

Universidad Nacional de Educación a Distancia

UNED

CURSO MODULAR EN
PERIODISMO DE MODA
EXPERTO UNIVERSITARIO Y MÁSTER

INFORMACIÓN GENERAL • CURSO 2007-08



CENTRO UNIVERSITARIO DE ESTUDIOS EN MODA. UNED



ÍNDICE

1. CURSO MODULAR EN PERIODISMO DE MODA.....	3
1.1. <i>Curso de experto universitario en periodismo de moda</i>	4
1.1.1. Objetivos.....	5
1.1.2. Destinatarios	6
1.1.3. Programa.....	6
1.1.4. Expedición del título y acceso al máster	7
1.1.5. Coste	7
1.2. <i>Máster en periodismo de moda</i>	8
1.2.1. Objetivos.....	8
1.2.2. Destinatarios	9
1.2.3. Programa.....	10
1.2.4. Expedición del título.....	11
1.2.5. Coste	11
2. EQUIPO DIRECTIVO Y DOCENTE.....	12
2.1. Equipo directivo	12
2.2. Equipo docente	12
2.3. Colaboraciones	14
3. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA A DISTANCIA	15
3.1. Introducción.....	15
3.2. Actividades complementarias.....	15
3.3. Materiales didácticos	16
3.4. Directrices para el estudio	16
3.5. Envío de materiales para el curso	17
4. EVALUACIÓN Y ENTREGA DE TRABAJOS	17
4.1. Evaluación	17
4.2. Publicación de los trabajos	17
4.3. Plazos de entrega	17
5. ACTIVIDADES DEL CURSO	18
6. INFORMACIÓN DE CARÁCTER ADMINISTRATIVO.....	18

1. CURSO MODULAR EN PERIODISMO DE MODA

- *Curso de Experto Universitario en Periodismo de Moda*

Créditos: 28 Módulos: 4

[Además, hay un módulo introductorio de carácter obligatorio, pero gratuito, *Iniciación al periodismo de moda*, que no tiene créditos].

- *Máster en Periodismo de Moda*

Créditos: 58 (28 son del curso de *Experto Universitario*)

Módulos: 7 (4 del curso de *Experto Universitario*)

El *Curso Modular en Periodismo de Moda* de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), organizado por su Centro Universitario de Estudios en Moda (*Universidad y Moda*), consta de dos cursos independientes pero interrelacionados: el *Curso de Experto Universitario en Periodismo de Moda* y el *Máster en Periodismo de Moda*.

La estructura del *Curso modular* permite que los alumnos puedan elegir entre realizar únicamente el *Curso de Experto Universitario* o bien, para los que tengan el nivel académico exigido, continuar y completar su formación con un segundo año de *Máster en Periodismo de Moda*. Obviamente, el segundo de los títulos engloba al primero.

Por otra parte, es importante aclarar que la configuración modular de ambos cursos permite que no deban ser realizados obligatoriamente en uno o en dos años académicos, respectivamente, sino que se puedan seleccionar en cada convocatoria los módulos de una y/u otra titulación en los que desean matricularse. En cualquier caso, deben completar la titulación elegida en un **máximo** de cinco años.

En cuanto al contenido del *Curso modular*, se ha organizado siguiendo una estructura lógica:

- a) Los cinco módulos del *Curso de Experto Universitario en Periodismo de Moda* aportan conocimientos teóricos sobre aspectos relevantes del mundo de la moda, como son, por ejemplo, su historia, la interrelación con la sociedad, la

empresa u otras ciencias; el módulo introductorio, por su parte, está pensado para dar la formación necesaria que permita escribir correctamente en la prensa en general, y en la dedicada a la moda en particular.

- b) El segundo año del *Máster en Periodismo de Moda* incorpora tres módulos eminentemente prácticos que completan la formación en las áreas especializadas del mundo de la moda: la moda en la prensa diaria, en las revistas y en Internet.

1.1. CURSO DE EXPERTO UNIVERSITARIO EN PERIODISMO DE MODA

Créditos: 28 Módulos: 4

Directoras:

Celia Casado Fresnillo

Mercedes Rodríguez Sánchez

Tiene una duración mínima de un año académico. Consta de 4 módulos de 7 créditos cada uno (28 créditos en total):

- *Historia de la moda*
- *El perfume. Los complementos de moda*
- *Moda, comunicación y sociedad*
- *Negocio de la moda: Industria y marketing.*

Además se ha incluido un módulo introductorio que, aunque es gratuito, deberá cursarse obligatoriamente:

- *Iniciación al Periodismo de Moda*

1.1.1. OBJETIVOS

El *Curso de Experto Universitario en Periodismo de Moda* tiene como objetivo dar a los alumnos una formación especializada en los aspectos más relevantes relacionados con la moda y la imagen personal, para mejorar su capacitación profesional. Para ello se ha intentado proporcionar una visión global de esta industria desde diferentes puntos de vista: histórico, artístico, sociológico y empresarial.

Por tanto, en este curso vamos a ocuparnos de cuatro grandes bloques:

1.º En la historia, poniendo en relación la moda con la historia de la humanidad, centrándonos especialmente en los siglos XIX y XX.

2.º En la sociología, desde una doble perspectiva: por un lado, mostrando los grandes movimientos sociales del siglo XX y sus interrelaciones con la moda; y, por otro, poniendo de relieve la influencia de la moda en el arte, el cine, la música y el deporte.

3.º En el perfume y los complementos, haciendo hincapié en la estrechísima relación que mantienen con la moda.

4.º En la empresa, centrando el estudio en una visión eminentemente industrial y de *marketing* del sector de la moda.

En este curso hay, además, un módulo introductorio, al que no se le ha asignado créditos, aunque es obligatorio cursarlo, ya que se ha creado para facilitar las orientaciones necesarias para redactar correctamente artículos de prensa:

- *Iniciación al periodismo de moda*, sobre redacción, composición y estilo periodístico.

Lógicamente, como ya hemos mencionado, los cinco módulos sirven como primer año para el *Máster de Periodismo de Moda*, de forma que los alumnos que los cursen solo necesitarán completar los tres módulos del segundo año para obtener el título de *Máster en Periodismo de Moda*, siempre que posean la titulación exigida.

1.1.2. DESTINATARIOS

Este curso va dirigido, fundamentalmente, a las personas que posean el «Título oficial de primer ciclo. De forma excepcional, podrán acceder personas sin titulación universitaria, relacionadas en su experiencia profesional con la especialidad del curso, si cumplen los requisitos legales para cursar estudios universitarios»¹, previa autorización del Vicerrectorado correspondiente de la UNED.

1.1.3. PROGRAMA

- **MÓDULO INTRODUCTORIO:** *Iniciación al periodismo de moda*² → 0 créditos

Profesora: *Ana Cañizal*

- **MÓDULO I.** *Historia de la moda* → 7 créditos

Profesora: *Lola Gavarrón*

- **MÓDULO II.** *El perfume. Los complementos de moda* → 7 créditos

Profesoras:

Lola Gavarrón

Ana Ureña

- **MÓDULO III.** *Moda, comunicación y sociedad* → 7 créditos

Profesora: *Mercedes Rodríguez*

- **MÓDULO IV.** *El negocio de la moda: Industria y marketing* → 7 créditos

Profesor: *José L. Calvo*

¹ Según figura en el programa editado por la UNED para el curso 2006-07: *Títulos propios de postgrado y cursos de formación continua*, pág. 3. Para más información, pueden llamar al teléfono 91 386 72 75.

² Como ya hemos mencionado, este módulo no tiene créditos, pero es imprescindible aprobarlo para obtener el título.

1.1.4. EXPEDICIÓN DEL TÍTULO Y ACCESO AL MÁSTER

1.4.1. EXPEDICIÓN DEL TÍTULO

Cuando hayan superado los cuatro primeros módulos, recibirán el título oficial de *Experto Universitario en Periodismo de Moda*, expedido por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), dentro de su programa de *Formación Continua*.

1.4.2. ACCESO AL MÁSTER

Los módulos aprobados del *Curso de Experto Universitario* se convalidan por el primer año del *Máster en Periodismo de Moda*, lo que les permitirá el acceso directo al segundo año del citado máster, siempre que posean la titulación exigida.

1.1.5. COSTE

Código	Título	Carácter	Créditos	Precio Módulo	Precio Material
0001	Historia de la moda	Obligatorio	7	300,00€	80,00€
0002	El perfume. Los complementos de moda	Obligatorio	7	300,00€	80,00€
0003	Moda comunicación y sociedad	Obligatorio	7	300,00€	80,00€
0004	El negocio de la moda	Obligatorio	7	300,00€	80,00€

1.2. MÁSTER EN PERIODISMO DE MODA

Créditos: 30 (Más 28 del curso de *Experto Universitario*) → **58**

Módulos: 3 (Más 4 del curso de *Experto Universitario*) → **7**

Dirección del curso:

Celia Casado Fresnillo
Concha del Rey Bueno

Tiene una duración mínima de dos años académicos y consta de 7 módulos con un total de 58 créditos: 28 corresponden a los módulos impartidos para el *Curso de Experto Universitario en Periodismo de Moda*, y los 30 restantes se distribuyen en 3 módulos de 10 créditos cada uno de ellos.

- *La moda en la prensa diaria*
- *La moda en las revistas*
- *La moda en los medios de telecomunicación, especialmente en Internet*

1.2.1. OBJETIVOS

El *Máster en Periodismo de Moda* tiene como objetivo dar a los alumnos una formación especializada en los aspectos más relevantes relacionados con la moda y la imagen personal, proporcionando una visión global de esta industria desde diferentes puntos de vista: histórico, artístico, sociológico y empresarial, para mejorar la capacitación profesional. Además, sus tres últimos módulos permiten un acercamiento al “mundo real” de la moda, con un análisis en profundidad de cómo se desarrolla el trabajo del periodista de moda en la prensa diaria, en las revistas y en Internet.

Por tanto, los cuatro primeros bloques del *Máster* se centran en cuatro grandes áreas:

1. ° La *historia*, poniendo en relación la moda con la historia de la humanidad, centrándonos especialmente en los siglos XIX y XX.

2. ° La *sociología*, desde una doble perspectiva: por un lado, mostrando los grandes movimientos sociales del siglo XX y sus interrelaciones con la moda; y, por otro, poniendo de relieve la influencia de la moda en el arte, el cine, la música y el deporte.

3. ° El *perfume* y los *complementos*, haciendo hincapié en la estrechísima relación que mantienen con la moda.

4. ° Y la *empresa*, centrando el estudio en una visión eminentemente industrial y comercial del sector de la moda.

En este curso hay, además, un módulo introductorio, al que no se le ha asignado créditos, aunque es obligatorio cursarlo, ya que se ha creado para facilitar las orientaciones necesarias para redactar correctamente artículos de prensa:

- *Iniciación al periodismo de moda*, sobre redacción, composición y estilo periodístico.

Una vez superados los módulos dedicados a conocer el significado de la moda y sus interrelaciones, así como el de iniciación, es el momento de que el alumno se conozca y aprenda cómo esos conocimientos se llevan a la práctica en la prensa. Para ello, se han preparado los tres módulos siguientes: en el primero, el módulo V, se estudia cómo incluir la moda en la prensa diaria; el módulo VI está dedicado a las revistas, ya sean semanales, mensuales, de contenidos generales, etc.; finalmente el módulo VII analiza la forma en que son tratados los temas de moda en Internet.

1.2.2. DESTINATARIOS

Este máster está destinado a las personas que posean el «Título oficial de segundo ciclo. De forma excepcional, podrán acceder diplomados, ingenieros técnicos o arquitectos técnicos, si son profesionales relacionados con la especialidad del curso o poseen formación universitaria de postgrado»³.

³ Según figura en el programa editado por la UNED para el curso 2006-07: *Títulos propios de postgrado y cursos de formación continua*, pág. 3. Para más información, pueden llamar al teléfono 91 386 72 75.

Asimismo deberán haber superado los cuatro módulos del *Curso de Experto Universitario en Periodismo de Moda*, que se convalidan por el primer año del *Máster en Periodismo de Moda*, permitiendo así el acceso directo al segundo año del citado *Máster*.

1.2.3. PROGRAMA

- **MÓDULO INTRODUCTORIO:** *Iniciación al periodismo de moda*⁴ → 0 créditos

Profesora: *Ana Cañizal*

- **MÓDULO I.** *Historia de la moda* → 7 créditos

Profesora: *Lola Gavarrón*

- **MÓDULO II.** *El perfume. Los complementos de moda* → 7 créditos

Profesoras:

Lola Gavarrón

Ana Ureña

- **MÓDULO III.** *Moda, comunicación y sociedad* → 7 créditos

Profesora: *Mercedes Rodríguez*

- **MÓDULO IV.** *El negocio de la moda: Industria y marketing* → 7 créditos

Profesor: *José L. Calvo*

- **MÓDULO V.** *La moda en la prensa diaria* → 10 créditos

Profesora: *Carmen Duerto*

- **MÓDULO VI.** *La moda en las revistas* → 10 créditos

Profesoras:

Concha del Rey Bueno

Ana Ureña

⁴ Como ya hemos mencionado, este módulo no tiene créditos, pero es imprescindible aprobarlo para obtener el título.

• **MÓDULO VII.** *La moda en los medios de telecomunicación, especialmente en Internet* → 10 créditos

Profesor: *Óscar Arconada*

1.2.4. EXPEDICIÓN DEL TÍTULO

Los alumnos que hayan superado todos los módulos recibirán el título oficial de *Máster en Periodismo de Moda*, expedido por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), dentro de su programa de Formación Continua.

1.2.5. COSTE

Código	Título	Carácter	Créditos	Precio Módulo	Precio Material
0001	Historia de la moda	Obligatorio	7	300,00€	80,00€
0002	El perfume. Los complementos de moda	Obligatorio	7	300,00€	80,00€
0003	Moda y sociedad	Obligatorio	7	300,00€	80,00€
0004	El negocio de la moda	Obligatorio	7	300,00€	80,00€
0005	La moda en la prensa diaria	Obligatorio	10	428,50€	100,00€
0006	La moda en las revistas	Obligatorio	10	428,50€	100,00€
0007	La moda en los medios de telecomunicación (Internet)	Obligatorio	10	428,50€	100,00€

2. EQUIPO DIRECTIVO Y DOCENTE

2.1. EQUIPO DIRECTIVO

Celia Casado Fresnillo

Concha del Rey Bueno

Mercedes Rodríguez Sánchez

2.2. EQUIPO DOCENTE

Óscar Arconada

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, es también Diplomado Superior en Diseño de Prensa e Infografía por la Facultad de Artes Visuales de Newcastle. Ha cursado también estudios en Londres y Nueva York. Es profesor de la asignatura Tecnología de la Información en la Universidad SEK-IE. Ha colaborado con numerosas publicaciones –*Spannabis Magazine, Academia, Serie B, 20 minutos, Ser Padres,...*- y con instituciones y empresas de publicidad nacionales e internacionales.

José L. Calvo González

Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Es Profesor Titular de Universidad del Departamento de Análisis Económico I de la UNED y director del Centro de investigación *Universidad y Moda*, de la misma universidad. Como especialista en Economía Industrial, ha dirigido estudios y publicado trabajos de investigación, en revistas nacionales e internacionales, sobre la innovación tecnológica en la industria y, más en concreto, en la de la moda. Ha sido también asesor económico de la Presidencia del Gobierno y de los Ministerios de Industria y de Ciencia y Tecnología.

Ana Cañizal

Licenciada en Ciencias de la Información, rama de Periodismo, por la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado como redactora en televisión, radio, Internet, prensa diaria y publicaciones no diarias, donde también ha desempeñado cargos directivos. Tiene una larga experiencia como editora de textos y correctora de estilo,

especialmente en revistas femeninas. En la actualidad trabaja como periodista *free-lance* y diseñadora gráfica.

Carmen Duerto

Diplomada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Es también Técnico en *marketing*. Es colaboradora habitual de *El Mundo* (*Magazine*, *Crónica* y *Yo Dona*) y de otras publicaciones. Tiene una extensa actividad dentro del mundo periodístico, abarcando tanto el periodismo escrito como la televisión y la radio. Fue responsable de prensa y comunicación de Agatha Ruiz de la Prada durante cuatro años. En 2004, publicó un libro biográfico sobre el Príncipe Felipe.

Lola Gavarrón

Doctora en Geografía e Historia por la Universidad Complutense de Madrid, ha escrito numerosos libros relacionados con el mundo de la moda. Periodista *free-lance* de moda en la actualidad, colabora con numerosas publicaciones nacionales e internacionales, siendo corresponsal en España de *International Cosmétique News*. Ha sido profesora del Centro Superior de Diseño y Moda y del Instituto Europeo de Diseño. Actualmente, imparte clases en el Máster del Instituto Empresa y Moda y del Instituto de Arte y Moda. IART. También es asesora del Museo del Traje.

Concha del Rey Bueno

Diplomada en Periodismo por la Misissippi University. Además, ha estudiado producción, cine, televisión y fotografía en la Escuela Superior en Comunicación, Imagen y Sonido (CEV). En la actualidad, es Jefa de moda y consumo de la revista *Ser padres*, del grupo G+J. Es miembro del Comité de Moda de la Feria de Moda Infantil de Valencia. Ha trabajado como *free-lance* en producción y estilismo de campañas publicitarias para marcas como *Winston*, *Ferrys*, *Induyco*, *ONCE* o *El Corte Inglés*.

Mercedes Rodríguez Sánchez

Es Profesora Asociada de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, profesora del Executive MBA en Gestión de Empresa de Moda del ISEM Fashion Management School y coordinadora del Diploma en *Arte, Moda y su Comunicación* del Instituto de Arte de Madrid *I|Art*. Como consultora de moda, imparte cursos, prepara material audiovisual para la comunicación interna y se

ocupa de la elaboración de informes de tendencias para *El Corte Inglés* y la cadena de tiendas *Sfera*. Asimismo, colabora con diversas instituciones como el Museo del Traje de Madrid y la Universidad de Valladolid.

Ana Ureña

Graduada *cum laude* por la Richmond University de Londres en International Relations, posee un amplio conocimiento del mundo de la moda y del diseño actual. Hizo sus prácticas de periodismo en la revista inglesa de moda *Harpers & Queen*, antes de formar parte del equipo de redacción de la revista, también inglesa, *Tatler* y más tarde redactora del periódico *The Times* de Londres. De vuelta a España, trabajó en las revistas *Elle* y *Vogue* España durante años. Actualmente trabaja como *freelance*: participa activamente en programas de radio y televisión, dirige una revista de lujo bianual: *Luxos Spain*; colabora habitualmente en revistas mensuales y semanales de moda y actualidad como *Mía*, el *XL Semanal*, *Mujer Hoy Corazón* y *Mujer Hoy* donde publica su columna “Shopping Adicta”. Es directora de estilismo e imagen del diseñador español Javier Larrainzar.

2.3. COLABORACIONES

Además de los profesores de nuestros cursos, han impartido conferencias, los siguientes profesionales:

Francisco Cabrera (Director General Económico de Hachette Filipacchi)

Andrés Carretero (Director del Museo del Traje)

Javier Fernández Angulo (Director de GQ)

Charo Izquierdo (Directora de Yo Dona)

Nuria de Miguel (Responsable del Gabinete de Prensa de la Pasarela Cibeles)

Susana Pérez (Directora de la marca de joyería *Le Cadó*)

Cuca Solana (Directora de la Pasarela Cibeles)

Por otra parte, Marta Garijo es autora de un interesante *Glosario de moda* que forma parte del material didáctico del curso, e Isabel Sánchez preparó un tema muy completo sobre patronaje.

3. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA A DISTANCIA

3.1. INTRODUCCIÓN

La metodología que se va a emplear en estos cursos es la propia de la enseñanza a distancia. Ello supone que los alumnos no tienen clases presenciales, pero sí la atención personal de cada profesor, por lo que pueden desarrollar toda su formación desde su domicilio.

La enseñanza superior a distancia es la opción ideal para la mayoría de las personas que desea cursar estudios de posgrado y es un sistema en el que nuestra universidad tiene una reconocida experiencia. Este método permite que cada alumno pueda organizar su tiempo en función de sus intereses y de su disponibilidad de tiempo, sin que constituyan un obstáculo el lugar de residencia o la necesidad de atender otras obligaciones. No obstante, también exige hacer una apropiada planificación general, distribuyendo bien el tiempo de trabajo antes de comenzar el estudio de las asignaturas.

Se debe partir de la idea de que, si estos estudios fueran presenciales, el alumno tendría que dedicar unas horas todas las semanas para asistir a clase. Sin embargo, en el sistema de estudios a distancia, el trabajo con los materiales didácticos que se le proporciona, junto con el apoyo que recibe de su profesor a través del correo electrónico, sustituye a las clases presenciales. Por tanto, debe destinar un tiempo concreto al estudio de cada materia, aunque, como es lógico, esto no quiere decir que necesariamente haya que trabajar todas las semanas –si bien sería aconsejable–, pero sí que debe “llevar al día” estos estudios en la medida de lo posible.

3.2. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Las actividades presenciales, si se consideran necesarias, se celebrarán de forma intensiva una vez al año, facilitando que los alumnos puedan asistir y beneficiarse de la calidad de los contenidos expuestos por profesores y profesionales del sector de la moda⁵. Además, como no son obligatorias, permiten que cada alumno pueda decidir si asiste o no, en función de sus intereses, sus posibilidades o de otras circunstancias particulares.

⁵ Vid. más adelante *Actividades del curso* (§ 5.).

3.3. MATERIALES DIDÁCTICOS

Como ya hemos mencionado, en los estudios a distancia son muy importantes los materiales didácticos que se les proporciona a lo largo del curso.

Los alumnos recibirán en su domicilio, una vez confirmada la matrícula, el material docente necesario para el estudio y la elaboración de los trabajos prácticos de los módulos de los que se hayan matriculado.

Asimismo, recibirán las grabaciones de las conferencias que hayan impartido en cursos anteriores los profesionales de los distintos ámbitos relacionados con el periodismo de moda. Estas conferencias han sido grabadas en la UNED exclusivamente para el centro *Universidad y Moda*.

También se les enviará una *Guía didáctica* en la que se incluyen las orientaciones para el estudio de cada asignatura, la bibliografía, las instrucciones para la elaboración de los trabajos, información administrativa, etc.

Por otra parte, a lo largo del curso, se les remitirán nuevas grabaciones de conferencias o actos de interés que organice nuestro centro de investigación.

3.4. DIRECTRICES PARA EL ESTUDIO

Puesto que no recibirán clases presenciales, los alumnos contarán con los siguientes medios para suplirlas:

a) Con la ayuda personal del profesor de cada asignatura.

Insistimos en que es fundamental que, a lo largo del curso, mantengan contacto con los profesores, para que les asesoren personalmente en el estudio de cada materia, o para que puedan plantearles dudas concretas sobre contenidos, orientación para la realización de trabajos, bibliografía, etc. Para ello, deberán dirigirse por correo electrónico a los responsables de cada módulo.

b) También tienen a su disposición un área privada en la zona de **alumnos** de la página *web* de *Universidad y Moda*:

www.universidadymoda.com

En esta página, se incluirá toda la información que, a juicio del equipo docente, pueda ser de utilidad para el desarrollo del curso:

- complemento de las directrices para el estudio de las asignaturas

- enlaces a páginas *web*
- artículos
- noticias de interés

3.5. ENVÍO DE MATERIALES PARA EL CURSO

Los alumnos recibirán en su domicilio la *Guía Didáctica* con las orientaciones de cada materia, la bibliografía obligatoria y otros materiales para el estudio de las asignaturas. Se enviará un paquete por cada módulo en el que se hayan matriculado.

4. EVALUACIÓN Y ENTREGA DE TRABAJOS

4.1. EVALUACIÓN

Para superar estos curso, es obligatorio realizar los ejercicios que se especifican en cada uno de los módulos que los componen⁶.

Además de las orientaciones concretas que reciba en cada asignatura, debe prestar especial atención a las normas de carácter general que se especifican en la *Guía Didáctica* que se enviarán a los alumnos junto con el resto del material de estudio.

4.2. PUBLICACIÓN DE LOS TRABAJOS

El centro *Universidad y Moda* tiene una revista virtual en la que pueden ser publicados los artículos de los alumnos, si el informe de los profesores así lo recomienda.

Para que un artículo pueda ser publicado, es imprescindible que, además de respetar las normas de formato, se incluya una **autorización** expresa del alumno.

4.3. PLAZOS DE ENTREGA

El plazo de entrega de los trabajos depende del criterio de los profesores; por lo tanto, debe consultar las orientaciones específicas de cada asignatura en la *Guía Didáctica*.

Es muy importante que respeten estos plazos, pero, con carácter extraordinario, cada profesor valorará las circunstancias que impidan entregar algún trabajo en las fechas establecidas.

⁶ Las directrices para hacer estos trabajos, y las direcciones del correo electrónico de cada profesor, las encontrarán en los apartados dedicados a cada módulo.

5. ACTIVIDADES DEL CURSO

El *Centro Universitario de Estudios en Moda* de la UNED podrá organizar actividades (conferencias, jornadas, etc.), en las que participarán profesionales del sector de la moda, especialistas en alguna de las materias del curso.

La convocatoria de estas actividades se publicará con suficiente antelación en la página *web* de *Universidad y Moda* (www.universidadymoda.com) y, además, se les comunicará personalmente a todos los alumnos.

La asistencia a estas conferencias es voluntaria, por lo que se grabarán íntegramente para facilitárselas a los alumnos.