

**Plano de Atividades
2021 - 2022
IPAM Porto**

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura GMKT	1. Imersão Profissional 1.1. 85% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. Participação em 1 Concurso Nacional / Internacional 1.3. 20% UC's com Visitas a Empresas 1.4. 85% UC's com Aulas dadas/participadas por Empresas 1.5. 70% UC's Soft Skills	<ul style="list-style-type: none"> 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 com Professores e Empresas Definição de Projetos - Se aplicáveis 	Nº Alunos Envolvidos Nº Desafios Nº Empresas Envolvidas Nº UC's Envolvidas	Avaliação Julho 2022
	2. Internacionalização 2.1. International week	<ul style="list-style-type: none"> Motivação do envolvimento de alunos e docentes 	Nº Alunos Envolvidos Nº Docentes envolvidos	Avaliação Julho 2022

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura GMKT	3. Tecnologia 3.1. 20% utilizem softwares específicos e adaptados ao contexto da UC para sua lecionação 3.2. 50% das UCs utilizem softwares de Game Base Learning	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico de Necessidades e Soluções para cada UC 	N° UC's N° Softwares	Avaliação Julho 2022
	4. Responsabilidade Social 4.1. 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 	N° Alunos Envolvidos N° UC's N° Case Studies	Avaliação Julho 2022
	5. Empreendedorismo 5.1. 20% 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 	N° Alunos Envolvidos N° UC's Envolvidas	Avaliação Julho 2022
	6. Modelos Pedagógico 6.1. 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 	N° de aulas por UC N° Alunos Envolvidos N° de metodologias utilizadas	Avaliação Julho 2022

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura MKT	1) Imersão Profissional 1.1. 80% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. 80% UC's com Aulas d adas/participadas por Empresas ou profissionais. 1.3. 80% UC's Soft Skills 1.4. 80% dos trabalhos feitos para profissionais de organizações 1.5 100% desenvolvimento de projeto empresarial ou estágio	<ul style="list-style-type: none"> Match entre UC's e Empresas; Contactos com Empresas; Criação de problemas Específicos para conjuntos de UC Integração de UCs para trabalhar projetos empresariais Planeamento entre Professores e Empresas 	Nº de UCs envolvidas Nº de professores envolvidos.	Setembro 2021 - Junho 2022
	2)Internacionalização 2.1. 70% Professores com experiência internacional 2.2. oradores como experiência internacional 2.3. Enviar 1 Professor em Mobilidade 2.4. 100% de estudo de casos internacionais	a) Identificação de oradores b) Articulação entre professores c) Articulação com Internacionalização	Nº de UCs envolvidas Nº de professores envolvidos.	Setembro 2021 - Junho 2022

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Licenciatura MKT	3)Tecnologia 3.1. 100% UC's comutilização de softwares comuns (p.ex., Word, Power Point, Excel, etc.) 3.2. 20% 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. Trabalho com simulador de gestão.	<ul style="list-style-type: none"> 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. No segundo ano aprofundam a aprendizagem com softwares de recolha e de análise de dados e simultaneamente são expostos a a uma série de ferramentas na área do marketing digital. Aprendizagem ao nível da gestão de redes sociais, marketing direto, blogs e wordpress. Transversalmente irão trabalhar com todas as ferramentas do office. . 	Utilização de softwares em 100% das UCS.	Setembro 2021 - Junho 2022
	4)Responsabilidade Social 4.1. Introdução do tema como algo inerente a desenvolvimento de uma carreira profissional ética 4.2. 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.	Setembro 2021 - Junho 2022
	5)Empreendedorismo 5.1. Criar a curiosidade e a possibilidade de desenvolver uma carreira empresarial 5.2. 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 qe optam por um projeto empresarial próprio da UC Projeto.	Setembro 2021 - Junho 2022

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado GMKT	<p>1) Imersão Profissional Imersão Profissional 1.1. 60 % UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. Promover 3 visitas de e/ou a Empresas 1.3. 30 % UC's com Aulas dadas/participadas por Empresas 1.4. Desenvolvimento de Soft Skills em cada UC</p>	<ul style="list-style-type: none"> Identificação de empresas com potencial em cada UC para ser um bom exemplo dos objectivos pretendidos Diagnosticar soft skills a desenvolver 	<p>Nº projectos envolvendo empresas</p> <p>Nº visitas de e/ou a empresas</p> <p>Desenvolvimento de softskills pelos alunos</p>	Julho 2022
	<p>2) Internacionalização 2.1. - Motivação dos alunos a participação na international week 2.2 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</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização dos alunos para o ponto 2.1 e dos docentes para o ponto 2.1 e 2.2 	<p>Nº de alunos que participaram na international week</p> <p>Casos internacionais trabalhados em contexto de UC ou estágio/projeto/dissertação</p>	Julho 2022

Plano Atividades 2021-2022

Mestrado GMKT

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
	3. Tecnologia 3.1 Dotar 50% UC's com Software Empresarial (SPSS, Office, Project) 3.2 Pelo menos uma UC com Software em ambiente de Simulador	<ul style="list-style-type: none"> Identificação de software adequado para estudos de mercado (Qualtrics, SPSS, Jamovi) Aferir continuidade software CESIM 	Nº softwares apresentados	Julho 2022
	.4. Responsabilidade Social 1.- Discussão do tema em todas as UC, incluindo aspectos de ética empresarial 2.- Desenvolver o trabalho dentro do tema em pelo menos 1 UC 4.3 - Promover o tema em termos de trabalho final de mestrado	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização dos docentes para o tema Lançamento de um trabalho sobre responsabilidade social Estimular o tema nos trabalhos finais de mestrado independentemente do formato do trabalho (dissertação, projecto 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	Julho 2022
	5. Empreendedorismo 5.1 Incluir, no mínimo, dois casos de empreendedorismo em UCs. 5.2 Desenvolver projectos profissionais com o desenvolvimento de competências em modelo de negócios	<ul style="list-style-type: none"> Identificar UCs para case studies de empreendedorismo Estimular o tema nos trabalhos finais de mestrado independentemente do formato do trabalho (dissertação, projecto profissional, estágio profissional) 	Nº de trabalhos finais que abordam o empreendedorismo	Julho 2022

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado MKT	1. Imersão Profissional	<ul style="list-style-type: none"> Match entre UC's e Empresas; Contactos com Empresas; Criação de Metodologias Específicas Pesquisa de Hipóteses; Sensibilizar de Alunos e Docentes Planeamento com Professores e Empresas Pesquisa de Hipóteses, Aros de certificação (Google, Hubspot) para UC's 	N° Desafios de empresas N° Oradores do mercado (de empresas) N° UC's Envolvidas N° certificações	Julho 2022
	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. 25% alunos em Estágio Profissional			
	1.5. 70% UC's Soft Skills			
	2. Internacionalização	<ul style="list-style-type: none"> Articulação de Procedimentos com Internacionalização Sensibilização de Docentes; Articulação com Internacionalização 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	Julho 2022
	2.1. 7 UCs com Convidados Internacionais			
	2.2. 80% UC's com Casos Internacionais / Multinacionais			
2.3. 100% UC's com bibliografia internacional 2.4. 70% de professores com experiência internacional				
3. Investigação	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar as práticas de investigação e sensibilizar alunos e docentes Junior Research Day: participação, divulgação e criação de sinergias com estudantes de outros cursos. 	N° Projetos apresentados no JRD N° de convidados	Julho 2022	
3.1. Ter dois convidados nas UCs que partilhem sua investigação científica				
3.2. Promoção à participação no Junior Research, no Porto.				
3.3. Desenvolvimento de dois artigos científicos a partir de teses mestrado no Porto				
3.4. Mediatizar 2 teses de Mestrado.				

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Mestrado MKT	4. Tecnologia 4.1. 100% UC's com utilização de softwares comuns (p.ex., Word, Power Point, Excel, etc.) 4.2. 40% UC's com utilização de softwares e bases de dados avançadas (p.ex., SPSS, B-On/EBSCO, Passport Euromonitor, simulador, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico de necessidades e soluções para cada UC 	N° UC's N° Softares Tipos de software	Julho 2022
	5. Responsabilidade Social 5.1. 10% UC's com projetos relacionados a Responsabilidade Social 5.2. 30% UC's com conteúdos relacionados a Responsabilidade Social	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico de necessidades e sugestões para cada UC em termos de projetos e conteúdos 	N° UC's N° Projetos Conteúdo PUCs	Julho 2022
	6. Empreendedorismo 6.1. 10% de UC's com Projetos Reais de Empreendedorismo. 6.2. Organizar um projeto transdisciplinar de empreendedorismo 6.3. 20% UC's com conteúdos relacionados a Empreendedorismo	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver Metodologias Específicas; Estudo de alternativas e Match entre Projetos e UC's; Prémios para melhores Trabalhos no Projeto transdisciplinar (Certificado); Diagnóstico de necessidades e sugestões para cada UC em termos de projetos e conteúdos 	N° UC's N° Projetos	Julho 2022

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
CTeSP	1. Imersão Profissional 1.1. 60% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. Participação em 1 Concursos Nacionais 1.3.50% UC's com Visitas a Empresas 1.4.70% UC's com Aulas dadas por Empresas 1.5.30% 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	N° Alunos Envolvidos N° Desafios N° Empresas Envolvidas N° UC's Envolvidas	julho 2022
	2) Internacionalização 2.1 Contatos com congéneres estrangeiras	a) Explorações de contactos com congéneres e projetos equivalentes no espaço comunitário	N° de contactos	Julho 2022

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
CTeSP	3. Tecnologia 3.1. Adoção de metodologias pedagógicas inovadoras e digitais	<ul style="list-style-type: none"> Identificação de soluções Formação de docentes Avaliação de resultados 	N° UCs N° de variáveis metodológicas Índice de satisfação	Julho 2022
	4. Responsabilidade Social 4.1. Integração de projetos de responsabilidade social e de causas	<ul style="list-style-type: none"> Identificação de organizações governamentais e não governamentais Construir projetos de intervenção Apresentar aos discentes Apresentar às organizações 	N° de organizações N° Ucs	Julho 2022
	5, Empreendedorismo	<ul style="list-style-type: none"> Identificar projetos com origem discente Identificar projetos em fase de empreendedorismo para trabalho pedagógico Apresentar aos docentes Promover trabalhos intradisciplinares 	N° de projetos N° de Ucs N° de trabalhos apresentados	Julho 2022

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.	2021-2022
	O2. Promover a implementação do SIGQ (manual da qualidade) em linha com a Política da Qualidade do IPAM do 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.	Consolidação das evidências. Manual da qualidade para aprovação (versão atualizada).	2021-2022
	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 2022
	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 2021

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Investigação	1) Criação de uma cultura de investigação 1. Partilha regular de informação relativa à investigação 1.2. Desenvolvimento de competências para a investigação	a) Criação de reuniões internas de alinhamento de equipa de docentes (1 x semestre) b) Criação de Newsletter interna (1x semestre) c) Seminários para partilha de trabalhos de investigação e ações de formação (3) d) Plano de atividades de investigação em vigor (1 por ano) e) Número de ações de formação – Inseridas num plano de formação em vigor (1)	Nº de reuniões internas Nº de newsletters / ano Nº de seminários Nº planos de Investigação Nº de ações de formação	Julho 2022 Todas as alíneas
	2) Promover a produção de investigação científica e de investigação orientada 1. Dinamizar unidade de investigação IPAM 2. Aumentar o número de publicações dos docentes 3. Desenvolver projetos de investigação académica 4. Desenvolver projetos de investigação aplicada 5. Criar linhas de apoio à internacionalização do potencial científico 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 (nos últimos 5 anos) (>0,75 por docente) a) 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 (5) e) 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 2022 (todas as alíneas)

Plano Atividades 2021-2022

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
	<p>3) Dinamização de transferência de conhecimento</p> <p>1. Disseminar a investigação desenvolvida nos Mestrados</p> <p>2. Organizar eventos de divulgação da investigação em Marketing</p> <p>3. Disseminar o conhecimento científico e de investigação aplicada para a comunidade</p>	<p>a) Artigos submetidos a publicações indexadas com base na investigação desenvolvida nos Mestrados (5)</p> <p>b) Edição da revista Portuguesa de Marketing: número de artigos publicados (15)</p> <p>c) Organização de eventos Júnior Research (1)</p> <p>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%)</p> <p>e) Referências nos media sobre atividades de investigação (>10)</p>	<p>Nº artigos submetidos c/ indexação nos Mestrados</p> <p>Nº eventos Junior Research organizados</p> <p>Nº de artigos publicados na revista ano</p> <p>Nº de capítulos disponíveis online do projeto "The Living Marketing Book"/ano</p> <p>% de todas as publicações dos docentes dos últimos 5 anos disponibilizadas online</p> <p>Nº de referências nos media sobre atividades de investigação desenvolvidas</p>	<p>Julho 2022 (Todas as alíneas)</p>

Plano Atividades 2021-2022

Práticas Pedagógicas

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Timings
Práticas Pedagógicas	<p>O1. Definir os princípios estratégicos para a área das práticas pedagógicas em estreita articulação com a Direção e a Entidade Instituidora.</p>	<p>1.Articulação com a área da inovação para recolha de informação sobre os princípios orientadores do Grupo.</p> <p>2.Elaboração dos princípios de organização e ação para a área.</p> <p>3.Apresentação das linhas de atuação da área (CP e CTC).</p>	<p>Atas das reuniões (CTC e CP) como evidências.</p>	<p>Ano 2021-2022</p>
	<p>O2. Clarificar a área das práticas pedagógicas em linha com o Modelo Académico na realidade IPAM Lisboa</p>	<p>1.Definição dos elementos constituintes do Modelo Académico referentes à dimensão pedagógica (com o contributo dos docentes e estudantes).</p> <p>2.Partilha entre a comunidade académica sobre a componente pedagógica no Modelo Académico (Docentes e Estudantes).</p>	<p>1. N.º de ações de discussão e posterior esclarecimento sobre o Modelo Académico numa perspetiva pedagógica.</p>	<p>Ano 2021-2022</p>
	<p>O3. Desenvolvimento das opções pedagógicas para a realidade IPAM Porto (para todos os ciclos de estudos) com vista à preparação do ano letivo 2022- 2023</p>	<p>1.Análise do documento de reflexão elaborado pelos coordenadores de curso. 2.Partilha com os docentes sobre as práticas pedagógicas.</p> <p>3.Ações de esclarecimento para cada ciclo de estudos.</p>	<p>1.N.º de ações de apresentação das práticas pedagógicas.</p>	<p>Ano 2021-2022</p>

