



# Pós-Graduação Comunicação no Futebol Profissional

PÓS-GRADUAÇÃO CERTIFICADA PELO FUTEBOL PROFISSIONAL

PORTO

**DE 17 SETEMBRO DE 2019  
A 23 JUNHO DE 2020**

CANDIDATURAS ATÉ 9 DE SETEMBRO

Para mais informações e inscrições contacte:  
Liga Portuguesa de Futebol Profissional

S: [www.ligaportugal.pt](http://www.ligaportugal.pt)

E: [posgraduacao@ligaportugal.pt](mailto:posgraduacao@ligaportugal.pt)

T: +351 22 834 87 40

M: +351 93 042 08 60

**1ª EDIÇÃO**  
2019-20

# Pós-Graduação Comunicação no Futebol Profissional

DE 17 SETEMBRO DE 2019  
A 23 JUNHO DE 2020  
CANDIDATURAS ATÉ 9 DE SETEMBRO



Pós-Graduação  
**Comunicação**  
no **Futebol Profissional**

Comunicação  
estratégica

Clubes e sociedades  
desportivas

Redes  
sociais

Comentário  
desportivo

Organização  
das competições  
profissionais

Marketing  
digital

Gestão  
de marca

Ética desportiva

Jornalismo na vertente  
desportiva, assessoria  
e relações públicas

Liderança

TEMAS



# Pós-Graduação Comunicação no Futebol Profissional

## APRESENTAÇÃO E OBJETIVOS:

O programa de Pós-Graduação em Comunicação no Futebol Profissional pretende desenvolver, num ano letivo conhecimentos ímpares no que respeita à Comunicação Estratégica e à Produção de Conteúdos no Futebol Profissional. Permite a aquisição de conhecimentos e novas competências no âmbito dos conteúdos de comunicação associados à organização 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 essenciais, a parte técnica e a prática da organização e comunicação no Futebol Profissional, como mais nenhuma entidade em Portugal.

## 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;

## HABILITAÇÕES:

- Grau de Pós-Graduado da UCP será conferido aos Licenciados submetidos a exame final, desde que com frequência a 70% aulas de cada módulo;
- Certificado de frequência no curso será atribuído aos não licenciados desde que apresentem um trabalho final de um módulo à escolha e assistam a 70% das aulas de cada módulo;

## CRONOGRAMA:

De 17 de setembro de 2019 a 23 de junho de 2020, terças-feiras entre as 14h00 e as 19h30

Total de horas: 120 horas

## LIMITE MÁXIMO DE VAGAS:

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

Candidatura: **50€**

Propina: **2.600€**

Sociedades desportivas e Parceiros: **desconto de 10%**

Pronto pagamento: **desconto de 5%**

- a) Pagamento em 3 prestações no valor faseado de: **1.000€ (setembro) + 800€ (janeiro) + 800€ (abril)**
- b) Pagamento integral até 30 de setembro terá um desconto de **5%**
- c) Os candidatos serão sujeitos a um processo de seleção 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 NOS, a LigaPro 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

Assegurar atividades no dia de jogo, 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, ASSESSORIA E RELAÇÕES PÚBLICAS

Como assegurar uma Comunicação direcionada para cada função; promover as ações da organização ou passar uma mensagem clara e eficaz. Na assessoria é preciso planear as mais diferentes ações e eventos, desenvolver e promover o contacto com os media e criar proximidade com os intervenientes, numa base de Relações Públicas.



## PLANO DE ESTUDOS

### COMUNICAÇÃO - PROMOÇÃO DE MARCA

A promoção da imagem de um clube e dos seus atletas está intrinsecamente ligada à Comunicação. Tudo o que é comunicado, em função da forma ou do conteúdo, depende da avaliação e da estratégia em termos de comunicação.

### GESTÃO DE MARCA – IMAGEM DE CLUBES E ATLETAS

A imagem de um clube e atleta está intrinsecamente ligada à Comunicação. Tudo o que é comunicado, independentemente da forma ou conteúdo está sempre dependente da avaliação e conceito da comunicação. O planeamento, as estratégias fazem parte do desenvolvimento de uma boa Comunicação.

### 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

Existem duas regras fundamentais na gestão de uma crise. A primeira é antecipar. A prevenção assume aqui um papel fundamental. A segunda é nunca mentir. A comunicação é demasiado volátil e efémera. Como tal, planear e antecipar são regras básicas que devem ser sempre respeitadas.

### 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 E LITERACIA TRANSMEDIÁTICAS

A Literacia Transmediática é entendida como um conjunto de capacidades, práticas, valores, sensibilidades e estratégias de aprendizagem e intercâmbio desenvolvidas e aplicadas no contexto das novas culturas. Na Comunicação, assim como no Desporto, este desenvolvimento é imprescindível para gerir conteúdos, proximidade e interação com os demais intervenientes, também no âmbito das redes sociais.

## 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 expressão que esta atividade hoje tem.

## 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
Enquadramento da Liga Portugal e das Competições Profissionais	2h30
Organização de Jogo	5h00
Tópicos de Comunicação	20h00
Jornalismo na Vertente Desportiva, Assessoria e Relações Públicas	20h00
Comunicação - Promoção de Marca	2h30
Gestão de Marca - Imagem de Clubes e Atletas	2h30
Comentário Desportivo	5h00
Gestão de Crise	7h30
Comunicação Estratégica para o Marketing Digital	15h00
Redes Sociais e Literacia Transmediáticas	15h00
Liderar Clubes e Sociedades Desportivas Eficazes	15h00
Ética	15h00





PARCERIA



**LIGA**  
PORTUGAL



UNIVERSIDADE  
CATOLICA  
PORTUGUESA  
BRAGA

Para mais informações e inscrições contacte:

Liga Portuguesa de Futebol Profissional

S: [www.ligaportugal.pt](http://www.ligaportugal.pt) | E: [posgraduacao@ligaportugal.pt](mailto:posgraduacao@ligaportugal.pt)

T: +351 22 834 87 40 | M: +351 93 042 08 60