



RELATÓRIO DE ATIVIDADES

2018 – 2019

IPAM PORTO

Índice Geral

1. Introdução.....	3
2. Grau de cumprimento do plano estratégico e plano anual.....	4
3. Realização dos objetivos estabelecidos.....	6
4. Eficiência da gestão administrativa e financeira	13
5. Evolução da situação patrimonial, financeira e sustentabilidade da instituição	14
6. Movimentos de pessoal docente	15
7. Movimentos de pessoal não docente.....	17
8. Evolução das admissões e da frequência dos ciclos de estudos ministrados	18
9. Graus académicos e diplomas conferidos.....	19
10. Empregabilidade dos seus diplomados	20
11. Internacionalização da instituição e número de estudantes estrangeiros	21
12. Prestação de serviços externos e das parcerias estabelecidas	23
13. Procedimentos de autoavaliação e de avaliação externa e seus resultados	25
14. Principais Conclusões	26

1. Introdução

O ano letivo de 2018-2019, no IPAM Porto, decorreu em conformidade com os princípios definidos no Plano Estratégico. Os alicerces orientadores que pautaram a sua conduta, devidamente centrados nos ciclos de estudo em vigor, derivam das diretrizes estratégicas do Grupo, do qual o IPAM faz parte integrante atualmente. Fundamentalmente, esses princípios focalizam-se numa constante preocupação com o desenvolvimento da excelência nos processos de gestão académica e pedagógica que permeiam as atividades internas.

As diretrizes de atuação no ano 2018-2019 foram focalizadas nas atividades que possibilitam a qualificação dos nossos estudantes e docentes, uma vez que consideramos serem estes os principais recursos envolvidos na criação de conhecimento científico e no desenvolvimento de competências associadas à dinâmica do mercado de trabalho.

Do ponto de vista da sustentabilidade, atualmente, evidenciamos uma realidade que nos proporciona, de forma progressiva, de forma crescente, uma capacidade aprimorada de gestão financeira e orçamental. Além disso, conseguimos assegurar de maneira mais eficaz a concretização dos objetivos delineados pelo IPAM, o que se deve, em parte, a uma melhor adaptação dos recursos disponíveis e a uma adequação mais eficiente do modelo de gestão à nova realidade institucional.

Por último, o IPAM concentra-se cada vez mais nos princípios e nas atividades que abrangem a área da Responsabilidade Social, eixo estratégico crucial para o sucesso das organizações. Este compromisso é evidenciado pelas sólidas ligações estabelecidas com a comunidade e o mercado de trabalho, por meio das diversas parcerias estabelecidas e dos inúmeros projetos desenvolvidos em colaboração com as organizações, em contexto de sala de aula.

2. Grau de cumprimento do plano estratégico e plano anual

É crucial salientar que a eficácia do modelo de governança do IPAM tem sido assegurada pela progressiva sincronização entre os ciclos de planeamento, a alocação dos recursos e a qualidade. O modelo de planeamento operacional, implementado no ano letivo 2018-2019, adotou de forma integrada uma abordagem predominantemente *top-down*, a partir dos objetivos anuais delineados pela entidade instituidora e pelo Conselho de Gestão. Esses objetivos são subsequentemente refletidos no Plano Estratégico, nos respetivos Planos de Atividades dos ciclos de estudos, bem como na dinâmica de funcionamento dos serviços envolvidos.

Esta integração propiciou a coerência e a articulação dos diversos níveis de objetivos estabelecidos. Fundamentado no Plano Estratégico do Grupo, permite orientar todas as atividades para a concretização dos objetivos.

As principais metas institucionais são as que se elencam:

- **Reputação Institucional:** atingir um posicionamento competitivo europeu (atração de professores e investigadores nacionais e internacionais de excelência);
- **Qualidade de Ensino:** manter a integração sustentada do Modelo Académico do Grupo e ser primeira escolha nas candidaturas a cursos de Marketing (Integração de 90% de unidades curriculares com casos reais, participação em concursos internacionais, integração de cases studies de responsabilidade social e identificar rankings de marketing a nível europeu para futuras candidaturas);
- **Investigação:** redefinir a área de investigação. Para isso, criar e desenvolver uma Unidade de Investigação, bem como atingir a meta de 50% dos docentes com publicações indexadas;
- **Internacionalização:** o IPAM como Escola de referência na Europa. Aumentar simultaneamente o reconhecimento no mercado internacional com a meta de 40% de novos estudantes internacionais;
- **Relação com a Comunidade:** ser o parceiro privilegiado na área do marketing, nomeadamente nas diferentes tipologias de empresas e ultrapassar os 95% de taxa de empregabilidade.

Assim, o Plano Estratégico tem sido o documento de base, no qual se traça o rumo da escola para o horizonte temporal de um triénio. Este plano foi elaborado com a colaboração de todos

os *stakeholders*, estudantes e antigos-estudantes, docentes, colaboradores, parceiros, fornecedores, empresas e recrutadores. Este plano é delineado e aprovado pelos órgãos de governo, designadamente o Conselho de Gestão. Face a este plano, os objetivos de cada área são refletidos em termos quantitativos no Plano Anual de Atividades (2018-2019), que define metas muito precisas para as atividades inerentes aos ciclos de estudo no ano letivo. O controlo dos objetivos, realizado por toda a equipa da Escola, aos seus diferentes níveis, com especial incidência ao nível das Direções de Curso e de Coordenação das Áreas Científicas, permitiu uma análise precisa dos resultados e dos desvios entre as metas estabelecidas e os resultados entretanto alcançados. Paralelamente, os órgãos de governo têm trabalhado de forma articulada e analisam anualmente a execução dos planos e a concretização dos objetivos. O Conselho de Gestão tem sido responsável por elaborar o presente Relatório Anual de Atividades. Para tornar mais eficaz este processo, houve a necessidade de garantir uma ligação estreita entre os diferentes órgãos de governo, o que levou a Direção a estabelecer reuniões semanais e mensais com diferentes grupos, como é o caso da reunião com os responsáveis de Investigação, Relações com o Mercado, Relações Internacionais, Direções de Curso e Serviços Académicos. Convém lembrar que o envolvimento de praticamente todos os *stakeholders* é uma prática habitual no IPAM Porto, com particular incidência na fase do planeamento estratégico e respetiva implementação.

Reflexo desta estrutura globalizante e integradora estão os objetivos operacionais definidos para os ciclos de estudos da Escola IPAM Porto no início do ano letivo 2018-2019, cuja monitorização permite fazer, neste plano de atividades, um balanço global, isto é, vincar o grau de cumprimento do plano estratégico e do respetivo plano anual. Este balanço será objeto de análise no ponto seguinte.

3. Realização dos objetivos estabelecidos

Decorrentes do Plano Estratégico e, numa lógica operacional de implementação efetiva das medidas propostas no início do ano letivo, surge o balanço do plano anual de atividades (operacional) para os diferentes ciclos de estudos, que passamos a discutir. Em termos globais, e independentemente do ciclo de estudos em análise, podem definir-se 3 grandes áreas estratégicas de incidência no planeamento das atividades do ciclo de estudos:

- **Conhecimentos em gestão de marketing:** preparar os nossos discentes para o domínio de conceitos de carácter científico, aplicar técnicas de gestão de marketing e, não menos importante, fornecer os métodos de trabalho de natureza científica necessários ao trabalho de investigação. Não obstante esta vertente com uma grande carga teórica, é indispensável paralelamente o domínio do reconhecimento das potenciais ligações que facilmente se podem encontrar entre as bases conceptuais das diversas áreas curriculares que, embora lecionadas muitas vezes de forma independente, se cruzam sistematicamente na realidade académica, mas, sobretudo, na realidade empresarial;
- **Competências em gestão de marketing:** de natureza mais intangível e com uma carga marcadamente prática. O enfoque nesta área é sobre a preparação dos nossos estudantes para as atividades empresariais ligadas à gestão de marketing. Neste domínio, inserem-se todas as atividades académicas, que procuram formar um profissional nesta área. Aqui, salienta-se a essência do Modelo Académico desenvolvido, no qual a vertente de imersão experiencial ou profissional ocupa um lugar de destaque e carrega um sentido muito próprio nas atividades pedagógicas desenvolvidas;
- **Atitude:** por último, e não menos importante, formar profissionais com elevado sentido e carácter empreendedor, com uma visão multicultural e internacional, com elevada confiança para os desafios empresariais na era da globalização. Nesta área, insiste-se igualmente na preparação dos nossos estudantes para uma postura sensível à vertente da responsabilidade social.

No que toca ao Modelo Académico, também aqui o balanço dos ciclos de estudos deve ser devidamente enquadrado, uma vez que o Plano Estratégico já o contempla e o planeamento de atividades de natureza operacional procura implementá-lo nas diferentes unidades curriculares. A essência do projeto educativo, ligado aos princípios do Modelo Académico, visa a implementação de uma filosofia pedagógica, na qual assentam a construção dos planos de

estudos e a gestão dos assuntos académicos, que têm como principais vetores a colocação do estudante no centro, através da internacionalização, da imersão profissional, da tecnologia, da investigação, da abordagem digital e da responsabilidade social. Como resultado, temos um ensino personalizado, isto é, um conjunto de práticas que faculta aos estudantes uma experiência personalizada de elevado valor científico e pedagógico.

Balanço do 1º Ciclo – Licenciatura em Gestão de Marketing

No seu conjunto, os objetivos do 1º ciclo do IPAM Porto derivam integralmente da missão e das orientações estratégicas da instituição, formalmente delineadas no Plano Estratégico, especialmente no Modelo Académico. Os resultados apresentados na tabela subsequente fornecem diversos indicadores implementados no ciclo de estudos em conformidade com o referido Modelo.

Tabela: Resultados da Licenciatura em Gestão de Marketing – IPAM Porto

Nº ECTS de Laboratório de Ambiente Profissional no CE	27
Nº ECTS de Estágio Curricular no CE	15
Nº de Visitas às empresas	5
Nº de Desafios (problemas/projetos) lançados por empresas	20
Nº Estudantes que participaram em Desafios	767
Nº de Aulas lecionadas por empresas	20
Nº ECTS de Soft Skills no CE	12 + 15
Nº Professores Internacionais Convidados	0
Nº ECTS em língua estrangeira no CE	0
Nº Concursos Internacionais em que os estudantes participam	1

Nº Estudantes que participam em Concursos Internacionais	200
Nº Collaborative Projects em que os estudantes participam	2
Nº Estudantes que participam em Collaborative Projects	400
Nº Conferências Internacionais a que os estudantes puderam assistir na instituição	4
CE com Mobilidade Internacional Obrigatória	Não
Nr de ECTS online no CE	0
Nº Softwares Empresariais	3
Nº ECTS que recorrem a software empresarial no CE	59
Nº ECTS de Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade	6
Nº ECTS em interdisciplinaridade UC integradas	54
Plano de estudos orientado por competências mensuráveis	Sim
Plano de estudos desenvolvido com Empresas / Ass. Profissionais	Sim
Nº ECTS que utilizam práticas pedagógicas ativas	165
Nº ECTS de Exploração Vocacional no CE	15
Nº ECTS de Plano de Desenvolvimento Pessoal no CE	12 + 15
Nº ECTS de Simulação / Jogo no CE	0
Nº ECTS de Práticas de Investigação	27
Existência de Tutorias	Sim

Notas: Consideram-se os Nº ECTS de *Soft Skills* no CE, incluindo as Unidades de Dinâmica e Animação de Grupos e Linguagem e Apresentação Empresarial.

No ciclo de estudos em análise, os estudantes participaram ativamente em diversos projetos relacionados com concursos. Na tabela subsequente, estão identificados os projetos em questão.

Tabela: Concursos inseridos em Unidades Curriculares - IPAM Porto – 1º ciclo

Identificação dos Concursos – Licenciatura em Gestão de Marketing
Google online Marketing Challenge (com empresas)

Tabela: Resultados da Licenciatura em Marketing – IPAM Porto

Nº ECTS de Laboratório de Ambiente Profissional no CE	18
Nº ECTS de Estágio Curricular no CE	18
Nº de Visitas às empresas	6
Nº de Desafios (problemas/projetos) lançados por empresas	4
Nº Estudantes que participaram em Desafios	40
Nº de Aulas lecionadas por empresas	4
Nº ECTS de Soft Skills no CE	15
Nº Professores Internacionais Convidados	2
Nº ECTS em língua estrangeira no CE	Todas as aulas são lecionadas em inglês
Nº Concursos Internacionais em que os estudantes participam	1
Nº Estudantes que participam em Concursos Internacionais	22
Nº Collaborative Projects em que os estudantes participam	2
Nº Estudantes que participam em Collaborative Projects	22
Nº Conferências Internacionais a que os estudantes puderam assistir na instituição	2

CE com Mobilidade Internacional Obrigatória
1
Nr de ECTS online no CE
0
Nº Softwares Empresariais
1
Nº ECTS que recorrem a software empresarial no CE
12
Nº ECTS de Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade
6
Nº ECTS em interdisciplinaridade UC integradas
40
Plano de estudos orientado por competências mensuráveis
Sim
Plano de estudos desenvolvido com Empresas / Ass. Profissionais
Sim
Nº ECTS que utilizam práticas pedagógicas ativas
6
Nº ECTS de Exploração Vocacional no CE
6
Nº ECTS de Plano de Desenvolvimento Pessoal no CE
6
Nº ECTS de Simulação / Jogo no CE
6
Nº ECTS de Práticas de Investigação
12
Existência de Tutorias
Sim

No ciclo de estudos em análise, os estudantes estiveram igualmente envolvidos em vários projetos ligados a concursos nacionais/internacionais. A tabela seguinte sintetiza os projetos.

Tabela: Concursos inseridos em Unidades Curriculares - IPAM Porto – 1º ciclo

Identificação dos Concursos – Licenciatura em Marketing
L’Oreal Challenge
-The future of hair dresser

Balço do 2º Ciclo – Mestrado em Gestão de Marketing

Globalmente, os objetivos do 2º ciclo de estudos do IPAM Porto derivam integralmente da missão e das orientações estratégicas da instituição, formalmente delineadas no Plano Estratégico do Grupo. Os resultados apresentados na tabela seguinte fornecem vários indicadores implementados no ciclo de estudos em relação ao Modelo Académico adotado.

Tabela: Resultados do Mestrado em Gestão de Marketing – IPAM Porto

Nº ECTS de Laboratório de Ambiente Profissional no CE	N/A
Nº ECTS de Estágio Curricular no CE	42
Nº de Visitas às empresas	3
Nº de Desafios (problemas/projetos) lançados por empresas	5
Nº Estudantes que participaram em Desafios	131
Nº de Aulas lecionadas por empresas	13
Nº ECTS de Soft Skills no CE	48

Nº Professores Internacionais Convidados	1
Nº Concursos Internacionais em que os estudantes participam	0
Nº Estudantes que participam em Concursos Internacionais	0
Nº Collaborative Projects em que os estudantes participam	9
Nº Estudantes que participam em Collaborative Projects	131
Nº Conferências Internacionais a que os estudantes puderam assistir na instituição	0
CE com Mobilidade Internacional Obrigatória	N/A
Nº Softwares Empresariais	2
Nº ECTS que recorrem a software empresarial no CE	4
Nº ECTS de Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade	0
Nº ECTS em interdisciplinaridade UC integradas	36
Plano de estudos orientado por competências mensuráveis	0
Plano de estudos desenvolvido com Empresas / Ass. Profissionais	0
Nº ECTS que utilizam práticas pedagógicas ativas	120
Nº ECTS de Exploração Vocacional no CE	102
Nº ECTS de Plano de Desenvolvimento Pessoal no CE	18
Nº ECTS de Simulação / Jogo no CE	6
Nº ECTS de Práticas de Investigação	54
Existência de Tutorias	Sim

4. Eficiência da gestão administrativa e financeira

A gestão administrativa e financeira do IPAM Porto é assegurada mediante o cumprimento do orçamento e dos seus respetivos rácios, em conformidade com as diretrizes do Grupo Laureate. Para esse efeito, adota-se um modelo de gestão anual, fundamentado na elaboração e acompanhamento das diversas rubricas inerentes ao orçamento anual.

Do ponto de vista da gestão administrativa, a descrição, avaliação e controlo dos processos, seguem uma lógica de boas práticas e de melhoria contínua, por meio de modelos de monitorização constantes.

Relativamente à área financeira, o IPAM Porto adota um programa baseado no rigoroso controlo e seguimento dos seus recursos financeiros, com especial atenção às rubricas orçamentais. Isto possibilita uma utilização racional dos referidos recursos.

5. Evolução da situação patrimonial, financeira e sustentabilidade da instituição

Em termos patrimoniais, esta evolução é espelhada nas demonstrações financeiras da Entidade Instituidora, sociedade Ensilis e a sua sustentabilidade nos indicadores de autonomia financeira, liquidez e solvabilidade.

Com base na reflexão interna e na capacidade de análise da gestão financeira integrada, existe uma ligação específica entre o desempenho da escola e os resultados da sociedade gestora. Tendo em atenção os dados patrimoniais, um dos elos de ligação com maior ênfase e impacto é, sem dúvida, o valor da marca IPAM, considerando os seus valores e atributos de flexibilidade, credibilidade e rigor académico e científico.

De forma a garantir a sua sustentabilidade, o IPAM é gerido de uma forma rigorosa, nomeadamente no que toca à estrutura de custos e proveitos, através de critérios de afetação de recursos, com a ideia de gestão presente e acautelando o futuro.

6. Movimentos de pessoal docente

A evolução do pessoal docente da Escola IPAM Porto no ano letivo 2018-2019 é o reflexo da crescente consolidação da estrutura institucional, bem como da resposta aos requisitos do Regulador e das exigências de qualidade que conduzem a estratégia do Grupo Laureate e do IPAM em particular. No essencial, esta evolução tem como objetivos e critérios fundamentais, a melhoria ao nível do incremento de habilitações do corpo docente com o Grau de Doutor e com a especialização na área científica fundamental dos ciclos de estudos. Assim, em termos de evolução, no presente ano letivo 2018-2019 e, face aos anos anteriores, as tabelas seguintes permitem identificar os resultados obtidos.

Tabela: Qualificações Académicas dos Docentes IPAM Porto

Licenciatura em Gestão de Marketing

Nível de Qualificação	Docentes 2016-2017		Docentes 2017-2018		Docentes 2018-2019	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem
Doutor	18	67%	21	72%	23	72%
Doutor área científica fundamental	13	48%	16	55%	18	56%
Especialista	7	26%	7	24%	6	19%
Mestre	2	7%	1	3%	3	9%
Licenciado	0	0%	0	0%	0	0%
Total	27		29		32	

Tabela: Qualificações Académicas dos Docentes IPAM Porto

Licenciatura em Marketing Global

Nível de Qualificação	Docentes 2017-2018		Docentes 2018-2019	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem
Doutor	9	90%	8	57%
Doutor área científica fundamental	5	56%	6	43%
Especialista	0	0%	1	7%
Mestre	1	11%	3	21%
Licenciado	0	0%	1	7%
Total	10	-	14	-

Tabela: Qualificações Académicas dos Docentes IPAM Porto
Mestrado em Gestão de Marketing

Nível de Qualificação	Docentes 2016-2017		Docentes 2017-2018		Docentes 2018-2019	
	Doutor	13	81.25%	18	85.71%	15
Doutor área científica fundamental	10	62.50%	13	61.90%	12	63%
Especialista	2	12.50%	2	09.52%	1	5%
Mestre	1	6.25%	1	4.76%	3	16%
Licenciado	1	5.26%	0	0.00%	0	0%
Total	16	-	21	-	19	-

7. Movimentos de pessoal não docente

Relativamente aos movimentos do pessoal não docente, a Escola IPAM faz o balanço identificado no quadro seguinte. Importa referir que as mudanças assinaladas envolvem os princípios subjacentes à rotatividade de funções, à avaliação de funções, ao trabalho de equipa e à inovação.

Tabela: Evolução do Pessoal não Docente IPAM Porto

Função	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Diretor	1	1	2	2
Direção de Curso	2	2	3	3
Coordenação de Área Técnico-Científica	4	4	4	4
Empregabilidade	2	3	1	1
Internacionalização	1	1	1	1
Investigação	1	1	1	1
Qualidade e Inovação	1	1	1	1
Suporte Académico	1	1	1	1
Secretaria Escolar	1	1	0	0
Student Services	1	1	4	4
Biblioteca	2	2	2	2
Operações	3	3	3	3
Tecnologias	1	1	1	1
Total	21	22	24	24

8. Evolução das admissões e da frequência dos ciclos de estudos ministrados

Relativamente aos dados disponíveis sobre as admissões e inscrições no ano letivo 2018-2019, as tabelas seguintes identificam os resultados obtidos. Nos quadros detalha-se, igualmente, a evolução registada nos últimos anos letivos.

Tabela: Evolução do nº de Vagas Aprovadas - IPAM Porto

Ciclo de Estudos	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Licenciatura Gestão de Marketing	200	250	250	250
Licenciatura Marketing	-	-	30	30
Mestrado Gestão de Marketing	50	50	60	60
Mestrado Design Management	30	30	30	30

Tabela: Evolução do nº de Inscritos Totais - IPAM Porto

Ciclo de Estudos	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	Evolução
Licenciatura Gestão de Marketing	684	701	662	767	15.86%
Licenciatura Marketing	-	-	14	39	178.5%
Mestrado Gestão de Marketing	132	106	117	131	11.96%
Mestrado Design Management	21	14	11	7	-36.36%

Tabela: Evolução do nº de Inscritos 1º ano e 1ª vez - IPAM Porto

Ciclo de Estudos	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	Evolução
Licenciatura Gestão de Marketing	210	148	228	278	21.92%
Licenciatura Marketing	-	-	14	25	78.57%
Mestrado Gestão de Marketing	59	45	48	66	37.5%
Mestrado Design Management	9	5	7	0	-

9. Graus académicos e diplomas conferidos

Relativamente aos dados sobre os diplomados dos ciclos de estudos no IPAM Porto, a tabela seguinte identifica os resultados obtidos no ano letivo 2018-2019 em análise.

Tabela: Número de Diplomados por Ciclo de Estudos - IPAM Porto

Ciclo de Estudos	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Licenciatura Gestão de Marketing	144	169	208	173
Licenciatura em Marketing	-	-	-	-
Mestrado Gestão de Marketing	47	41	47	59
Mestrado Design Management	2	2	3	2

10. Empregabilidade dos seus diplomados

Relativamente ao nível de empregabilidade dos estudantes formados no ciclo de estudos e das correspondentes atividades de inserção dos diplomados no mercado de trabalho, o IPAM Porto apresenta os resultados estatísticos refletidos no quadro seguinte.

Tabela: Nível de Empregabilidade por Ciclo de Estudos - IPAM Porto

Ciclo de Estudos	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Licenciatura Gestão de Marketing*	92,5%	95,8%	93,5%
Licenciatura Marketing	-	-	-
Mestrado Gestão de Marketing	95,2%	72,4%	-

*Dados [Infocursos](#)

Os dados de empregabilidade apresentados refletem a constante preocupação do IPAM com a inserção dos diplomados no mercado de trabalho. As instituições Laureate em Portugal dispõem de um Gabinete de Empregabilidade, que têm como objetivo aproximar os estudantes dos empregadores. Existe, em paralelo, uma preocupação em reforçar as *soft skills* dos estudantes e apoiá-los no processo de definição do seu plano de carreira. No ano letivo em questão, foram várias as atividades executadas pela instituição com estes propósitos.

11. Internacionalização da instituição e número de estudantes estrangeiros

A Internacionalização é uma das áreas prioritárias do IPAM Porto, como forma de estruturar e criar mais oportunidades de aprendizagem e mobilidade para estudantes, docentes e colaboradores. Relativamente ao nível de internacionalização dos estudantes e dos docentes nos ciclos de estudos e das correspondentes atividades associadas neste domínio, o IPAM Porto apresenta os resultados estatísticos ilustrados nas tabelas seguintes.

Tabela: Internacionalização – 1º Ciclo - IPAM Porto

Parâmetro	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Estudantes estrangeiros matriculados	15	6	16
Estudantes em programas de mobilidade (IN)	9	15	35
Estudantes em programas de mobilidade (OUT)	31	38	35
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (IN)	0	0	0
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (OUT)	0	1	1

Tabela: Internacionalização – 2º Ciclo - IPAM Porto

Parâmetro	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Estudantes estrangeiros matriculados	1	4	10
Estudantes em programas de mobilidade (IN)	0	0	0
Estudantes em programas de mobilidade (OUT)	*	*	
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (IN)	0	0	0
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (OUT)	0	0	0

Relativamente à área da investigação, do corpo docente do IPAM Porto, e em particular à publicação de artigos científicos em revistas internacionais, refira-se a tabela síntese seguinte

Tabela: Evolução das Publicações Científicas - IPAM Porto

Ano	Número
2015	6
2016	11
2017	11
2018	27
2019	20

Nota: dados de outubro 2019.

12. Prestação de serviços externos e das parcerias estabelecidas

Em termos genéricos, o Projeto IPAM baseia-se no pressuposto de que o sucesso académico está muito relacionado com a ligação de proximidade com a comunidade e com o desenvolvimento de plataformas de interação, no sentido do contributo efetivo para a melhoria de pessoas e entidades, que façam parte do meio ambiente micro (transacional) e macro (contextual). O IPAM presta serviços à comunidade nos diversos domínios que integram o seu âmbito de intervenção, numa perspetiva de valorização recíproca. A constante participação nas atividades destas instituições assegura que o IPAM mantém os níveis de qualidade e envolvimento adequados a uma instituição com o seu perfil.

O desenvolvimento de projetos onde as práticas, na forma de parcerias, têm sido uma forte realidade nos ciclos de estudos, encontra-se principalmente no envolvimento de entidades no âmbito das diversas unidades curriculares. De uma maneira geral, as unidades curriculares envolvem projetos de natureza empresarial (Modelo Académico), onde a prática da imersão experiencial é uma constante. Tanto individualmente como a nível interdisciplinar, os projetos de natureza empresarial tratam problemas concretos das empresas envolvidas e, normalmente refletem marcas de referência. Particular destaque vai para a atividades realizadas pelo IPAM, em parceria com a BASE, cuja tabela seguinte sintetiza os resultados.

Tabela: Exemplos de Empresas e/ou Projetos – IPAM Consulting - IPAM Porto

Empresas/Projetos Envolvidos
<p>Licenciatura GM: Sumol, Be Sweet, Mayoral, Lightning Bolt, Metro do Porto, ANJE, Ventos de Carinho – Paranhos, Betesda, Esperança e Vida, Centro Paroquial do Amial, Universidade Senior Trofa, Universidade Senior S. João da Madeira, BLISQ; IDEIATEX; Luz Razão; SAMSYS; ShoeCare; Savino Del Bene;</p> <p>Nº de empresas que acolheram estagiários: 168</p>
<p>Mestrado GM: Garrafeira Divino, Facestore, Porsche, Adalberto Textile Solutions, Bizcargos, Continental Pneus, Colep, Centro Hospitalar do Médio Ave, Creative Lemnons, Futebol Clube de Famalicão, Ambar, Flamingo S.A., The Linde Group, Portugal Crowd, Cockburns Port, Brewpub Levare, E-bankit, Hyundai, Faurecia, Caves Taylor's, Agência Nacional de Inovação, Delightful Lamps, Entre as Artes e as Letras, Salvador Caetano, Himitsu, Águas do Porto, BTrust.</p>

As unidades curriculares de Estágio (Marketing ou Consumo) do 1º ciclo e de Dissertação/Estágio/Projeto Profissional do 2º ciclo, são as que melhor destacam o Modelo Académico, pelo número de empresas envolvidas. O quadro seguinte sintetiza os resultados dos estágios (curriculares e extracurriculares), dos estudantes que realizaram estas unidades curriculares.

Tabela: Estágios - IPAM Porto

Ciclo Estudos	2017-18	2018-19	2017-18	2018-19	2017-18	2018-19
	Estágios Curriculares		Estágios Extracurriculares		Total de Estágios	
Licenciatura	164	167	6	1	170	168
Mestrado	21	38	1	5	22	43

No mestrado, houve um aumento notável nos estágios curriculares, o que pode ser interpretado como uma integração mais profunda entre o currículo académico e as experiências práticas.

No geral, estes dados mostram um envolvimento positivo dos alunos em estágios, sugerindo uma tendência de crescimento e uma ênfase na aplicação prática do conhecimento.

13. Procedimentos de autoavaliação e de avaliação externa e seus resultados

O processo de autoavaliação conduzido pelo IPAM Porto no ano letivo 2018-2019, que acompanha o sistema interno de melhoria dos processos pedagógicos e científicos, envolveu múltiplos intervenientes. Convém sublinhar que este processo acompanha, em larga medida, as orientações do Grupo neste domínio e envolve, concretamente, diversos instrumentos de análise e avaliação dos resultados alcançados no ano letivo.

Mesmo numa fase em que, fruto da integração no Grupo Laureate, o Sistema Interno de Garantia da Qualidade é uma das principais prioridades neste domínio, para a autoavaliação das diversas áreas de atuação, o IPAM procedeu, dentro dos parâmetros disponíveis, ao necessário controlo das atividades letivas desenvolvidas nos seus ciclos de estudos. Os diversos órgãos de gestão e as respetivas coordenações de cursos dispõem, atualmente, de instrumentos de avaliação interna importantes.

14. Principais Conclusões

A implementação do Plano de Atividades 2018-2019 resultou em indicadores e evidências, que destacamos de forma sintética:

No que diz respeito à qualificação do Pessoal Docente, verificou-se um crescimento sustentado no número de docentes no 1º ciclo de estudos. A Licenciatura em Gestão de Marketing apresentou um aumento constante no número de inscritos ao longo dos anos, atingindo 767 inscritos em 2018-2019, representando um aumento de 15.86%. Quanto à licenciatura em Marketing, registou um crescimento notável, passando de 14 inscritos em 2017-2018 para 39 em 2018-2019, o que representa um aumento de 178.5%. Por fim, no Mestrado em Gestão de Marketing, observamos um aumento de 11,96%.

Estes números não só refletem uma tendência de crescimento, mas também indicam o reconhecimento da relevância e valor oferecidos pelo IPAM. Esses aumentos representam oportunidades promissoras para os alunos e sublinham a importância contínua da área do marketing no cenário educacional.

Globalmente, o ano letivo de 2018-2019 foi um período de consolidação dos pilares estratégicos do IPAM Porto em termos de qualidade global de ensino.

Referências de Aprovação do Documento

Relatório de Atividades apresentado e aprovado em Reunião de Conselho de Gestão