Tormo · Jeff · cecotec · GANDIABLASCO · Mutua Universal · vithas · Tomeu · BIG BUY · zummo · consum · Louis Vuitton · Norauto · Valencia CF · elPozo · sesame

Profesionales que forman profesionales



Director del Máster

Alfredo Cuadrón
DIRECTOR DE MARKETING
GEDESCO



Mario Gallart
DIGITAL MARKETING MANAGER
CECOTEC



Loli Bartolomé
CMO
ICEBERG365



José Luís Nebot
CEO
ZTUDIO.ES



Jorge Muñoz
DIGITAL PERFORMACE MANAGER
VIVA! CONVERSION



Arturo Argilés
CONSULTOR SEO Y ANALÍTICA
SEM&SEM VALENCIA



Álex Rodríguez
CEO
SEO&SEM VALENCIA



José Manuel Chover
CEO. FOUNDER
AMAZONAME



Mari Carmen Paricio
PAID MEDIA SPECIALIST
QUICKGOLD



Rafa Sospedra
CONSULTOR SEO Y ANALÍTCA
WEB
KUPAKIA



Sergio Pérez
CEO
BINARY HELL LABORATORY

Marta Baviera
MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN
CECOTEC



Verónica Calzada
AD OPERATION MANAGER
VIVA! CONVESRIÓN



Mario Rocafull
SOFTWARE DEVELOPER
ALBINSOFT

Ediciones y convocatorias

ABRIL 2024 - OCTUBRE 2024

19ª Edición

- Presencial o Streaming
- **Martes:** 16:00 - 21:00h
  Jueves: 16:00 - 21:00h
- **Duración:** 215h / 6 meses

3950€ Única cuota

362€ 12 cuotas

ABRIL 2024 - OCTUBRE 2024

20ª Edición

- Presencial o Streaming
- **Viernes:** 16:00 - 21:00h
  Sábado: 09:00 - 14:00h
- **Duración:** 215h / 6 meses

3950€ Única cuota

362€ 12 cuotas

FORMAS DE PAGO Y FINANCIACIÓN

Te ayudamos

Pago aplazado

Te lo ponemos fácil. Ofrecemos un servicio de financiación flexible, queremos que todos puedan acceder a una formación de calidad y que el dinero no sea un problema.

Sabadell

Formación bonificable

Gestionamos de manera gratuita la bonificación de la formación a través de la Fundación Estatal para el Empleo para que tú no tengas que preocuparte de nada ni pagar por ello. Si actualmente estás en activo, podrás bonificarte el Máster en SEO/SEM.

Puedes preguntarnos y te contaremos cómo bonificarlo.

ALUMNOS IEM CUENTAS

Las personas por encima de todo

"Hice el Máster de SEO, SEM y la verdad que estoy súper contenta, sobre todo en mi caso la facilidad de poder hacerlo online fue la razón por la que me decidí, ya que no resido en Valencia, y aún así fue todo bien, aprendí mucho y en mi empresa actual estoy pudiendo poner en práctica todo lo aprendido."

Paloma Gros

DIGITAL MARKETING - COMMUNITY MANAGER
ABORA SOLAR

"En IEM cuentan con un profesorado de alto nivel que te enseñan tanto teoria como las mejores prácticas de marketing digital, basadas en su experiencia.

Hice un máster en SEO/SEM, en el cuál desde el principio se nos dió un trato muy personalizado."

Carlos Luis Fernández

E-COMMERCE MANAGER
ATMOSFERA SPORT OFICIAL



IEM DIGITAL BUSINESS SCHOOL

C/. Colón, 1, 7ª, 16
46004, Valencia

TELÉFONO

963 106 842

WHATSAPP

629 603 221

MAIL

info@iembs.com

Solicita tu plaza y admisión al Máster y Vive la #ExperiencialEM

El número de plazas es muy limitado. Si no tequieres quedar sin ella, contacta con nosotros. El proceso de inscripciónal Máster, lo realizamos por riguroso orden de llegada de matrícula.

IEM DIGITAL BUSINESS SCHOOL