

Plano de Atividades 2019/2020

IPAM Porto

novembro - 2019



Qualidade

- Revisão de Estatutos e Regulamentos
- Sistema Interno de Garantia de Qualidade
- Carreira e Avaliação do Corpo Docente
- Acreditação Institucional e de Cursos

Modelo Académico 2.0

- Ensino a Distância
- Trabalhadores-Estudantes
- Formação Executiva - Novo Modelo
- Ensino Móvel

REPUTAÇÃO

Investigação

- Plano Estratégico para a Investigação
- Implementação de Plano Estratégico
- Nova Unidade de Investigação
- Indicadores de Investigação - Implementação da Estratégia
- RPM - Revista Portuguesa de Marketing

Internacionalização

- Aumento do número de estudantes internacionais
- Acreditação Internacional
- Desenvolvimento de produtos globais

Plano 2019/2020

Plano de Atividades: Visão Macro



Pilar Estratégico	Objetivos	Tarefas	Métricas	Timings
Modelo Académico	<ul style="list-style-type: none">- Melhorar a experiência de aprendizagem do EaD- Novo modelo académico para trabalhadores-estudantes- Definir o novo modelo académico de formação executiva- Incluir Mobile Teaching no modelo académico	<ul style="list-style-type: none">- Definir equipas de trabalho internas e externas- Definir líderes de equipa- Definir planos de ação	<ul style="list-style-type: none">- Planos Oficiais	abril 2020
Qualidade	<ul style="list-style-type: none">- Cumprir os requisitos da Avaliação Institucional- Submissão do processo do Sistema Interno de Garantia de Qualidade ASIQ2019- Reacreditação da LGMKT e MGMKT- Revisão de Estatutos e Regulamentos	<ul style="list-style-type: none">- Sistema Interno de Garantia de Qualidade- Implementação e Consolidação do SIGQ- Atualizar os Estatutos do IPAM- Atualizar os Regulamentos segundo o RJIES- Definir e implementar a progressão de carreira	<ul style="list-style-type: none">- Submissões- Processos de Acreditação- Revisão de Regulamentos	novembro 2019 maio 2020
Investigação	<ul style="list-style-type: none">- Quadro formal e legal da Unidade de Investigação do IPAM- Definir a estratégia de Investigação	<ul style="list-style-type: none">- Definir o Modelo de I&R- Planeamento da estrutura, gestão, linhas de pesquisa, objetivos, parceiros, acreditações, forma de financiamento, RPM	<ul style="list-style-type: none">- Plano- Implementação do Plano	janeiro 2020
Internacionalização	<ul style="list-style-type: none">- Aumento de estudantes internacionais- Obtenção de acreditação internacional- Definir estratégia de gestão de ofertas globais	<ul style="list-style-type: none">- Plano de Internacionalização- Submissão de acreditação internacional	<ul style="list-style-type: none">- % Estudantes (Internacionais)- Parcerias- Acreditação	julho 2019

Plano de Atividades: Detalhes

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura GMKT	1 - Imersão Profissional 1.1 - 80% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. - Participação em 2 Concurso Nacional / Internacional 1.3. - 50% UC's com Visitas a Empresas 1.4. - 90% UC's com Aulas dadas/participadas por Empresas 1.5 - 30% UC's Soft Skills 1.6. - Prémios / Certificados para os melhores trabalhos	a) Match entre UC's e Empresas; Prémios para melhores Trabalhos (Certificado); Contactos com Empresas; Criação de Metodologias Específicas Pesquisa de Hipóteses; b) Sensibilizar de Alunos e Docentes c) Planeamento com Professores e Empresas d) Planeamento com Professores e Empresas e) Planeamento com Professores	Nº Alunos Envolvidos Nº Desafios Nº Empresas Envolvidas Nº UC's Envolvidas	julho 2020
	2 - Internacionalização 2.1. - Professores estrangeiros (seminários e aulas específicas) (International Week) 2.2. - Enviar um docente em Mobilidade 2.3 - Casos Internacionais: 50% das UC's 2.4 - 20% das UC's Bilingue	a) Garantir a visibilidade nas instituições parceiras (mobilidade) b) Sensibilização de Docentes; Articulação com Internacionalização c) Pesquisa de Hipóteses; Match entre UC's e Casos Reais; Sensibilizar Docentes e Alunos	Nº Professores Nº Seminários e Aulas Nº UC's	julho 2020
	3 - Tecnologia 3.3. - Criação de plataforma para a realização dos PUC e alteração do formato dos PUC	a) Diagnóstico de necessidades e soluções para da UC	Nº UC's Nº Software	julho 2020

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura GMKT	4 - Responsabilidade Social			
	4.1. - 30% UCs com casos E ISFL ou relacionados com responsabilidade social	a) Diagnóstico e agregação das melhores soluções a cada UC; Pesquisa de Concursos Nacionais e Internacionais; Sensibilizar Alunos e Docentes	Nº Alunos envolvidos	julho 2020
	4.2 – Envolvimento de docentes (pelo menos 2) em Casos/ Projetos de Responsabilidade Social	b) Promover o envolvimento dos docentes em Projetos / Casos de Responsabilidade Social (Nacional e Internacional)	Nº UC's	
			Nº Case Studies	
		Nº de Docentes		
	5 - Empreendedorismo			
	5.1. - 25% de UC's com Projetos Reais de Empreendedorismo	a) Desenvolver Metodologias Específicas; Estudo de alternativas e Match entre Projetos e UC's	Nº alunos envolvidos	julho 2020
			Nº UC's envolvidas	
	6 - Digital			
	6.1 - Abordagem digital (Conteúdos Programáticos) em todas as UC's	a) Plano para a introdução da abordagem digital em todas as UC's	Nº de UC's	julho 2020
	6.2 - Módulos de Formação para Alunos e Docentes	b) Plano de Formação	Nº de formações	
	7 - Uniformização Porto x Lisboa			
	7.1. - Uniformização de modelo de trabalho	a) Reforçar o trabalho desenvolvido, promovendo mais contactos, nesta fase para partilha de casos a trabalhar nas UC's entre Lisboa e Porto	Nº UC's Nº Alunos Envolvidos Nº Casos Reais	julho 2020

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura MKT	1 - Imersão Profissional 1.1. - 75% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. - Participação em 1 Concurso Nacional / Internacional 1.3. - 50% UC's com Visitas a Empresas 1.4. - 75% UC's com Aulas dadas/participadas por Empresas 7.5. - 30% UC's Soft Skills	a) Criar mecanismo de incentivo para a excelência. b) Incentivar e Envolver alunos e docentes c) Planeamento com Professores e Empresas d) Planeamento com Professores e Empresas	Nº Alunos Envolvidos Nº Desafios Nº Empresas Envolvidas Nº UC's Envolvidas	julho 2020
	2 - Internacionalização 2.1. - 6 Professores estrangeiros (seminários e aulas específicas) (International Week) 2.2. - Casos internacionais: 10% 2.3. - Oferta formativa em inglês	a) Sensibilização de Docentes; Articulação com Internacionalização b) Pesquisa de Hipóteses que sirvam os interesses das UC's e Casos Reais; Sensibilizar Docentes e Alunos	Nº Professores Nº Seminários Aulas Nº UC's	julho 2020
	3 - Tecnologia 3.1. - Criação de uma plataforma para a realização dos PUC e alteração do formato dos PUC	a) Diagnóstico de Necessidades e Soluções para cada UC b) Planeamento e Implementação de Desafios	Nº UC's Nº Alunos Envolvidos	julho 2020

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura MKT	4 - Responsabilidade Social 4.1. - 30% UCs com casos E ISFL ou relacionados com responsabilidade social 4.2 – Envolvimento de docentes (pelo menos 1) em Casos/ Projetos de Responsabilidade Social	a) Diagnóstico e agregação das melhores soluções a cada UC; Pesquisa de Concursos Nacionais e Internacionais; Sensibilizar Alunos e Docentes b) Promover o envolvimento dos docentes em Projetos / Casos de Responsabilidade Social (Nacional e Internacional)	Nº Alunos Envolvidos Nº UC's Nº Case Studies Nº de Docentes	julho 2020
	5 - Empreendedorismo 5.1. - 25% de UC's com Projetos Reais de Empreendedorismo	a) Desenvolver Metodologias Específicas; Estudo de alternativas e Match entre Projetos e UC's	Nº Alunos Envolvidos Nº UC's Envolvidas	julho 2020
	6 - Digital 6.1. - Tornar transversal a abordagem digital em 100% das UC's 6.2. - Introdução da tecnologia no processo pedagógico	a) Diagnóstico de Necessidades e Soluções para 100%UC's b) início do estudo / projeto para criar / desenvolver metodologias inovadoras (com o apoio do Profº Luiz Moutinho)	Nº UC's	julho 2020
	7 - Benchmark Porto x Lisboa 7.1. - Benchmark de modelo de trabalho	a) Promovendo mais contactos, nesta fase para partilha de casos a trabalhar nas UC's entre Porto e Lisboa	Nº UC's Nº Alunos Envolvidos Nº Casos Reais	julho 2020

Plano 2019/2020

Plano de Atividades: Detalhes



Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado GMKT	1 - Imersão Profissional		Nº UC's Envolvidas	
	1.1. - 60% UC's com Casos Reais	a) Match entre UC's e Empresas; Prémios para melhores Trabalhos (Certificado); Contactos com Empresas; Criação de Metodologias Específicas	Nº Desafios	fevereiro 2020
	1.2. - 30% UC's com Visitas a Empresas	b) Pesquisa de Hipóteses; Sensibilizar de Alunos e Docentes	Nº Alunos Envolvidos	julho 2020
	1.3. - 60% UC's com Aulas dadas por Empresas	c) Planeamento com Professores e Empresas	Nº de Visitas a empresas	
	1.4. - 40% alunos em Estágio Profissional	d) Pesquisa de Hipóteses, Articulação com área de Empregabilidade.	Nº de aulas dadas por empresas	
			Nº Empresas Envolvidas	
	2 - Internacionalização		Nº Professores	fevereiro 2020
	2.1. - 5 UCs com Convidados Internacionais	a) Garantir Visibilidade nas instituições parceiras (mobilidade); Articulação de Procedimentos com Internacionalização	Nº de aulas/seminários	julho 2020
	2.2. - 10% UC's com Casos Internacionais / Multinacionais	b) Pesquisa de Hipóteses; Sensibilização de Docentes e Alunos	Nº Casos Nº UC's	
2.3. - 50% UC's com bibliografia internacional	c) Introdução de bibliografia internacional: artigos científicos e case studies.	Nº de recursos internacionais PUC		
		Nº alunos Nº docentes		
3) Tecnologia			fevereiro 2020	
3.1. - 50% UC's com Software Empresarial	a) Diagnóstico de Necessidades e Soluções para cada UC		julho 2020	
3.2. - 10% UC's em ambiente de Simulador	b) 3Monitorização do software utilizado	Nº UC's		
		Nº de softwares		

Plano 2019/2020

Plano de Atividades: Detalhes



Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado GMKT	4 - Investigação			
	4.1. - Desenvolvimento de artigos científicos a partir de teses mestrado no Porto	a) Incentivar as práticas de investigação (ex.: através do Junior Research Day) e sensibilizar alunos e docentes	Nº de artigos	Setembro 2020
	4.2 Promoção à participação no Junior Research, no Porto.	b) Junior Research Day; Plano de Media Training	Nº Projetos apresentados no JRD	Maio 2020
	4.3. - Mediatizar 2 teses de Mestrado.		Nº Notícias	
	4.4. - Desenvolvimento de 2 estudos de caso a partir de teses mestrado.		Nº casos de estudo	
	5 - Responsabilidade Social			
	5.1. - 10% UCs com casos relacionados com responsabilidade social / Empreendedorismo Social	a) 5.1. Diagnóstico e agregação das melhores soluções a cada UC; Sensibilizar Alunos e Docentes;	Nº Alunos Envolvidos Nº UC's	Fevereiro 2020 Julho 2020
	6 - Empreendedorismo			
	6.1. - 10% de UC's com Projetos Reais de Empreendedorismo.	a) 6.1. Desenvolver Metodologias Específicas; Estudo de alternativas e Match entre Projetos e UC's; Projeto Sensibilização de Alunos e Docentes; Desenvolver projetos profissionais de empreendedorismo.	Nº Alunos Envolvidos Nº UC's Envolvidas Nº de Projectos	Fevereiro 2020 Julho 2020
	7 - Digital			
7.1. - Tornar transversal a abordagem digital em todas as UC's	a) Plano para Introdução da Abordagem Digital em todas as UC's	Nº UC's Nº Módulos de Formação	Julho 2020	
7.2. - Módulos de Formação para Alunos e Docentes	b) Plano de Formação em parceria com a Executive Education			
8 - Uniformização Porto x Lisboa				
8.1. - 10% Casos Reais Partilhados	a) Diagnóstico, construção e Guia com linhas de Orientação e Implementação	Nº UC's Nº Alunos Envolvidos Nº Casos Reais	Julho 2020	
8.2. - Uniformização de Guia de Mestrado	b) Estudo de Alternativas e implementação			

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado MKT	1 - Imersão Profissional 1.1. - 80% UC's com Casos Reais 1.2. - 10% UC's com Visitas a Empresas 1.3. - 60% UC's com Aulas em que Empresas estão envolvidas 1.4. - 20% alunos em Estágio Profissional	a) Match entre UC's e Empresas; Contactos com Empresas; Criação de Metodologias Específicas b) Pesquisa de Hipóteses; Sensibilizar de Alunos e Docentes c) Planeamento com Professores e Empresas d) Pesquisa de Hipóteses, Articulação com área de Empregabilidade.	N° UC's Envolvidas N° Desafios N° Alunos Envolvidos N° de Visitas a empresas N° de aulas dadas por empresas N° Empresas Envolvidas	fevereiro 2020 julho 2020
	2 - Internacionalização 2.1. - 7 Seminários com Docentes Convidados Internacionais 2.2. - 80% UC's com Casos Internacionais / Multinacionais 2.3. - 100% UC's com bibliografia internacional 2.4. - 70% professores com experiência internacional	a) Articulação de Procedimentos com Internacionalização b) Pesquisa de Hipóteses; Sensibilização de Docentes e Alunos c) Uso bibliografia internacional: artigos científicos e case studies. d) Contratação de docentes com experiência internacional	N° Professores N° de aulas/seminários N° Casos N° UC's N° de recursos internacionais PUC N° alunos N° docentes	fevereiro 2020 julho 2020
	3 - Tecnologia 3.1. - 100% UC's com utilização de softwares comuns (p.ex., Word, Power Point, Excel, etc.) 3.2. - 30% UC's com utilização de softwares e bases de dados avançadas (p.ex., SPSS, B-On/EBSCO, Passport Euromonitor, simulador, etc.) 3.3. - 10% UC's em ambiente de Simulador	a) Diagnóstico de Necessidades e Soluções para cada UC b) Monitorização do software utilizado	N° UC's N° de softwares	fevereiro 2020 julho 2020

Plano 2019/2020

Plano de Atividades: Detalhes



Mestrado MKT

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado MKT	4 - Investigação 4.1. - Ter 2 convidados nas UCs que partilhem sua investigação científica	a) Organização de dois seminários sobre investigação, em sessões extra aulas regulares	Nº de seminários	Setembro 2020 Maio 2020
	5 - Responsabilidade Social 5.1. - 10% UCs com casos relacionados com responsabilidade social / Empreendedorismo Social	a) Diagnóstico e agregação das melhores soluções a cada UC; Sensibilizar Alunos e Docentes;	Nº Alunos Envolvidos Nº UC's	Fevereiro 2020 Julho 2020
	6 – Empreendedorismo 6.1. - 10% de UC's com Projetos Reais de Empreendedorismo. 6.2. - Organizar um projeto transdisciplinar de empreendedorismo	a) Desenvolver Metodologias Específicas; Estudo de alternativas e Match entre Projetos e UC's; Desenvolver projetos profissionais de empreendedorismo.	Nº Alunos Envolvidos Nº UC's Envolvidas Nº de Projectos	Fevereiro 2020 Julho 2020
	7 - Digital 7.1. - Tornar transversal a abordagem digital em todas as UC's 7.2. - Módulos de Formação para Alunos e Docentes	a) Plano para Introdução da Abordagem Digital em todas as UC's b) Plano de Formação em parceria com a Executive Education	Nº UC's Nº Módulos de Formação	Julho 2020

Plano de Atividades: Detalhes

Pilar	Objetivo	Tarefas	Métricas	Timings
Internacionalização	1) Criar 10 novos Protocolos de Mobilidade (7 Europeus + 3 fora da Europa)	<ol style="list-style-type: none"> Finalizar os processos em curso Selecionar novas, e mais aliciantes instituições parceiras (dentro e fora da rede Laureate) -- > Critérios: Similaridade com os cursos do IPAM e com os nossos Planos de Estudos; Reputação da Instituição; Localização Geográfica) 	Número de protocolos	Junho 2020
	2) Captação de 60 alunos estrangeiros	<ol style="list-style-type: none"> Garantir visibilidade para um mínimo de 10 instituições parceiras Criar brochura para parceiros Rever website para conter toda a informação relevante e aliciante para alunos prospetivos 	Número de alunos	setembro 2019 fevereiro 2020
	3) Envio de 20 alunos para intercâmbio	<ol style="list-style-type: none"> Garantir mobilização e informação das oportunidades e bolsas na altura de inscrições Rever website para conter toda a informação relevante e aliciante para alunos prospetivos com links diretos para as universidades em protocolo Dar suporte administrativo em todo o processo 	Número de alunos	setembro 2019 fevereiro 2020
	4) Captação de 12 Professores estrangeiros	<ol style="list-style-type: none"> Receber com qualidade os professores que nos procuram em mobilidade internacional Organização de International Week 	Número de professores	março 2020 julho 2020
	5) Envio de 2 professores e 1 Elemento de Staff em mobilidade Internacional	5.1. Garantir que os Professores e os Elementos de Staff tenham conhecimento e concorram a programas de mobilidade	Número de professores	julho 2020
	6) Cria 2 módulo de Capacitação para a Língua inglesa	6.1. Criar 2 módulos de iniciação e um intermédio de capacitação (soft skill) de aprendizagem de língua inglesa	Número de módulos Número de alunos	fevereiro 2020 julho 2020
	7) Certificação internacional	7.1. Diagnóstico de hipóteses e submissão de processo	Certificação	setembro 2019
	8) Atingir uma taxa de 15% de Estudantes Internacionais Regulares	<ol style="list-style-type: none"> Campanha “Brasil” para Cursos em Português Campanha “Europa” para Cursos em Inglês 	Número de alunos	setembro 2019

Plano de Atividades: Detalhes

Pilar	Objetivo	Tarefas	Métricas	Timing s
Qualidade e Inovação	1) Implementar os princípios estratégicos da Escola IPAM para a área da qualidade em estreita articulação com a Entidade Instituidora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formalização da Comissão da Qualidade e do Conselho Consultivo 2. Aprovação da Política da Qualidade para o IPAM Porto em CG 3. Aprovação do Manual da Qualidade (versão 2.0 - 2018) em CG 4. Kick-off dos contornos do processo de Auditoria Externa. 	Ata da reunião do Conselho de Gestão (aprovação dos elementos em discussão)	dezembro 2019
	2) Promover a implementação do SIGQ (manual da qualidade) em linha com a Política da Qualidade do IPAM de Porto e com a participação dos diversos intervenientes	<ol style="list-style-type: none"> 1.Operacionalização dos macroprocessos e desenvolvimento das evidências em falta. Consolidação dos elementos 2. Articulação com os intervenientes no processo de implementação do SIGQ 3. Realização da auditoria interna 4. Atualização do manual da qualidade. 	Consolidação das evidências em dossier desenvolvido para o efeito Relatório de auditoria Interna Manual da qualidade aprovado (nova versão)	junho 2020
	3) Assegurar a Auditoria Institucional Externa (A3ES) ao SIGQ do IPAM de Porto com vista à certificação deste sistema de gestão	<ol style="list-style-type: none"> 1.Formalização junto da A3ES da intenção da escola para a auditoria externa ao SIGQ 2.Preparação dos elementos que devem constar no processo (relatório de auto-avaliação) 3. Se confirmada a visita pela A3ES, planeamento e implementação dos procedimentos de preparação à auditoria externa 	Decisão formal por parte da A3ES sobre a intenção da Escola (Lista das instituições) Se realizada a visita, receção do relatório preliminar de auditoria institucional ao SIGQ (apreciação da CAE) Decisão relativa à certificação ou não cerificação ao SIGQ (A3ES)	dezembro 2019
	4) Adequar o impacto da Implementação dos novos Estatutos do IPAM no domínio do SIGQ e dos regulamentos associados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reavaliação do manual da qualidade corrente aos novos Estatutos do IPAM 2. Discussão das alterações com os stakeholders 3. Participação na adaptação interna aos regulamentos em vigor. 	Ata do CTC (aprovação dos regulamentos em sede do CTC) Manual da qualidade aprovado (se necessário)	dezembro 2019
	5) Atualizar Estatutos e Regulamentos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nomear Comissão 2. Atualizar Estatutos e Regulamentos 	Ata dos Conselhos	junho 2020
	6) Avaliação do Corpo Docente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integração do Processo de Avaliação do Corpo Docente no SIGQ 2. Construir Regulamento de Avaliação 	Regulamentos Relatórios	junho 2020

Plano 2019/2020

Plano de Atividades: Detalhes



Pilar	Objetivo	Tarefas	Métricas	Timings
Empregabilidade	1. Avaliar empregabilidade e fazer diagnóstico das carreiras dos alunos atuais e ex-alunos	<ul style="list-style-type: none"> a) Criação de questionário com periodicidade anual b) Relatório síntese c) Projeto Movimento Alumni 	Relatório Estudo Amostra de Estudo	Julho 2020
	2. Implementar estratégia de Carreiras IPAM	<ul style="list-style-type: none"> a) Bolsa de emprego b) Ações de promoção junto das empresas (nacional e estrangeiro) c) Speed Meeting d) RP junto das empresas e associações e) Workshops f) Projeto IPAM Alumni 	Nº colocações Nº ações Nº participantes Grau de satisfação	Julho 2020
	3. Colocar 100% de Alunos em Estágio Curricular	<ul style="list-style-type: none"> a) Articulação de Processo de Diagnóstico / Scout b) Contacto com Empresas c) Match e colocação 	Nº participantes Nº Empresas Satisfação	Fevereiro 2020 Setembro 2020
	4. Atingir taxa de 96% de Empregabilidade	<ul style="list-style-type: none"> a) Criação e dinamização de programas com organizações externas que aumentem a visibilidade e empregabilidade b) Semana da Empregabilidade / Feira de Emprego c) Programas de empregabilidade com organizações específicas 	Nº Alunos Nº Empregos / Estágios Satisfação	Dezembro 2020
	5. Empregabilidade Internacional	<ul style="list-style-type: none"> a) Programa de Estágios Internacionais b) Programas de Empregabilidade com Organizações Internacionais 	Nº Alunos Nº Empregos / Estágios Satisfação	Dezembro 2020

Plano 2019/2020

Plano de Atividades: Detalhes



Investigação

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Investigação	1. Unidade de investigação IPAM	a) Criação de uma unidade de investigação (UI) 1) Definição das linhas de investigação da UI 2) Desenvolvimento de um regulamento interno	a) UI aprovada pelo conselho de gestão 1) Número de linhas de investigação e lista de professores alocados em cada linha 2) Regulamento interno submetido ao conselho de gestão	a) Fevereiro 2020
	2. Estimular a investigação científica	a) Desenvolvimento de processos de apoio à pesquisa e publicação. b) Organização de processos internos de partilha de informação via digital e fisicamente em locais no Ipam Porto e Ipam Lisboa.	1) Organização do Marketing Research day 2) Organização de 2 workshops/seminários 3) Criação de newsletter interna 4) Criação de espaço de partilha de informação no BlackBoard relativa a investigação desenvolvida por cada docente 5) Criação de espaço físico de partilha	1) Julho 2020 2) Março 2020 3) Fevereiro 2020
	3. Revista Portuguesa de Marketing (RPM)	a) Definição do reposicionamento da revista e da nova linha editorial	1) Plano de reposicionamento aprovado pelo conselho de gestão 2) Renovação do website da RPM	Setembro 2020
	4. Produção Científica	a) Produção Científica Indexada b) Investigação Orientada c) Estudos Sectoriais	a) Plano de Investigação b) 2 Projetos c) 1 Projeto	Julho 2020

IPAM
THE
MARKETING
SCHOOL

Plano 2019/2020