

Plano de Atividades 2022 - 2023

THE MAGIC SCHOOL



Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Licenciatura GMKT	1. Imersão Profissional 1.1. 80% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. Participação em 1 Concurso Nacional / Internacional 1.3. 10% UC's com Visitas a Empresas 1.4. 80% 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 	N° Alunos Envolvidos N° Desafios N° Empresas Envolvidas N° UC's Envolvidas	Pedro Mello	Avaliação Julho 2023
	2) Internacionalização 2.1 International week	a) Motivação do envolvimento de alunos e docentes	N° Alunos Envolvidos N° Docentes envolvidos	Pedro Mello	Avaliação Julho 2023

Plano Operacional 2022-2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Licenciatura GMKT	3) Tecnologia 3.1 20% utilizem softwares específicos e adaptados ao contexto da UC para sua lecionação 3,2 20% 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	Pedro Mello	Avaliação Julho 2023
	5) Responsabilidade Social 5.2. 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	Pedro Mello	Avaliação Julho 2023
	6) Empreendedorismo 6.1. 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 	Nº Alunos Envolvidos Nº UC's Envolvidas	Pedro Mello	Avaliação Julho 2023
	7) Modelos Pedagógicos 7.1. que todas as UCs tenham pelo menos 25% 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 7.2 5% das UCs utilizem SBL (simples ou complexa) como metodologia pedagógica 7.3 Que 80% das empresa utilizem o CBL como metodologia pedagógica 7.4 que 95% das UCs utilizem RBLComo metodologia pedagógica	<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	Pedro Mello	Avaliação Julho 2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Licenciatura MKT	1) Imersão Profissional <ul style="list-style-type: none"> 1.1. 80% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. 80% UC's com Aulas dadas/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 	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.	João Feire	Setembro 2022 – junho 2023
	2) Internacionalização <ul style="list-style-type: none"> 2.1. 70% Professores com experiência internacional 2.2. 2 oradores como experiência internacional 2.3. 100% de estudo de casos internacionais 	a) Identificação de oradores b) Articulação entre professores	Nº de UCs envolvidas número de professor envolvidos.		

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Licenciatura MKT	3) Tecnologia 3.1. 100% UC's com utilização de softwares comuns (p.ex., Word, Power Point, Excel, etc.) 3.2. 20% UC's com utilização de softwares de research, tais como SPSS, Google Forms, 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.	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 a ferramentas do office.	Utilização de softwares em 100% das UCS.	João Freire	Setembro 2022 – junho 2023
	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 Principios 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.	João Freire	Setembro 2022 – junho 2023
	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 e na UC Trendspotting and Future Thinking 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.	João Freire	Setembro 2022 – junho 2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Mestrado GMKT	1) Imersão Profissional Imersão Profissional 1.1. 30 % UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. Participação em 2 Concursos Nacionais / Internacionais em que pelo menos 1 será relacionado com responsabilidade social/sustentabilidade 1.3. 30 % UC's com participação de convidados de empresas 1.4. Desenvolvimento de Soft Skills em cada UC	a) Alinhamento com os docentes no início do semestre para identificação de empresas com potencial de participação nas respetivas UC. A participação pode ocorrer através da visita dos estudantes à empresa, ou com a vinda de um convidado(a) da empresa ao IPAM. b) Análise de concursos para universitários e consolidar parcerias com concursos onde o IPAM já participa, nomeadamente Junior Achievement, Grace, Global Management Challenge, Angelini University Awards.	Nº de UCs com projetos envolvendo empresas Nº concursos onde os alunos estiveram envolvidos Nº de UCs com convidados de empresas	Simoni Rohden	2022-2023
	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) nas UCs Marketing estratégico, liderança e negociação, marketing relacional	a) Sensibilização dos alunos para o ponto 2.1 e dos docentes para o ponto 2.1 e 2.2	Nº de alunos que participaram na international week Casos internacionais apresentadas em marketing estratégico, liderança e negociação e marketing relacional	Simoni Rohden	2022-2023

Plano Operacional 2022-2023

Mestrado GMKT

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Mestrado GMKT	3) Tecnologia 3.1 - Apresentação de exemplos de software específico nas UC's de Desenho de Projeto e Sistemas de Análise e Apoio à Decisão 3.2 - Utilização de pelo menos um simulador de mercado ao longo do curso	a) Identificação de software e elemento de digitalização para as referidas UC's de acordo com as licenças que o IPAM tiver disponíveis (ex: SPSS e MAXQDA). b) Alinhamento com os docentes para garantir que o plano de ensino da UC inclua momentos de contato dos estudantes com as tecnologias propostas.	Nº softwares apresentados	Simoni Rohden	2022-2023
	4) Responsabilidade Social 4.1 - Discussão do tema em todas as UC, incluindo aspetos de ética empresarial 4.2 - Desenvolver o trabalho dentro do tema em pelo menos 1 UC 4.3 - Promover o tema em termos de trabalho final de mestrado	a) Lançamento de pelo menos um projeto em UC que envolva aspetos relacionados com a sustentabilidade. b) Estimular o tema nos trabalhos finais de mestrado independentemente do formato do trabalho (dissertação, projeto profissional, estágio profissional)	Nºa de UC's que desenvolveram trabalhos sobre responsabilidade social Nº de trabalhos finais de mestrado que abordam o tema da responsabilidade social/sustentabilidade	Simoni Rohden	2022-2023
	5) Empreendedorismo 5.1 Garantir que um dos concursos onde os estudantes participam, está relacionado com empreendedorismo 5.2 Estimular o empreendedorismo nos trabalhos finais de mestrado, sobretudo nos projetos com o desenvolvimento de competências em modelo de negócios	a) Escolher concurso de forma a promover a atitude empreendedora e o desenvolvimento de competências necessárias ao empreendedorismo e a inovação. b) Estimular o tema nos trabalhos finais de mestrado, especialmente nos formatos de projeto profissional e estágio.	Nº concursos que envolvem empreendedorismo Nº de trabalhos finais que abordam o empreendedorismo	Simoni Rohden	2022-2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Mestrado MKT	1) Imersão Profissional 1.1. 40% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. 40% UC's com Aulas dadas/participadas por Empresas 1.3. 100% UC's Soft Skills 1.4. 10% UC's com certificações externas	a) Match entre UC's e Empresas; Contactos com Empresas; Planeamento com Professores e Empresas b) Definição de Projetos - Se aplicáveis c) Definição de tipos de certificação (Google, Hubspot) para UC's	N° Desafios de empresas N° Oradores do mercado (de empresas) N° UC's Envolvidas N° certificações	N. Pacheco	2022-2023
	2) Internacionalização 2.1. 5 Professores/oradores estrangeiros (seminários e aulas específicas) 2.2. Visitas internacionais (incoming) de outras universidades 2.3. Casos Reais internacionais: 70% 2.4. 70% de professores com experiência 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 estrangeiros N° Professores com experiência internacional N° Oradores estrangeiros N° Seminários e Aulas N° de Casos Reais internacionais N° de visitas de universidades internacionais	N. Pacheco	2022-2023

Plano Operacional 2022-2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Mestrado MKT	3) Tecnologia 3.1. 100% UC's com utilização de softwares comuns (p.ex., Word, Power Point, Excel, etc.) 3.2. 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° Softwares Tipos de software	N. Pacheco	2022-2023
	4) Responsabilidade Social 4.1. 10% UC's com projetos relacionados a Responsabilidade Social 4.2. 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	N. Pacheco	2022-2023
	6) Empreendedorismo 6.1. 10% UC's com projetos reais de empreendedorismo	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico de quais UC's podem ter esses projetos 	N° UC's N° Projetos	N. Pacheco	2022-2023

Plano Operacional 2022-2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
CTeSP	1) Imersão Profissional 1.1. 60% UC's com Casos Reais e/ou Ambiente Empresarial 1.2. 50% UC's com Visitas a Empresas 1.3. 70% UC's com Aulas dadas por Empresas 1.4. 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 FUC; j) Comunicação aos Alunos e Implementação; k) Articulação com área de Empregabilidade.	N° Alunos Envolvidos N° Desafios N° Empresas Envolvidas N° UC's Envolvidas	Henrique Ribeiro	JULHO 2024
	2) Internacionalização 2.1 Contatos com congéneres estrangeiras	a) Explorações de contactos com congéneres e projetos equivalentes no espaço comunitário b) Sensibilização de empregabilidade para exploração de oportunidades com cursos TechVoc	N° de contactos	Henrique Ribeiro	Julho 2024

Plano Operacional 2022-2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
CTeSP	3) Tecnologia 3.1 Adoção de metodologias pedagógicas inovadoras e digitais	a) Identificação de soluções b) Formação de docentes c) Avaliação de resultados	N° UCs N° de variáveis metodológicas Índice de satisfação	Henrique Ribeiro	Julho 2024
	5) Responsabilidade Social 5.1 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	N° de organizações N° Ucs	Henrique Ribeiro	Julho 2024
	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 intradisciplinares	N° de projetos N° de Ucs N° de trabalhos apresentados	Henrique Ribeiro	Julho 2024
	7) Transdisciplinaridade	a) Desenvolvimento de projetos conjuntos com outros graus de ensino, nomeadamente, licenciatura; b) Sensibilização de docentes; c) Seleção de objetivos parciais e globais; d) Estimular ações de simulação de teamwork organizacional	1 projeto por semestre N° de Ucs N° de trabalhos apresentados	Henrique Ribeiro	Julho 2024

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Mestrado GMK onlie	1. Imersão Profissional 1.1. Utilização do Case Study para aplicação dos conhecimentos adquiridos a contextos reais. 1.2. UC de Marketing Relacional: desafios com base na criação e desenvolvimento de relacionamentos de longo prazo com o mercado; 1.3. UC de Experiência do Consumidor: desafios para a otimização da satisfação na jornada do cliente. 1.2 Aulas síncronas: participação ativa dos alunos na ligação das temáticas aos seus contextos profissionais.	1. Alinhamento com os docentes para garantir que o plano de ensino da respetiva UC inclua a utilização de metodologias <i>challenge-based learning</i> (ex., case studies). 2. Coordenar o processo ensino aprendizagem de forma a que as aulas síncronas privilegiem metodologias ativas de ensino aprendizagem, que promovam a participação dos alunos, a exploração da sua experiência profissional e o desenvolvimento do espírito crítico.	1. Nº ações de formação com professores sobre modelo académico online e metodologias de ensino aprendizagem em ambiente online. 2. Nº UCs com case studies	Luís Valentim	Final Julho 2023
	2. Internacionalização 2.1 Exploração de sinergias com a Universidade Europeia de Espanha - nas áreas de conteúdos, modelo académico, metodologias de ensino aprendizagem e satisfação do aluno. 2.2 Utilização de Case Studies de empresas internacionais. 2.3. Integração das diferentes culturas e experiências dos estudantes nas UCs do curso.	1. Diálogo permanente com a estrutura de suporte do ensino online. 2. Assegurar que as diferentes UCs possibilitem a troca de experiências dos estudantes oriundos de várias nacionalidades.	1. Nº UCs com partilha de conteúdos 2. Nº ações de formação 3. Nº de case studies internacionais	Luís Valentim	Final Julho 2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Mestrado GMK onlie	3. Tecnologia 3.1. 100% UC's com utilização de softwares comuns (ex., Word, Power Point, Excel) 3.2. 40% UC's com utilização de softwares e bases de dados avançadas (ex., B-On, EBSCO, Google Scholar, simulador de mercado), com foco nas UC de Metodologias de Investigação e Simulador.	1. Alinhamento com os docentes para garantir que o plano de ensino da UC inclua momentos de contacto dos estudantes com as tecnologias propostas.	1. Diagnóstico de necessidades e soluções para cada UC. 2. Nº UCs envolvidas.	Luís Valentim	Final Julho 2023
	4. Responsabilidade Social 4.1 - Introdução e discussão do tema para o desenvolvimento de uma carreira profissional baseada num comportamento ético. 4.2. Promoção da discussão da temática no plano pessoal e no plano organizacional.	1. Envolvimento dos professores para uma abordagem da temática nas aulas síncronas. 2. Discussão do tema nas UC mais relevantes para a temática, tais como Metodologias de Investigação, Marketing Relacional, Experiência do Consumidor, Gestão de Vendas e Liderança e Negociação.	1. Garantir a Introdução e discussão da temática nas UC mencionadas. 2. Nº de UCs envolvidas.	Luís Valentim	Final Julho 2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Mestrado GMK online	5. Empreendedorismo 5.1 Despertar e incentivar a curiosidade para a atividade empreendedora	1. Envolvimento dos professores para a temática com ênfase nas UCs de Finanças Empresariais, Marketing Estratégico, Liderança e Negociação, e Simulador.	Nº UCs envolvidas na área do empreendedorismo	Luís Valentim	Final Julho 2023
	6. Transdisciplinabilidade Participação em palestras online organizadas por cursos online das instituições do Grupo.	1. Permitir aos alunos a participação ativa em palestras online desenvolvidas para a comunidade académica das instituições do Grupo.	Nº palestras online	Luís Valentim	Final Julho 2023

Plano Operacional 2022-2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Qualidade	O1. Implementação dos princípios estratégicos do IPAM Lisboa para a área da qualidade em estreita articulação com a Direção e Entidade Instituidora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Constituição e organização das comissões relativas à implementação do SIGQ. 2. Implementação da Política da Qualidade para o IPAM Lisboa. 	Formalização e aprovação dos elementos definidos nas ações.	Nuno Farinha	Ano 2022-2023
	O2. Promover a implementação do SIGQ (manual da qualidade) em linha com a Política da Qualidade do IPAM de Lisboa 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. Atualização e revisão dos regulamentos internos do IPAM Lisboa 	Consolidação das evidências.	Catarina Augusto Nuno Farinha	Ano 2022-2023
	O3: Preparação para a Autoavaliação Institucional IPAM Lisboa (A3ES).	<ol style="list-style-type: none"> 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.	Nuno Farinha Sandra Martins Catarina Augusto	Ano 2022-2023
	O4: Elaboração do Relatório de atividades do IPAM Lisboa (2021-2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recolha de informação. 2. Elaboração do relatório. 3. Apresentação do relatório. 	Aprovação do relatório de atividades em CTC	Nuno Farinha	Ano 2023

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas (objetivo a atingir, em nº)	Team Leader	Timings
Investigação	<p>[PILAR 1: INVESTIGAÇÃO ORIENTADA]</p> <p>OBJETIVO GERAL 1: É estabelecida uma cultura de investigação IPAM, estimulando a produção científica, e realização de projetos académicos que incluam a vertente tecnológica e de desenvolvimento profissional</p>	Publicação de artigos científicos indexados (Scopus/WoS)	22	Luisa Martinez	Julho 2023
		Publicação de artigos científicos não indexados (Scopus/WoS)	25		
		Apresentação de trabalhos académicos em conferências internacionais/nacionais	15		
		Docentes envolvidos no comité de organização de conferências	3		
		Seminários/workshops de investigação	5		
		Projetos de investigação e desenvolvimento financiados	2		
		Projetos de investigação aplicada	5		
		Ações de formação	2		
		Newsletter de investigação	6		
		Encontros informais de incentivo à investigação científica	4		
	<p>[PILAR 2: LIGAÇÃO À INVESTIGAÇÃO ORIENTADA]</p> <p>OBJETIVO GERAL 2: A partir das atividades realizadas no âmbito da investigação orientada, é promovida a ligação dos estudantes ao trabalho desenvolvido pelos docentes, investigadores e empresas</p>	Evento de investigação nacional	1	Luisa Martinez	Julho 2023
		Evento de investigação internacional	1		
		Evento de investigação júnior	1		
		Estudantes envolvidos em atividades de investigação	5		
		Teses de mestrado publicadas em revistas/livros científicos	2		
Teses de mestrado apresentadas em conferências	2				

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas (objetivo a atingir, em nº)	Team Leader	Timings
Investigação	[PILAR 3: POLÍTICAS INSTITUCIONAIS DE INVESTIGAÇÃO ORIENTADA]	Prémios por publicações	6	Luisa Martinez	Julho 2023
	OBJETIVO GERAL 3: São definidas políticas institucionais de investigação científica e de desenvolvimento tecnológico (investigação orientada), e de valorização económica do conhecimento	Projetos de ID com financiamento interno	2		
		Prémio atribuído por publicação indexada Scopus, baseada em tese de mestrado de aluno IPAM	1		

Pilar	Objetivo	Ações	Métricas	Team Leader	Timings
Práticas Pedagógicas	O1. Definir os princípios estratégicos para a área das práticas pedagógicas em estreita articulação com a Direção e a Entidade Instituidora.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Articulação com a área da inovação para recolha de informação sobre os princípios orientadores do Grupo. 2. Elaboração dos princípios de organização e ação para a área. 3. Apresentação das linhas de atuação da área (CP e CTC). 	Atas das reuniões (CTC e CP) como evidências.	<p>Patrícia Oliveira Marta Bicho Nuno Farinha</p>	Ano 2022-2023
	O2. Clarificar a área das práticas pedagógicas em linha com o Modelo Académico IPAM Lisboa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Clarificação dos elementos constituintes do Modelo Académico referentes à dimensão pedagógica (com o contributo dos docentes e estudantes). 2. Partilha entre a comunidade académica sobre a componente pedagógica no Modelo Académico (Docentes e Estudantes). 	1. Nº de ações de discussão e posterior esclarecimento sobre o Modelo Académico numa perspetiva pedagógica.	Patrícia Oliveira	Ano 2022-2023
	O3. Desenvolvimento das opções pedagógicas para a realidade IPAM Lisboa (para todos os ciclos de estudos) com vista à preparação do ano letivo 2022-2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formação sobre a o Modelo Académico e os cenários de aprendizagem (SBL, PBL, RBL e CBL); 2. Partilha com os docentes sobre as opções pedagógicas. 3. Ações de esclarecimento para cada ciclo de estudos. 4. Aplicação das práticas pedagógicas nos diferentes ciclos de estudos. 	1. Nº de formações para docentes sobre o modelo 2º de Ucs que operacionalizam o modelo académico	Patrícia Oliveira	Ano 2022-2023