



RELATÓRIO DE ATIVIDADES

2017 – 2018

IPAM PORTO

Índice Geral

1. Introdução	3
2. Grau de cumprimento do plano estratégico e plano anual	3
3. Realização dos objetivos estabelecidos	5
4. Eficiência da gestão administrativa e financeira	13
5. Evolução da situação patrimonial, financeira e sustentabilidade da instituição	14
6. Movimentos de pessoal docente	14
7. Movimentos de pessoal não docente	16
8. Evolução das admissões e da frequência dos ciclos de estudos ministrados	17
9. Qualidade dos recursos humanos aplicados ao ensino	22
10. Graus académicos e diplomas conferidos	23
11. Empregabilidade dos seus diplomados	23
12. Internacionalização da instituição e número de estudantes estrangeiros	24
13. Prestação de serviços externos e das parcerias estabelecidas.....	25
14. Procedimentos de autoavaliação e de avaliação externa e seus resultados	27
15. Principais Conclusões	29

1. Introdução

O ano letivo de 2017-2018, no IPAM do Porto, decorreu de acordo com os princípios definidos no Plano Estratégico. Os princípios de base que nortearam a sua atuação, devidamente centrados nos ciclos de estudo em funcionamento, são resultado das orientações estratégicas do Grupo de que o IPAM é atualmente parte integrante. No essencial, incidem numa preocupação constante pelo desenvolvimento da excelência nos processos de gestão académica e pedagógica, que preenchem as atividades internas.

As orientações de atuação no ano 2017-2018 foram centradas nas atividades que permitem a qualificação dos nossos estudantes e docentes, por considerarmos que são estes os principais recursos envolvidos na criação de conhecimento científico e de competências associadas à dinâmica do mercado de trabalho.

Sob o ponto de vista da sustentabilidade apresentamos, atualmente, uma realidade que nos permite, de forma crescente, uma melhor e mais adequada capacidade de gestão financeira e orçamental. Para além disso, conseguimos garantir de, forma mais eficaz, concretizar os objetivos a que o IPAM se propõe, a que não é alheio um melhor ajuste dos meios de que dispõe e uma melhor adequação do modelo de gestão à nova realidade institucional.

Finalmente, o IPAM tem um enfoque crescente nos princípios e nas atividades que englobam a área da Responsabilidade Social – eixo estratégico fundamental para o sucesso das organizações - que se pode comprovar pelas fortes ligações com a comunidade e com o mercado de trabalho, através das múltiplas parcerias estabelecidas e dos inúmeros projetos desenvolvidos em sala de aula, em parceria com as organizações.

2. Grau de cumprimento do plano estratégico e plano anual

É preciso reforçar que a eficácia do modelo de governo do IPAM tem sido garantida pela gradual sincronização entre os ciclos de planeamento, a organização dos recursos e a qualidade. O modelo de planeamento operacional, que foi implementado no ano letivo 2017-2018, seguiu de forma integrada, uma lógica tendencialmente *top-down*, a partir dos objetivos anuais traçados pela entidade instituidora e pelo Conselho de Gestão, que são sucessivamente refletidos no Plano Estratégico e nos respetivos Planos de Atividades dos ciclos de estudos, bem como na dinâmica de funcionamento dos serviços envolvidos.

Esta integração permitiu a coerência e a articulação dos múltiplos níveis de objetivos definidos. Alicerçado no Plano Estratégico do Grupo, permite orientar todas as atividades para a

satisfação dos objetivos. A título de referência, o quadro de objetivos gerais definidos para 2021 mantêm-se, no essencial, neste ano letivo.

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: implementar um Modelo Académico Experiencial e ser primeira escolha nas candidaturas a cursos de marketing em Portugal;
- Investigação: novo plano estratégico de investigação, criar Unidade de Investigação e atingir um rácio de 30% de docentes com publicações indexadas;
- Internacionalização: posicionamento internacional como escola de referência no contexto Europeu e atingir um rácio de 25% de 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 tem sido elaborado com a colaboração de todos os *stakeholders*, estudantes e antigos-estudantes, docentes, colaboradores, parceiros, fornecedores, empresas e recrutadores. O Plano Estratégico 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 (Plano Operacional), 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 2017-2018, 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

Globalmente, os objetivos do 1º ciclo do IPAM Porto, resultam integralmente da missão e das orientações estratégicas da instituição, formalmente estruturados no Plano Estratégico e em particular no Modelo Académico. Os resultados identificados na tabela seguinte fornecem os vários indicadores implementados no ciclo de estudos em relação ao 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
53
Nº de Desafios (problemas/projetos) lançados por empresas
26
Nº Estudantes que participaram em Desafios
650
Nº de Aulas lecionadas por empresas
23
Nº ECTS de Soft Skills no CE
12 + 15
Nº Professores Internacionais Convidados

3
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
4
Nº Estudantes que participam em Collaborative Projects
500 (16 + 4 +300+180)
Nº Conferências Internacionais a que os estudantes puderam assistir na instituição
4
CE com Mobilidade Internacional Obrigatória
Não
Nr de ECTS online no CE
A Licenciatura em Gestão de Marketing tem um regime on line, pelo que todas as Ucs são em regime e-learning - 180 ects
Nº Softwares Empresariais
3
Nº ECTS que recorrem a software empresarial no CE
51
Nº ECTS de Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade
40
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
144
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
21
Existência de Tutorias

Sim
Nº Docentes com ligação profissional ativa no mercado empresarial
21
Nº Docentes que leciona no CE há 3 ou mais anos
23

Notas: Considera-se a Unidade de Estágio (15) no Nº ECTS de Laboratório de Ambiente Profissional no CE; na rúbrica do Nº ECTS de *Soft Skills* no CE consideram-se as Unidades de Dinâmica e Animação de Grupos e Linguagem e Apresentação Empresarial.

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

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
20
Nº ECTS de Estágio Curricular no CE
18
Nº de Visitas às empresas
5
Nº de Desafios (problemas/projetos) lançados por empresas
3
Nº Estudantes que participaram em Desafios
20
Nº de Aulas lecionadas por empresas
2
Nº ECTS de Soft Skills no CE
9
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

18
Nº Collaborative Projects em que os estudantes participam
1
Nº Estudantes que participam em Collaborative Projects
20
Nº Conferências Internacionais a que os estudantes puderam assistir na instituição
4
CE com Mobilidade Internacional Obrigatória
NA
Nr de ECTS online no CE
0
Nº Softwares Empresariais
1
Nº ECTS que recorrem a software empresarial no CE
0
Nº ECTS de Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade
6
Nº ECTS em interdisciplinaridade UC integradas
18
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 Docentes com ligação profissional ativa no mercado empresarial
4
Nº Docentes que leciona no CE há 3 ou mais anos
0

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
L’Oreal -The future of hair dresser

Tabela: Resultados da Licenciatura em Gestão de Marketing EaD – 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	0
Nº de Desafios (problemas/projetos) lançados por empresas	0
Nº Estudantes que participaram em Desafios	60
Nº de Aulas lecionadas por empresas	0
Nº ECTS de Soft Skills no CE	12+15
Nº Professores Internacionais Convidados	0
Nº ECTS em língua estrangeira no CE	Não se verificou
Nº Concursos Internacionais em que os estudantes participam	1
Nº Estudantes que participam em Concursos Internacionais	25
Nº Collaborative Projects em que os estudantes participam	0
Nº Estudantes que participam em Collaborative Projects	48
Nº Conferências Internacionais a que os estudantes puderam assistir na instituição	4
CE com Mobilidade Internacional Obrigatória	

Não
Nr de ECTS online no CE
180
Nº Softwares Empresariais
3
Nº ECTS que recorrem a software empresarial no CE
51
Nº ECTS de Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade
Não se aplica
Nº ECTS em interdisciplinaridade UC integradas
12
Plano de estudos orientado por competências mensuráveis
Sim
Plano de estudos desenvolvido com Empresas / Ass. Profissionais
Sim
Nº ECTS que utilizam práticas pedagógicas ativas
144
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
Não se aplica
Nº ECTS de Práticas de Investigação
21
Existência de Tutorias
Sim
Nº Docentes com ligação profissional ativa no mercado empresarial
21
Nº Docentes que leciona no CE há 3 ou mais anos
23

Notas: Considera-se a Unidade de Estágio (15) no Nº ECTS de Laboratório de Ambiente Profissional no CE; na rubrica do Nº ECTS de *Soft Skills* no CE consideram-se as Unidades de Dinâmica e Animação de Grupos e Linguagem e Apresentação Empresarial.

Balço do 2º Ciclo – Mestrado em Gestão de Marketing

Globalmente, os objetivos do 2º ciclo de estudos do IPAM Porto resultam integralmente da missão e orientações estratégica da instituição, formalmente estruturados no Plano Estratégico do Grupo. Os resultados identificados na tabela seguinte fornecem os vários dos indicadores implementados no ciclo de estudos em relação ao Modelo Académico seguido.

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	12
Nº de Visitas às empresas	17
Nº de Desafios (problemas/projetos) lançados por empresas	8
Nº Estudantes que participaram em Desafios	72
Nº de Aulas lecionadas por empresas	19
Nº ECTS de Soft Skills no CE	120
Nº Professores Internacionais Convidados	1
Nº ECTS em língua estrangeira no CE	38
Nº Concursos Internacionais em que os estudantes participam	1
Nº Estudantes que participam em Concursos Internacionais	72
Nº Collaborative Projects em que os estudantes participam	9
Nº Estudantes que participam em Collaborative Projects	72
Nº Conferências Internacionais a que os estudantes puderam assistir na instituição	0
CE com Mobilidade Internacional Obrigatória	N/A
Nr de ECTS online no CE	N/A
Nº Softwares Empresariais	2
Nº ECTS que recorrem a software empresarial no CE	4
Nº ECTS de Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade	120
Nº ECTS em interdisciplinaridade UC integradas	

0
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
12
Nº ECTS de Plano de Desenvolvimento Pessoal no CE
0
Nº ECTS de Simulação / Jogo no CE
6
Nº ECTS de Práticas de Investigação
54
Existência de Tutorias
Sim
Nº. Docentes com ligação profissional ativa no mercado empresarial
9
Nº. Docentes que leciona no CE há 3 ou mais anos
12

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

Tabela: Concursos inseridos em Unidades Curriculares - IPAM Porto – 2º ciclo

Identificação dos Concursos – Mestrado em Gestão de Marketing
Junior Achievement Portugal
EDP University Challenge

4. Eficiência da gestão administrativa e financeira

A Gestão Administrativa e Financeira do IPAM Porto são garantidas pelo cumprimento do orçamento e dos seus respetivos rácios, em linha com as diretrizes do Grupo Laureate. Para o efeito, existe um modelo de gestão anual, suportado na elaboração e seguimento das diversas rúbricas inerentes ao orçamento anual.

Sob o ponto de vista da gestão administrativa, a descrição, avaliação e controlo dos processos, conduzem a uma lógica de boas práticas e de melhoria permanente, através de modelos de monitorização constantes.

No que se refere à área financeira, o IPAM Porto pauta-se por um programa assente no rigoroso controlo e seguimento dos seus recursos financeiros, com particular incidência nas rubricas orçamentais, o que permite uma racional utilização 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 2017-2018 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 2017-2018 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 2015-2016		Docentes 2016-2017		Docentes 2017-2018	
	Doutor	16	64.00%	18	66.67%	21
Doutor área científica fundamental	12	48.00%	13	48.15%	16	55.17%
Especialista	6	24.00%	7	25.93%	7	24.14%
Mestre	2	08.00%	2	7.41%	1	3.45%
Licenciado	1	04.00%	0	0.00%	0	0.00%
Total	25		27		29	

Tabela: Qualificações Académicas dos Docentes IPAM Porto
Licenciatura em Marketing Global

Nível de Qualificação	Docentes 2017-2018	
	Doutor	9
Doutor área científica fundamental	5	55.56%
Especialista	0	0.00%
Mestre	1	11.11%
Licenciado	0	0.00%
Total	10	

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

Nível de Qualificação	Docentes 2015-2016		Docentes 2016-2017		Docentes 2017-2018	
	Doutor	14	73.68%	13	81.25%	18
Doutor área científica fundamental	10	52.63%	10	62.50%	13	61.90%
Especialista	3	15.79%	2	12.50%	2	09.52%
Mestre	1	5.26%	1	6.25%	1	4.76%
Licenciado	1	5.26%	0	0.00%	0	0.00%
Total	19		16		21	

Tabela: Qualificações Académicas dos Docentes IPAM Porto
Mestrado em Design Management

Nível de Qualificação	Docentes 2015-2016		Docentes 2016-2017		Docentes 2017-2018	
	Doutor	5	83.33%	3	100%	3
Doutor área científica fundamental	3	50%	2	66.67%	2	66.67%
Especialista	1	16.67%	0	-	0	-
Total	6		3		3	

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
Diretor	1	1	2
Direção de Curso	2	2	3
Coordenação de Área Técnico-Científica	4	4	4
Empregabilidade	2	3	1
Internacionalização	1	1	1
Investigação	1	1	1
Qualidade e Inovação	1	1	1
Suporte Académico	1	1	1
Secretaria Escolar	1	1	0
Student Services	1	1	4
Biblioteca	2	2	2
Operações	3	3	3
Tecnologias	1	1	1
Total	21	22	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 2017-2018, 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
Licenciatura Gestão de Marketing	200	250	250
Licenciatura Marketing	-	-	24
Mestrado Gestão de Marketing	50	50	60
Mestrado Design Management	30	30	30

Tabela: Evolução do nº de Colocados - IPAM Porto

Ciclo de Estudos	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Evolução
Licenciatura Gestão de Marketing	210	203	252	24.14%
Licenciatura Marketing	-	-	14	-
Mestrado Gestão de Marketing	59	45	48	6.67%
Mestrado Design Management	9	5	7	40.00%

Tabela: Evolução do nº de Inscritos Totais - IPAM Porto

Ciclo de Estudos	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Evolução
Licenciatura Gestão de Marketing	684	701	662	-5.56%
Licenciatura Marketing	-	-	14	-
Mestrado Gestão de Marketing	132	106	117	10.38%
Mestrado Design Management	21	14	11	-21.43%

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

Ciclo de Estudos	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Evolução
Licenciatura Gestão de Marketing	210	148	228	54.05%
Licenciatura Marketing	-	-	14	-
Mestrado Gestão de Marketing	59	45	48	6.67%
Mestrado Design Management	9	5	7	40.00%

Relativamente aos dados de aproveitamento da Licenciatura em Gestão de Marketing, na tabela seguinte, identifica os resultados obtidos no ano letivo 2017-2018 em análise.

Tabela: Inscrições e Aproveitamento por UC – 1º Ciclo – Gestão de Marketing - IPAM Porto

Unidade Curricular	Inscritos	Aprovados	Reprovados	Desistiram	Média Final
Comportamento do Consumidor	286	220	66	39	13.38
Cultura Ideologia e Mercado	276	229	47	19	13.77
Economia da Empresa	265	223	42	27	14.11
Estatística Descritiva	337	246	91	61	12.74
Fundamentos de Gestão	251	233	18	15	14.12
Fundamentos de Marketing	272	230	41	18	12.83
Investigação e Métodos de Pesquisa	267	235	32	21	13.93
Laboratório de Marketing e Consumo A	267	230	29	24	15.18
Linguagem e Apresentação Empresarial	259	230	27	22	13.84
Marketing	290	238	52	31	15.1
Comportamento Organizacional	222	163	59	27	12.61
Contabilidade de Gestão	194	169	25	14	14.64
Economia e Negócios Internacionais	202	181	21	9	13.63
Estudos de Mercado	218	191	26	12	13.48
Gestão da Comunicação	227	192	31	11	13.21
Gestão de Preços	198	170	27	13	14.04
Gestão de Produto	196	190	6	4	14.14
Laboratório de Marketing e Consumo B	193	176	17	17	15.5
Métodos de Previsão	284	202	82	46	13.31
Publicidade	200	172	28	22	14.03
Comportamentos de Compra e Venda	194	186	8	7	14.95
Dinâmica e Animação de Grupos	204	192	11	9	14.86
Estágio (Marketing ou Consumo)	216	186	27	1	15.97
Gestão das Pessoas	195	183	12	6	13.83
Gestão de Canais de Distribuição	206	196	10	9	14.98
Gestão de Vendas	203	198	4	4	17.01
Gestão Financeira	200	185	15	6	14.91
Plano de Marketing	207	193	13	11	15.88
Sistemas de Informação	200	187	13	8	14.28

Nota: A categoria “faltaram” refere-se aos estudantes que não realizam qualquer momento de avaliação previsto. **Inscritos = Aprovados + Reprovados + Faltaram.**

Dos resultados obtidos no ano letivo em análise, obtemos uma média final de **14,28 valores**. A maior parte das “desistências” verificou-se nas unidades de Estatística Descritiva (18,10%) e Métodos de Previsão (16,2%).

As áreas científicas onde se observam, neste ano letivo, níveis de reprovação mais significativos, compreendem Métodos Quantitativos e Ciências Sociais e Humanas.

A tabela seguinte ilustra a distribuição das médias pelas várias áreas científicas.

Tabela: Avaliação por Área Científica – Licenciatura GM - 2017 – 2018 - IPAM Porto

Área Científica	Média
Marketing	14.78
Economia e Gestão	14.29
Ciências Sociais e Humanas	13.79
Métodos Quantitativos	13.56

Relativamente aos dados de aproveitamento da Licenciatura em Marketing, a tabela seguinte identifica os resultados obtidos no ano letivo 2017-2018 em análise.

Tabela: Inscrições e Aproveitamento por UC – 1º Ciclo – Marketing - IPAM Porto

Unidade Curricular	Inscritos	Aprovados	Reprovados	Desistiram	Média Final
Global Economics	14	12	0	2	14
Marketing Principals	14	13	1	0	14.08
Cross Cultural Studies	14	12	2	0	15.42
Interpersonnal Skills	14	14	0	0	17.14
Research Methods	14	14	0	0	17.07
Statistics	14	12	2	0	16.5
Marketing Strategy	14	12	0	2	15.58
Consumer Behaviour	14	12	0	2	14.75
Managing Global Teams	14	12	0	2	17.75
Business Development for Alternative Futures	14	12	0	0	13.33
Marketing Research	14	12	0	2	14.75
Data Analysis	14	12	0	2	14

Nota: A categoria “faltaram” refere-se aos estudantes que não realizam qualquer momento de avaliação previsto. Inscritos = Aprovados + Reprovados + Faltaram.

Dos resultados obtidos no ano letivo em análise, obtemos uma média final de **15,36 valores**.

As unidades curriculares onde se verificou um maior número de “desistências” foram fundamentalmente as do 2.º semestre, concretamente Global Economics, Marketing Strategy, Consumer Behaviour, Managing Global Teams, Marketing Research e Data Analysis.

As áreas científicas onde se observam, neste ano letivo, níveis de reprovação mais significativos, compreendem Métodos Quantitativos e Ciências Sociais e Humanas.

A tabela seguinte ilustra a distribuição das médias pelas várias áreas científicas.

Tabela: Avaliação por Área Científica – Licenciatura Marketing – 2017-2018 - IPAM Porto

Área Científica	Média
Marketing	14.80
Economia e Gestão	13.66
Ciências Sociais e Humanas	16.42
Métodos Quantitativos	15.25

Relativamente aos dados de aproveitamento do Mestrado em Gestão de Marketing, a tabela seguinte identifica os resultados obtidos no ano letivo em análise.

Tabela: Inscrições e Aproveitamento por UC – Mestrado Gestão de Marketing - IPAM Porto

Unidade Curricular	Inscritos	Aprovados	Reprovados	Faltaram	Média Final
Desenho de Projecto	62	60	2	0	15.5
Direito dos Negócios	66	64	0	0	14.59
Economia do Consumo	65	63	0	2	16.24
Gestão de Projectos de Investimento	69	60	4	5	13.68
Liderança e Negociação	66	63	0	3	17.19
Marketing Estratégico	67	62	1	2	14.07
Marketing Relacional	64	63	0	1	16.58
Simulador de Gestão de Marketing	65	63	1	1	16.65
Sistemas de Análise e Apoio à Decisão	61	59	0	2	13.36
Branding	27	26	0	1	16.77
Consumo	9	8	0	0	17.63

Nota: A categoria “faltaram” refere-se aos estudantes que não realizam qualquer momento de avaliação previsto. **Inscritos = Aprovados + Reprovados + Faltaram.**

Dos resultados obtidos, no ano letivo em análise, obtemos uma média final de **15,66 valores**.

As unidades curriculares onde se verificou maior número de “desistências” foram Gestão de Projetos de Investimento e Liderança e Negociação.

As áreas científicas onde se observam, neste ano letivo, níveis de reprovação mais significativos, compreendem Economia e Gestão e Ciências Sociais e Humanas.

A tabela seguinte ilustra a distribuição das médias pelas várias áreas científicas.

Tabela: Avaliação por Área Científica – Mestrado GM – 2017-2018 - IPAM Porto

Área Científica	Média
Marketing	16.52
Economia e Gestão	14.83
Ciências Sociais e Humanas	16.71
Métodos Quantitativos	13.36

Relativamente aos dados de aproveitamento do Mestrado em Design Management, a tabela seguinte, identifica os resultados obtidos no ano letivo em análise.

Tabela: Inscrições e Aproveitamento por UC – Mestrado Design Management - IPAM Porto

Unidade Curricular	Inscritos	Aprova- dos	Reprova- dos	Faltaram	Média Final
Branding e Gestão da Comunicação	7	7	0	0	17.86
Business Design	7	7	0	0	17
Comportamento do Consumidor	8	7	0	1	16.71
Design Thinking	7	7	0	0	16
Estudo de Macro e Micro Tendências	7	7	0	0	17.86
Gestão da Cadeia de Valor	7	7	0	0	17.57
Gestão Integrada do Design	7	7	0	0	14.86
Marketing Estratégico	7	7	0	0	18.14
Metodologia de Investigação	7	7	0	0	14
Network and Innovation	7	7	0	0	16.57
Service Design	7	7	0	0	17.29
Team Building	7	7	0	0	17
International Workshop	3	3	0	0	0
Investigação Aplicada	3	3	0	0	18.33
Tese/Projecto/Relatório Estágio em GD	4	4	0	0	16

Nota: A categoria “faltaram” refere-se aos estudantes que não realizam qualquer momento de avaliação previsto. Inscritos = Aprovados + Reprovados + Faltaram.

Dos resultados obtidos, no ano letivo em análise, obtemos uma média final de **15,68 valores**. Comportamento registou apenas uma “desistência e não foram registadas reprovações.

A tabela seguinte ilustra a distribuição das médias pelas várias áreas científicas.

Tabela: Avaliação por Área Científica – Mestrado DM – 2017-2018 - IPAM Porto

Área Científica	Média
Ciências de Marketing	17,3
Ciências do Design	16
Ciências Sociais e Humanas	16,1

9. Qualidade dos recursos humanos aplicados ao ensino

Com base nos elementos anteriores, é possível fornecer alguns indicadores sobre a qualidade de ensino numa perspetiva baseada na qualificação dos docentes, que lecionam nos ciclos de estudos. As tabelas seguintes retratam esta realidade ao longo dos últimos anos.

Ciclo de Estudos	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Nº de Inscritos na Licenciatura em Gestão de Marketing	684	701	662
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Doutorados	42.75	38.94	31.52
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Doutorados na Área Científica	57.00	53.92	41.38
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Especialistas	114.00	100.14	94.57
Nº de Inscritos na Licenciatura em Marketing	-	-	14
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Doutorados			1.56
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Doutorados na Área Científica			2.8
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Especialistas			0.00
Nº de Inscritos no Mestrado em Gestão de Marketing	132	106	117
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Doutorados	9.43	8.15	6.50
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Doutorados na Área Científica	13.20	10.60	9.00
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Especialistas	44.00	53.00	58.50

Nº de Inscritos no Mestrado em Design Management	21	14	11
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Doutorados	4.20	4.67	3.67
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Doutorados na Área Científica	7.00	7.00	5.50
Total de Estudantes Inscritos/Docentes Especialistas	21.00	0.00	0.00

10. 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 2017-2018 em análise.

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

Ciclo de Estudos	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Evolução
Licenciatura Gestão de Marketing	144	169	208	23,8%
Licenciatura Marketing	N.a	N.a	N.a	N.a
Mestrado Gestão de Marketing	47	41	47	14,63%
Mestrado Design Management	2	2	3	50,00%

11. 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
Licenciatura Gestão de Marketing*	92,5%	95,8%
Licenciatura Marketing	N.a	N.a
Mestrado Gestão de Marketing**	95,23%	72,41%
Mestrado Design Management	N.a	N.a

*Dados [Infocursos](#)

** Dados referentes ao inquérito de empregabilidade divulgado em dezembro de 2018

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.

12. 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
Estudantes estrangeiros matriculados	15	6
Estudantes em programas de mobilidade (IN)	9	15
Estudantes em programas de mobilidade (OUT)	31	38
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (IN)	0	0
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (OUT)	0	1

Tabela: Internacionalização – 2º Ciclo - IPAM Porto

Parâmetro	2016-2017	2017-2018
Estudantes estrangeiros matriculados	1	4
Estudantes em programas de mobilidade (IN)	0	0
Estudantes em programas de mobilidade (OUT)	*	*
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (IN)	0	0
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (OUT)	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	4
2017	6
2018	12

Nota: dados de outubro 2018.

13. 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
Ground Control Studios - Plano de Negócios Ponta Grande Resort - Plano de Marketing HandGaia 2019 - Comunicação e Imagem do Evento FairMeals - Plano de Marketing

TCCWhiteStone - Plano de Marketing (terminado)
 GlobalCoop (AJAP) - Plano de Marketing
 Farfetch - Desafio Challanje
 Super Bock Group - Desafio Challanje
 Lemon Jelly - Desafio Challanje
 Grupo de Produtores Continente - Desafio Challanje
 Efacec - Desafio Challanje
 Rádio Nova Era - Desafio Challanje
 AIESEC - Parceria
 Talent Portugal - Parceria

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. Os dados refletem a estreita ligação entre a coordenação da Unidade Curricular e o Gabinete de Empregabilidade do IPAM.

Tabela: Estágios - IPAM Porto

Ciclo Estudos	2016-17	2017-18	2016-17	2017-18	2016-17	2017-18	Evolução
	Estágios Curriculares		Estágios Extracurriculares		Total de Estágios		
Licenciatura	117	164	2	6	119	170	42,86%
Mestrado GM	24	21	4	1	28	22	-21,43%
Mestrado DM	1	-	-	-	1	-	-100%

O aumento significativo do número de estudantes tem impactado de forma crescente o trabalho da atividade associada aos estágios. Acresce o facto da estruturação destas unidades curriculares ser planeada em consideração com o crescente aumento da procura. Por último, a insistência na aplicação do Modelo Académico nos ciclos de estudos, tem permitido alavancar ainda mais esta realidade.

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

O processo de autoavaliação conduzido pelo IPAM Porto no ano letivo 2017-2018, que acompanha o sistema interno de melhoria dos processos pedagógicos e científicos, envolve 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.

Desde logo, a utilização dos inquéritos pedagógicos que são implementados no final de cada semestre e que permitem aferir, em termos internos, qual o desempenho do corpo docente afeto ao ciclo de estudos e qual a avaliação que os discentes fazem dos serviços de apoio fornecidos pela instituição. Relativamente ao primeiro e segundo semestre dos ciclos de estudos do IPAM Porto, os quadros seguintes preenchem os principais resultados obtidos pela escola.

**Tabela: Resultados os Inquéritos Pedagógicos – Licenciatura em gestão de Marketing
2017-2018 - IPAM Porto**

Principais Tópicos em Análise	1.º Semestre	2.º Semestre
Domínio e conhecimento da matéria	8.21	8.36
Disponibilidade para o acompanhar e esclarecer dúvidas	7.82	8.25
Utilização do Blackboard	8.17	8.13
Avaliação global do professor	7.63	7.99
Comunicação clara e eficaz	7.47	7.82
Material de apoio disponibilizado	7.97	7.90
Capacidade de lhe dar feedback útil e atempado sobre as suas avaliações	7.45	8.12
Capacidade de o motivar para a UC	6.97	7.41
Métodos pedagógicos adotados	7.27	7.59
Média Global	7.65	7.94

**Tabela: Resultados os Inquéritos Pedagógicos – Licenciatura em Marketing
2017-2018 - IPAM Porto**

Principais Tópicos em Análise	1.º Semestre	2.º Semestre
Domínio e conhecimento da matéria	7.46	7.67
Disponibilidade para o acompanhar e esclarecer dúvidas	7.32	7.92
Utilização do Blackboard	6.52	6.30
Avaliação global do professor	6.57	7.36
Comunicação clara e eficaz	6.11	7.36
Material de apoio disponibilizado	6.57	7.44
Capacidade de lhe dar feedback útil e atempado sobre as suas avaliações	6.28	7.00
Capacidade de o motivar para a UC	5.97	6.77
Métodos pedagógicos adotados	6.14	7.36
Média Global	6.56	7.25

**Tabela: Resultados os Inquéritos Pedagógicos – Mestrado em Gestão de Marketing
2017-2018 - IPAM Porto**

Principais Tópicos em Análise	1.º Semestre	2.º Semestre
Domínio e conhecimento da matéria	9.00	8.71
Disponibilidade para o acompanhar e esclarecer dúvidas	8.97	8.55
Utilização do Blackboard	8.46	8.57
Avaliação global do professor	8.68	8.32
Comunicação clara e eficaz	8.43	7.84
Material de apoio disponibilizado	8.50	8.09
Capacidade de lhe dar feedback útil e atempado sobre as suas avaliações	8.02	7.68
Capacidade de o motivar para a UC	8.11	7.37
Métodos pedagógicos adotados	8.03	7.69
Média	8.43	8.09

**Tabela: Resultados os Inquéritos Pedagógicos – Mestrado em Design Management
2017-2018 - IPAM Porto**

Principais Tópicos em Análise	1.º Semestre	2.º Semestre
Domínio e conhecimento da matéria	10	9.38
Disponibilidade para o acompanhar e esclarecer dúvidas	10	8.75
Utilização do Blackboard	9.33	8.60
Avaliação global do professor	10	8.75
Comunicação clara e eficaz	10	9.13
Material de apoio disponibilizado	10	8.63
Capacidade de lhe dar feedback útil e atempado sobre as suas avaliações	10	8.63
Capacidade de o motivar para a UC	10	8.63
Métodos pedagógicos adotados	10	8.86
Média	9.94	8.83

Em termos globais, os resultados apresentados consideram-se bastante positivos. Nos casos em que a pontuação é mais baixa, tem havido um acompanhamento permanente, sem que exija, da parte das Direções de Curso, cuidados especiais.

15. Principais Conclusões

Da implementação do Plano de Atividades 2017-2018, resultaram indicadores e evidências, que passamos a destacar de forma sintética:

No que diz respeito à qualificação do Pessoal Docente, verificou-se um crescimento sustentado no número de docentes com grau de Doutor e no número de docentes com grau de Doutor na área científica fundamental de ambos os ciclos de estudo, Licenciatura e Mestrados. Relativamente à evolução das admissões e da frequência dos ciclos de estudos ministrados, há que destacar a evolução positiva no número de colocados na Licenciatura em Gestão de Marketing (24,14%), no Mestrado em Gestão de Marketing (6,67%) e no Mestrado em Design Management (40%). Este crescimento foi refletido na evolução do número de inscritos totais apenas no Mestrado em Gestão de Marketing. O número de diplomados evoluiu de forma positiva, aumentando 23,8% na Licenciatura em Gestão de Marketing, 14,63% no Mestrado em Gestão de Marketing e 50% no Mestrado em Design Management.



Relatório de Atividades IPAM Porto 2017-2018

A empregabilidade é outro ponto a destacar pela positiva no caso da Licenciatura em Gestão de Marketing, que teve um crescimento dos 92,5%, no ano de 2016-2017, para os 95,8% em 2017-2018. No que diz respeito ao número de estágios, registou-se um crescimento exponencial de 2016-2017 para 2017-2018 no caso da Licenciatura em Gestão de Marketing (43%). No caso do mestrado em Gestão de Marketing e Mestrado em Design Management registaram um decréscimo no que se refere à colocação de estagiários.

Em termos globais, 2017-2018 foi um ano de consolidação dos pilares estratégicos do IPAM Porto no que respeita à qualidade global de ensino.

Referências de Aprovação do Documento

Relatório de Atividades apresentado e aprovado em Reunião de Conselho de Gestão no 10 de dezembro de 2019