



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA
BRAGA

PÓS-GRADUAÇÃO
COMUNICAÇÃO
NO FUTEBOL PROFISSIONAL

PÓS-GRADUAÇÃO CERTIFICADA PELO FUTEBOL PROFISSIONAL

ED

Education

PG /ED

Postgraduate
Course

6ª EDIÇÃO 2024-25

COORDENAÇÃO CIENTÍFICA:
PROF. MANUEL ANTUNES DA CUNHA



PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO NO FUTEBOL PROFISSIONAL

PÓS-GRADUAÇÃO CERTIFICADA PELO FUTEBOL PROFISSIONAL

DE OUTUBRO DE 2024 A JUNHO DE 2025

CANDIDATURAS ATÉ 15 DE SETEMBRO

ED

Education

PG /ED

Postgraduate
Course

ACESSO AOS EVENTOS

*50€ da taxa de candidatura são deduzidos na aquisição do bilhete para o TFS2024



TEMAS

1. BROADCASTING E PRODUTO TV
2. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA
MARKETING DIGITAL
3. COMENTÁRIO DESPORTIVO E ÉTICA
4. GESTÃO DE CRISE
5. GESTÃO DE MARCA
6. JORNALISMO DESPORTIVO
7. LIDERANÇA, CLUBES E SOCIEDADES
DESPORTIVAS
8. ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DAS
COMPETIÇÕES PROFISSIONAIS
9. REDES SOCIAIS
10. TÓPICOS DE COMUNICAÇÃO

APRESENTAÇÃO E OBJETIVOS

O programa da Pós-Graduação proporciona a aquisição de conhecimentos basilares para a compreensão deste fenómeno comunicacional e de novas competências para a produção de conteúdos no âmbito dos campeonatos profissionais de futebol e das Sociedades Desportivas.

A parceria entre a Liga Portugal e a Universidade Católica oferece uma formação especializada que conjuga os conhecimentos teóricos, a partilha de estudos de caso e a prática da organização e comunicação no Futebol Profissional, como mais nenhuma entidade em Portugal.

Para além de académicos, conta com o contributo de quadros da Liga Portugal e de intervenientes de renome oriundos dos clubes e dos meios de comunicação social.

DESTINATÁRIOS

- Dirigentes e quadros superiores das Sociedades Desportivas que queiram atualizar e aprofundar os seus conhecimentos nas áreas de Comunicação Estratégica, aplicadas ao universo do Futebol Profissional;
- Colaboradores dos departamentos de Comunicação e Marketing das Sociedades Desportivas que pretendam desenvolver as suas competências e capacidade de planeamento e estruturação das operações das competições profissionais;
- Colaboradores e Parceiros da Liga Portugal que pretendam adquirir conhecimentos técnicos à altura dos desafios que se colocam aos departamentos de Comunicação e Marketing do futebol, promovendo uma visão mais ampla e integrada das competições profissionais;
- Jornalistas que queiram aprofundar os conhecimentos da realidade das competições profissionais de futebol;
- Estudantes que queiram descobrir o mercado de trabalho das Sociedades Desportivas, obtendo a formação ideal para o exercício de funções de alta responsabilidade nas estruturas de Marketing e Comunicação das competições profissionais;
- Todos aqueles que pretendam adquirir conhecimentos no âmbito do Futebol Profissional.





HABILITAÇÕES

- Grau de Pós-Graduado da UCP conferido aos Licenciados após aprovação em todos os módulos, desde que com frequência a 75% das aulas de cada módulo;
- Certificado de Formação Avançada atribuído aos não licenciados após aprovação em todos os módulos, desde que com frequência a 75% das aulas de cada módulo.

CRONOGRAMA

De outubro de 2024 a junho de 2025
Terças-feiras entre as 14h00 e as 19h30
Total de horas: 120 horas / 20 créditos ECTS

LIMITE MÁXIMO DE VAGAS

Cada curso terá o mínimo de 20 formandos e máximo de 40.

CANDIDATURA

CANDIDATURA

50€

PROPINA

2.600€

SOCIEDADES DESPORTIVAS E PARCEIROS

desconto de 20%

ALUNOS E EX-ALUNOS DA UCP E LPBS

desconto de 10%

PRONTO PAGAMENTO

desconto de 5%

- a. Pagamento em 3 prestações (outubro, janeiro, abril) no valor unitário de: 1.200€
- b. Pagamento integral até 31 de outubro terá um desconto de 5%
- c. Os candidatos serão sujeitos a um processo de seriação cujo critério está definido pela ordem referida no item “DESTINATÁRIOS”

PLANO DE ESTUDOS

ENQUADRAMENTO DA LIGA PORTUGAL E DAS COMPETIÇÕES PROFISSIONAIS

A Liga Portugal usa os valores de Rigor, Talento, Profissionalismo e Agregação na sua filosofia e na organização de três grandes competições sustentadas pela excelência do futebol, como são a Liga Portugal Betclic, a Liga Portugal SABSEG e a Allianz CUP. Estabelecer o contacto direto com os clubes e media faz parte das funções e exigências da Comunicação em qualquer competição profissional da Liga Portugal.

ORGANIZAÇÃO DE JOGO

Em dia de jogo, é necessário organizar atividades como a reunião preparatória para estabelecer todas as matérias organizacionais. Outras missões de índole comunicacional em dia de jogo prendem-se com o preenchimento e validação das fichas técnicas pelos diversos intervenientes, a distribuição da constituição das equipas aos media, ou até agilizar a presença de um jogador e treinador na zona de entrevistas rápidas, bem como acompanhar os treinadores à conferência de imprensa.

TÓPICOS DE COMUNICAÇÃO

A Comunicação tem de ser clara e objetiva, assentando num planeamento estratégico que tem em conta os diversos protagonistas (clubes, media, patrocinadores, instituições públicas e privadas, adeptos, opinião pública), utilizando os diferentes canais existentes para veicular a mensagem adequada a cada situação.

JORNALISMO NA VERTENTE DESPORTIVA

Analisar os processos de comunicação e jornalismo no desporto. Compreender a relação histórica e a atual evolução no contexto mediático, político e social. Distinguir teorias, práticas e géneros jornalísticos. Entender e intervir nas dinâmicas mediático-desportivas da espetacularização e hipermediatização, no âmbito da digitalização, comercialização e globalização, assim como da emergência de novos atores, funções e desafios para os jornalistas desportivos e para a produção de conteúdos em novas plataformas.

GESTÃO DE MARCA

A Gestão de Marcas desempenha um papel fundamental na diferenciação das equipas, ligas e jogadores num mercado altamente competitivo e globalizado. Através dos seus princípios, é possível construir e gerir estrategicamente a identidade das diversas marcas associadas ao futebol, promovendo-as de modo que a imagem percebida pelos públicos esteja alinhada com a imagem idealizada pelas organizações. Desta forma, assegura-se uma melhor relação com os diversos públicos e potencia-se um aumento da sua notoriedade e reputação.

BROADCASTING E PRODUTO TV

O Produto Televisivo é fundamental na captação de novos adeptos para a indústria do futebol e a imagem que chega aos ecrãs deve ser de festa, alegria e paixão, emoções que caracterizam o futebol positivo. Questões como a colocação dos adeptos nos estádios, planos de câmara e a utilidade de cada uma delas, são importantes para perceber como funciona esta parte sem a qual o Futebol já não consegue viver.

PLANO DE ESTUDOS

COMENTÁRIO DESPORTIVO

A importância que o Futebol assume na sociedade portuguesa leva à necessidade de conhecer os programas de comentário desportivo e os seus protagonistas. Após a entrada de um novo formato, em alguns canais, o comentário desportivo tornou-se uma âncora. Estas novas tendências também revelam o impacto da cultura digital no panorama mediático.

GESTÃO DE CRISE

A Gestão de Crises é essencial para lidar com situações adversas que ameaçam a reputação das equipas e ligas. Desde escândalos envolvendo jogadores e dirigentes até problemas com adeptos, o futebol está sujeito a uma variedade de crises que podem afetar negativamente a imagem e o desempenho dos clubes. A gestão dessas crises envolve, assim, a antecipação de potenciais problemas, a rápida resposta a situações emergentes e a implementação de estratégias de comunicação para minimizar danos na e restaurar a confiança dos diversos públicos.

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PARA O MARKETING DIGITAL

Esta Comunicação promove e auxilia a integração de meios de comunicação e informação digital na gestão estratégica da organização. Em termos específicos, os objetivos incluem: reconhecer a validade dos instrumentos de comunicação digital em termos estratégicos; planear os processos de comunicação organizacional; definir e reconhecer táticas que aumentem o efeito das mensagens da comunicação digital; monitorizar e avaliar resultados da presença online.

REDES SOCIAIS

No desporto e no futebol, a comunicação digital passa hoje pela gestão e distribuição de conteúdos relevantes, e de qualidade, capazes de contar histórias e que estejam orientados para o engagement. Torna-se, assim, imprescindível aliar a componente estratégica à criatividade, através de um profundo conhecimento e uma contínua discussão das características de cada uma das redes sociais, bem como dos hábitos de consumo e das necessidades dos diversos públicos.

LIDERAR CLUBES E SOCIEDADES DESPORTIVAS EFICAZES

O desenvolvimento desportivo do Futebol, ao longo dos tempos, e as exigências crescentes que esta atividade tem colocado aos mais variados agentes desportivos com intervenção neste fenómeno, têm contribuído para a atual expressão e visibilidade desta atividade.

ÉTICA

A facilidade de acesso à informação e o aumento considerável dos canais informativos criaram certos perigos. Em consequência, a liberdade de comunicação aumenta a responsabilidade individual nas mensagens e nos seus efeitos. Os grupos dos profissionais da comunicação costumam formular códigos deontológicos que regem o exercício da profissão.

PLANO DE HORAS

UNIDADES TEMÁTICAS

HORAS

Organização e Gestão das Competições Profissionais	20h
Liderar Clubes e Sociedades Desportivas Eficazes	10h
Jornalismo Desportivo	15h
Tópicos de Comunicação	10h
Gestão de Marca	10h
Comunicação Estratégica para o Marketing Digital	15h
Broadcasting e Produto TV	10h
Redes Sociais	15h
Gestão de Crise	10h
Ética e Comentário Desportivo	05h





ACESSO AO EVENTO

A Allianz CUP, competição profissional organizada pela Liga Portugal, apresentará na temporada 2024-25 um novo formato, respondendo à crescente densidade do calendário internacional. A competição será disputada por oito equipas, num sistema de quartos de final, marcados para o dia 30 de outubro. Dessa fase sairão as quatro equipas que avançarão para a Final Four, agendada para a semana de 4 a 11 de janeiro de 2025, com Leiria a ser novamente o palco escolhido para receber aquela que é a Grande Festa do Futebol Profissional. Nesta cidade anfitriã ocorrem várias atividades, caracterizadas pela inovação, tecnologia e entretenimento.



SAVE THE DATE

SEPTEMBER 12-14, 2024

 **50€** DESCONTO
EXCLUSIVO
COM A CANDIDATURA

 **PORTO, PORTUGAL**

LIGA  PORTUGAL

THINKING FOOTBALL

SUMMIT 2024



**+50
PANELS**



**+100
SPEAKERS**



**+5000
ATENDEES**



**+30
COUNTRIES**

MORE INFO

THINKINGFOOTBALLSUMMIT.COM



PARA MAIS INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES CONTACTE LIGA PORTUGAL:

S: www.ligaportugal.pt

E: business.school@ligaportugal.pt

T: +351 22 834 87 40