



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE MÚSICA

INICIACIÓN ARTÍSTICA Y EDUCACIÓN CONTINUA

CONVOCATORIA

para ingresar al Curso en Línea

NEUROMARKETING PARA MÚSICOS: DE LA EMOCIÓN AL ÉXITO

INFORMACIÓN GENERAL

Modalidad:	En Línea
Duración:	7 sesiones de 4 horas (28 horas)
Horarios:	Sábados de 8:00 a 12:00 h
Fecha de inicio:	16 de agosto de 2025
Fecha de término:	27 de septiembre de 2025
Cupo:	8 a 20 estudiantes
Costos:	Miembros de la Comunidad FaM: \$ 1,372.00 (un mil trescientos setenta y dos pesos 00/100 M.N)
	Miembros de la Comunidad UNAM: \$ 1,666.00 (un mil seiscientos sesenta y seis pesos 00/100 M.N)
	Público en general: \$ 1,960.00 (un mil novecientos sesenta pesos 00/100 M.N)



DIRIGIDO A

Músicos independientes, egresados y estudiantes avanzados de la Facultad de Música, interesados en mejorar su estrategia de posicionamiento, comunicación y autogestión a través de herramientas de neuromarketing y ciencias del comportamiento.

PRESENTACIÓN

El Programa de Educación Continua de la Facultad de Música ofrece el **Curso de Neuromarketing para músicos: De la Emoción al éxito** con el fin de acercar herramientas clave de neuromarketing y ciencias del comportamiento para optimizar su autogestión, mejorar su presencia en plataformas digitales, conectar emocionalmente con su audiencia y fortalecer su estrategia de posicionamiento, explorando estrategias de diferenciación, construcción de marca personal y técnicas para captar y fidelizar públicos, basadas en evidencia neurocientífica y de comportamiento del consumidor.

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Enviar un correo a educacion.continua@fam.unam.mx enunciando: nombre completo, número de contacto, la actividad a la que desea inscribirse y

- a) Si es Público General, enviar su identificación oficial, o;
- b) En caso de pertenecer a la Comunidad FaM, Comunidad UNAM o Ex-UNAM deberá **enviar escaneada la credencial vigente** que lo avale como tal.

Realizar el proceso de pago conforme a lo que se le indique en respuesta a su correo electrónico.

Las inscripciones estarán abiertas desde la publicación de la presente convocatoria hasta el viernes 8 de agosto de 2025, sujeto a cupo.

En esta oferta educativa NO aplican las becas o exenciones de pago a excepción de las establecidas por los contratos colectivos de trabajo del STUNAM y AAPAUNAM.

PROGRAMA



Neuromarketing para músicos: De la emoción al éxito

OBJETIVO GENERAL

Aplicar principios de neuromarketing y ciencias del comportamiento para fortalecer la autogestión y el autoempleo de músicos independientes, mejorando su impacto en la industria musical y sus oportunidades de desarrollo profesional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender los fundamentos del neuromarketing y su aplicación en la industria musical.
2. Diseñar estrategias de branding personal para músicos.
3. Aplicar principios de neurociencia en la comunicación y promoción de proyectos musicales.
4. Identificar y analizar la percepción del público para mejorar la conexión emocional con la audiencia.
5. Desarrollar estrategias basadas en neurociencia para potenciar el engagement y la lealtad del público.

LOGROS ESPECÍFICOS

Al finalizar la actividad académica, los participantes obtendrán:

1. Comprensión clara del impacto del neuromarketing en la música.
2. Creación de una estrategia de marca personal efectiva.
3. Uso de técnicas de storytelling y neurocomunicación en la promoción musical.
4. Desarrollo de estrategias para mejorar la conexión emocional y la retención del público.
5. Aplicación de principios de neurociencia en la construcción de experiencias musicales memorables.

CONTENIDOS

1. Introducción al neuromarketing y su aplicación en la música.
2. Principios de comportamiento del consumidor y toma de decisiones.
3. Branding personal y estrategias de diferenciación para músicos.
4. Psicología del precio y percepción del valor en la música.
5. Neurocomunicación y storytelling aplicado a la música.
6. Uso de redes sociales y plataformas digitales basado en ciencia del comportamiento.
7. Captación y fidelización de audiencias desde la neurociencia.
8. Diseño de experiencias musicales basadas en neurociencia y emociones.

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Los estudiantes deben contar con:

Computadora con conexión a internet estable, cuenta en plataformas de redes sociales y acceso a herramientas digitales para análisis de datos básicos.



IMPORTANTE

La Coordinación de Educación Continua se reserva el derecho de abrir y/o cancelar grupos con base en el cupo mínimo necesario para la impartición de la actividad.

Como participante del Programa de Educación Continua deberá asumir la responsabilidad de disponer del tiempo para acudir puntualmente a las clases y cubrir como mínimo el 90% de asistencia, así como **dedicar una hora diaria para el estudio en casa de las tareas asignadas en el curso.**

Al finalizar esta actividad, cada participante recibirá su **Constancia de Asistencia**, siempre y cuando cubra con los requerimientos que el docente indique para su aprobación. Dicha constancia será enviada al correo electrónico otorgado en el Formato de Registro en un periodo de 20 a 30 días hábiles a partir del día siguiente del término de cada actividad.

PONENTES

Duncan Axel Castillo Morales

Experto en Market Intelligence, Neuromarketing y Ciencias del Comportamiento, con amplia experiencia en investigación de mercados y comportamiento del consumidor. Actualmente, es Market Intelligence Lead en O-I Glass y profesor en universidades como la Universidad Panamericana y el Tecnológico de Monterrey, donde imparte cursos sobre investigación de mercados, neuromarketing y gestión de la experiencia. Su enfoque se centra en transformar datos en estrategias efectivas para impulsar la innovación y la sostenibilidad en diferentes industrias.



INFORMES

55 5604 9673



55 5604 0868

55 5604 1006

extensión 126



educacion.continua@fam.unam.mx



[/EducacionContinuaFaMUNAM](#)



[/educontinua_fam](#)



[/EducacionContinuaFaMUNAM](#)



[/PECFaM](#)



+52 55 8307 0819 (Solo mensajes)

**Ciudad de México, marzo 2025,
“POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU”**