

Plano de Atividades

2020/2021

IPAM Porto

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura GMKT	1. Reforçar a Imersão Profissional a) 85% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial b) Participação em 1 Concurso Nacional / Internacional c) 25% UC's com Visitas a Empresas d) 80% UC's com Aulas dadas/participadas por Empresas e) 70% UC's no Desenvolvimento de Soft Skills dos estudantes	<ul style="list-style-type: none"> Reforçar o match entre UC's e Empresas; Prémios para melhores Trabalhos (Certificado); Contactos com Empresas; Criação de Metodologias Específicas; Pesquisa de Hipóteses; Sensibilizar de Alunos e Docentes; Planeamento das atividades com Professores e Empresas; Definição de Projetos - Se aplicáveis. 	Nº Alunos Envolvidos Nº Desafios Nº Empresas Envolvidas Nº UC's Envolvidas	Avaliação julho 2021
	2. Acentua as atividades ligadas à Internacionalização a) International week	<ul style="list-style-type: none"> Motivação do envolvimento de alunos e docentes 	Nº Alunos Envolvidos Nº Docentes envolvidos	Avaliação julho 2021

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura GMKT	3. Tecnologia a) 20% utilizem softwares específicos e adaptados ao contexto da UC para sua leção b) 50% das UCs utilizem softwares de Game Base Learning	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico de necessidades e soluções para cada UC 	Nº UC's Nº Softwares	Avaliação julho 2021
	4. Responsabilidade Social a) 20% UCs com casos ou empresas relacionados com responsabilidade social	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico e agregação das melhores soluções a cada UC; Pesquisa de Concursos Nacionais e Internacionais; Sensibilizar Alunos e Docentes 	Nº Alunos Envolvidos Nº UC's Nº Case Studies	
	5. Empreendedorismo a) 30% das empresas de projetos das UCs sejam de Startups	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver Metodologias Específicas; Estudo de alternativas e Match entre Projetos e UC's 	Nº Alunos Envolvidos Nº UC's Envolvidas	
	6. Modelos Pedagógicos a) que todas as UCs tenham pelo menos 30% das aulas com a utilização de uma destas metodologias: Problem Base Learning, Video Base learning, Interview Base learning, Game Base learning, Collaborative Learning ou Flipped Classroom	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico das metodologias adequadas a cada UC Diagnósticos da logística necessária a cada UC 	Nº de aulas por UC Nº Alunos Envolvidos Nº de metodologias utilizadas	

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura MKT	1. Imersão Profissional a) 80% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial b) 75% UC's com Aulas com a participação por Empresas ou profissionais. c) 80% UC's com desenvolvimento de Soft Skills d) 80% dos trabalhos feitos para profissionais de organizações e) 100% desenvolvimento de projeto empresarial ou estágio	a) Match entre UC's e Empresas; Contactos com Empresas; Criação de problemas Específicos para conjuntos de UC b) Integração de UCs para trabalhar projetos empresariais c) Planeamento entre Professores e Empresas	Nº de UCs envolvidas número de professor envolvidos.	setembro 2020 – junho 2021
	2. Internacionalização a) 70% Professores com experiência internacional b) 2 oradores como experiência internacional c) Enviar 1 Professor em Mobilidade d) Aulas com 100% de estudo de casos internacionais	a) Identificação de oradores b) Articulação entre professores c) Articulação com Internacionalização	Nº de UCs envolvidas número de professor envolvidos.	setembro 2020 – junho 2021

Plano de Atividades 2020-2021

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura MKT	3. Tecnologia a) 100% UC's com utilização de softwares comuns (p.ex., Word, Power Point, Excel, etc.) b) 30% UC's com utilização de softwares de research, tais como SPSS e Qualtrics, Google Forms e Gogle Jamboard e bases de dados avançadas (B-On/EBSCO, Euromonitor. Claro entendimento das ferramentas de redes sociais e de suporte à gestão das redes sociais. c) Utilização do simulador de gestão.	a) No primeiro semestre os alunos iniciam o processo de aprendizagem com o SPSS, softwares de inquéritos digitais, softwares para workshops e simulador de gestão. b) No segundo ano aprofundam a aprendizagem com softwares de recolha e de análise de dados e simultaneamente são expostos a uma série de ferramentas na área do marketing digital. c) Aprendizagem ao nível da gestão de redes sociais, marketing direto, blogs e wordpress. d) Transversalmente irão trabalhar com todas a ferramentas do office.	Utilização de softwares em 100% das UCS.	setembro 2020 junho 2021
	4. Responsabilidade Social a) Introdução do tema como algo inerente a desenvolvimento de uma carreira profissional ética b) Promoção da discussão da temáticos nas suas diferentes vertentes e alcances, no plano pessoal e no plano organizacional.	a) Envolvimento dos professores e sua sensibilização para abordagem da temáticas nas suas UCs b) Discussão do tema nas UC mais relevantes para a temática, tais com Fundamentos de Marketing, Estudos de Mercado, Comunicação Integrada de Marketing, Comportamento do Consumidor, Gestão de Produto, Novas Ferramentas de Marketing, Desenvolvimento de Negócios para Alternativas, Gestão de Clientes, Estratégia de Negócios Digitais, Distribuição e Retalho, Gestão de Preços e Custos, Novas Ferramentas de Marketing e Comunicação.	Garantir a Introdução e discussão da temática nas UCs mencionadas. Número de UCs.	
	5. Empreendedorismo a) Criar a curiosidade e a possibilidade de desenvolver uma carreira empresarial b) Desenvolvimento de um claro entendimento do que envolve desenvolver o seu próprio negócio	a) Envolvimento da temática nas UCs da área científica de Marketing e de Economia e Gestão. b) Desenvolvimento de projeto na UC Desenvolvimento de Negócios para Alternativas c) Acompanhamento eficaz aos alunos que decidem por fazer um projeto empresarial no 6ª semestre.	Garantir a introdução e discussão da temática na UCs relevantes das áreas científicas de Marketing e de Economia e Gestão.. Número de UCs envolvidas; Número de alunos que optam por um projeto empresarial próprio da UC	

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado GMKT	1. Imersão Profissional Imersão Profissional a) 60 % UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial b) Promover 3 visitas de e/ou a Empresas c) 30 % UC's com Aulas dadas/participadas por Empresas d) Desenvolvimento de Soft Skills em cada UC	a) Identificação de empresas com potencial em cada UC para ser um bom exemplo dos objectivos pretendidos b) Diagnosticar soft skills a desenvolver	N° projectos envolvendo empresas N° concursos onde os alunos estiveram envolvidos N° visitas de e/ou a empresas Desenvolvimento de softskills pelos alunos	julho 2021
	2. Internacionalização a) Motivação dos alunos a participação na international week b) Apresentação de pelo menos um case study internacional (empresarial ou caracterização de um sector) numa das UCs do plano de estudos e/ou como case study de trabalhos finais de mestrado	a) Sensibilização dos alunos para a alínea a) e dos docentes para a alínea a) e b)	N° de alunos que participaram na international week Casos internacionais trabalhados em contexto de UC ou estágio/projeto/dissertação	julho 2021

Plano de Atividades 2020-2021

Mestrado GMKT

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado GMKT	3. Tecnologia a) Dotar 50% UC's com Software Em presarial (SPSS, Office, Project) b) Pelo menos uma UC com Software em ambiente de Simulador	a) Identificação de software adequado para estudos de mercado (Qualtrics, SPSS, Jamovi) b) Aferir continuidade software CESIM	Nº softwares apresentados	julho 2021
	4. Responsabilidade Social a) Discussão do tema em todas as UCs, incluindo aspetos de ética empresarial b) Desenvolver o trabalho dentro do tema em pelo menos 1 UC c) Promover o tema em termos de trabalho final de mestrado	a) Sensibilização dos docentes para o tema b) Lançamento de um trabalho sobre responsabilidade social c) Estimular o tema nos trabalhos finais de mestrado independentemente do formato do trabalho (dissertação, projeto profissional, estágio profissional)	Nº de UC's onde o tema foi abordado Nº de UC's que desenvolveram trabalhos sobre responsabilidade social Nº de trabalhos finais de mestrado que abordam o tema da responsabilidade social	
	5. Empreendedorismo a) Incluir, no mínimo, dois casos de empreendedorismo em UCs. b) Desenvolver projetos profissionais com o desenvolvimento de competências em modelo de negócios	a) Identificar UCs para case studies de empreendedorismo b) Estimular o tema nos trabalhos finais de mestrado independentemente do formato do trabalho (dissertação, projeto profissional, estágio profissional)	Nº de case studies estudados em UC que envolvem empreendedorismo Nº de trabalhos finais que abordam o empreendedorismo	

Plano de Atividades 2020-2021

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado MKT	1. Imersão Profissional a) 80% UC's com Casos Reais b) 10% UC's com Visitas a Empresas c) 60% UC's com Aulas em que Empresas estão envolvidas d) 25% alunos em Estágio Profissional e) 60% UC's Soft Skills	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	julho de 2021
	2. Internacionalização a) 6 UCs com Convidados Internacionais b) 80% UC's com Casos Internacionais / Multinacionais c) 100% UC's com bibliografia internacional	a) Articulação de Procedimentos com Internacionalização b) Sensibilização de Docentes; Articulação com Internacionalização c) Pesquisa de Hipóteses; Match entre UC's e Casos Reais; Sensibilizar Docentes e Alunos	N° Professores N° Oradores N° Seminários e Aulas N° UC's N° de Casos Reais N° Casos de estudos	
	3. Investigação a) Ter 2 convidados nas UCs que partilhem sua investigação científica b) Promoção à participação no Junior Research, no Porto.	a) Incentivar as práticas de investigação e sensibilizar alunos e docentes a) Junior Research Day: participação, divulgação e criação de sinergias com estudantes de outros cursos.	N° Projetos apresentados no JRD N° de convidados	

Plano de Atividades 2020-2021

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado MKT	4. Tecnologia a) 100% UC's com utilização de softwares comuns (p.ex., Word, Power Point, Excel, etc.) b) 30% UC's com utilização de softwares e bases de dados avançadas (p.ex., SPSS, B-On/EBSCO, Passport Euromonitor, simulador, etc.)	a) Diagnóstico de necessidades e soluções para cada UC	Nº UC's Nº Softwares Tipos de software	julho 2021
	5. Responsabilidade Social a) 10% UC's com projetos relacionados a Responsabilidade Social b) 20% UC's com conteúdos relacionados a Responsabilidade Social	a) Diagnóstico de necessidades e sugestões para cada UC em termos de projetos e conteúdos	Nº UC's Nº Projetos Conteúdo PUCs	
	6. Empreendedorismo a) 10% de UC's com Projetos Reais de Empreendedorismo. b) Organizar um projeto transdisciplinar de empreendedorismo	a) Desenvolver Metodologias Específicas; Estudo de alternativas e Match entre Projetos e UC's; b) Prémios para melhores Trabalhos no Projeto transdisciplinar (Certificado);	Nº UC's Nº Projetos	

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
CTeSP	1. Imersão Profissional a) 60% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial b) Participação em 2 Concursos Nacionais c) 50% UC's com Visitas a Empresas d) 70% UC's com Aulas dadas por Empresas e) 30% UC's com integração de Soft Skills	a) Match entre UC's e Empresas; b) Diplomas para melhores Trabalhos (Certificado); c) Contatos com Organizações; d) Criação de Metodologias Específicas; e) Sensibilizar Alunos e Docentes; f) Pesquisa de Hipóteses g) Definição de Projetos; h) Planeamento com Professores e Empresas; i) Adaptação de PUC's ; j) Comunicação aos Alunos e Implementação k) Articulação com área de Empregabilidade	Nº Alunos Envolvidos Nº Desafios Nº Empresas Envolvidas Nº UC's Envolvidas	julho 2022
	2. Internacionalização a) Contatos com congéneres estrangeiras	a) Exploração de contactos com congéneres e projetos equivalentes no espaço comunitário	Nº de contactos	julho 2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
CTeSP	3. Tecnologia a) Adoção de metodologias pedagógicas inovadoras e digitais	a) Identificação de soluções b) Formação de docentes c) Avaliação de resultados	Nº UCs Nº de variáveis metodológicas Índice de satisfação	Julho 2021
	5. Responsabilidade Social a) Integração de projetos de responsabilidade social e de causas	a) Identificação de organizações governamentais e não governamentais b) Construir projetos de intervenção c) Apresentar aos discentes d) Apresentar às organizações	Nº de organizações Nº Ucs	Julho 2021
	6. Empreendedorismo	a) Identificar projetos com origem discente b) Identificar projetos em fase de empreendedorismo para trabalho pedagógico c) Apresentar aos docentes d) Promover trabalhos interdisciplinares	Nº de projetos Nº de Ucs Nº de trabalhos apresentados	Julho 2021

Plano de Atividades 2020-2021

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Qualidade	O1. Implementar os princípios estratégicos da Escola IPAM Porto para a área da qualidade em estreita articulação com a Entidade Instituidora	1. Constituição das comissões relativas à implementação do SIGQ. 2. Aprovação da Política da Qualidade para o IPAM Porto. 3. Aprovação do Manual da Qualidade (IPAM).	Formalização e aprovação dos elementos definidos nas ações.	Ano 2020-2021
	O2. Promover a implementação do SIGQ (manual da qualidade) em linha com a Política da Qualidade do IPAM Porto e com a participação dos diversos intervenientes.	1. Atualização do manual da qualidade. 2. Operacionalização dos macroprocessos e desenvolvimento das evidências em falta. Consolidação dos elementos. 3. Articulação com os intervenientes no processo de implementação do SIGQ.	1. Consolidação das evidências. 2. Manual da qualidade para aprovação (versão atualizada).	Ano 2020-2021
	O3: Preparação para a Avaliação Institucional IPAM Porto (A3ES)	1. Formalização junto da A3ES do relatório de autoavaliação institucional. 2. Preparação dos elementos que devem constar no processo (relatório de autoavaliação). Acompanhamento do processo.	Submissão do relatório de avaliação institucional.	Ano 2021
	O4: Elaboração do Relatório de atividades do IPAM Porto (2020-2021)	1. Recolha de informação. 2. Elaboração do relatório. 3. Apresentação do relatório.	Aprovação do relatório de atividades em CTC	Ano 2020

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Investigação	1) Reforçar a criação de uma cultura de investigação 1.1 Partilha regular de informação relativa à investigação 1.2. Desenvolvimento de competências para a investigação 1.3. Tornar a investigação central na carreira docente	a) Criação de reuniões internas de alinhamento de equipa de docentes (1 a 2 x semestre) b) Criação de Newsletter interna (4 de 2 em 2 meses) c) Seminários/workshops para partilha de trabalhos de investigação e ações de formação (3) d) Plano de atividades de investigação em vigor (1 por ano)	Nº de reuniões internas Nº de newsletters / ano Nº de seminários Nº planos de investigação	Julho 2021 Todas as alíneas
	2) Promover a produção de investigação científica e de investigação orientada 2.1. Dinamizar unidade de investigação IPAM 2.2. Aumentar o número de publicações dos docentes 2.3. Desenvolver projetos de investigação académica 2.4. Desenvolver projetos de investigação aplicada (estudos e barómetros) 2.5. Criar linhas de apoio à internacionalização do potencial científico 2.6. Desenvolver a colaboração entre docentes do IPAM e docentes de outras instituições	a) Captação de membros integrados e associados (20%) b) Publicações indexadas SCOPUS WOS (incluindo conference proceedings indexados) (nos últimos 5 anos) (>10%) c) Projetos de investigação com financiamento publico ou em parceria com empresas/outras instituições não académicas (1) d) Projetos desenvolvidos com de centros de investigação FCT e empresas (1) e) Projetos de investigação aplicada (4) f) Envolvimento de docentes nos projetos de investigação aplicada (3) g) Docentes que usam linha de apoio para apresentar a sua investigação internacionalmente (4) h) Docentes agregados a centros de investigação reconhecidos pelo FCT com nota mínima de Muito Bom (3)	Nº membros integrados e associados Nº publicações Nº projetos com financiamento Nº projetos em parceria com FCT Nº projetos de investigação aplicada Nº docentes com linha apoio IPAM Nº docentes agregados a centros investigação Muito Bom	Julho 2021 (todas as alíneas)
	3) Dinamização de transferência de conhecimento 3.1. Disseminar a investigação desenvolvida nos Mestrados 3.2. Organizar eventos de divulgação da investigação em Marketing 3.3. Disseminar o conhecimento científico e de investigação aplicada para a comunidade	a) Artigos submetidos a publicações indexadas com base na investigação desenvolvida nos Mestrados (5) b) Edição da revista Portuguesa de Marketing: número de artigos publicados (15) c) Organização de eventos Júnior Research (1) d) Criação de um repositório e disponibilização on-line das publicações académicas dos docentes do IPAM, seguindo as orientações da política de ciência aberta (20%) e) Referências nos media sobre atividades de investigação (>10)	Nº artigos submetidos c/ indexação nos Mestrados Nº de artigos publicados na revista ano Nº de capítulos disponíveis online do projeto "The Living Marketing Book"/ano Nº eventos Junior Reserach organizados % de todas as publicações dos docentes dos últimos 5 anos disponibilizadas online Nº de referências nos media sobre atividades de investigação desenvolvidas	Julho 2021 (Todas as alíneas)

