

RELATÓRIO DE ATIVIDADES

2016 - 2017

IPAM LISBOA

Índice Geral

1. Introdução.....	3
2. Do grau de cumprimento do plano estratégico e do plano anual	4
3. Da realização dos objetivos estabelecidos	6
4. Da eficiência da gestão administrativa e financeira.....	11
5. Da evolução da situação patrimonial e financeira e da sustentabilidade da instituição	12
6. Dos movimentos de pessoal docente e não docente.....	13
7. Da evolução das admissões e da frequência dos ciclos de estudos ministrados	15
8. Dos graus académicos e diplomas conferidos	18
9. Da empregabilidade dos seus diplomados	19
10. Da internacionalização da instituição e do número de estudantes estrangeiros	20
11. Da prestação de serviços externos e das parcerias estabelecidas	22
12. Dos procedimentos de autoavaliação e de avaliação externa e seus resultados	24
13. Apontamento Conclusivo	26
14. Referências de Aprovação do Documento	27

1. Introdução

O ano letivo de 2016 – 2017 no IPAM de Lisboa decorreu de acordo com os princípios estratégicos definidos no Plano Estratégico. Os princípios de base que nortearam a sua atuação, devidamente concentrados nos ciclos de estudo em funcionamento na Escola, derivam das orientações estratégicas do Grupo no qual a Escola é actualmente parte integrante. No essencial, insistem numa preocupação constante pelo desenvolvimento da excelência nos processos de gestão académica e pedagógica que preenchem as actividades internas.

As orientações de atuação da Escola no ano 2016 – 2017 foram centradas nas atividades que permitem a qualificação dos nossos estudantes e docentes, pois consideramos que são estes os principais recursos para a criação de conhecimento científico e de competências associadas à dinâmica do mercado de trabalho.

Sob o ponto de vista da sustentabilidade, a Escola apresenta actualmente uma realidade completamente diferente, que fruto da sua integração no Grupo Laureate permite uma melhor e mais adequada capacidade de gestão. Para além disso, tem conseguido garantir de forma mais eficaz os objetivos a que se propõe, a que não é alheia uma melhor rentabilização dos meios que dispõe e uma melhor adequação do modelo de gestão à nova realidade institucional.

Finalmente, não esquecer que a Escola tem mantido de forma crescente o seu foco nos princípios e nas atividades que englobam a área da Responsabilidade Social, neste caso um eixo estratégico fundamental para o sucesso das organizações, nomeadamente pelas fortes ligações que tem estabelecido com a comunidade e com o mercado empresarial, através das múltiplas parcerias estabelecidas.

2. Do grau de cumprimento do plano estratégico e do 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 e de qualidade. O modelo de planeamento operacional que foi implementado no ano letivo 2016 – 2017 seguiu de forma integrada uma lógica *top-down*, a partir dos objetivos anuais traçados e que são sucessivamente refletidos nos Planos de Atividades de cada Escola, nos respectivos ciclos de estudos e na dinâmica de funcionamento dos serviços envolvidos.

Esta integração permitiu a coerência e a articulação dos múltiplos níveis de objetivos definidos. Isto porque está devidamente inserida no Plano Estratégico do, o que permite orientar todas as atividades para a satisfação dos objetivos. A título de referência, o quadro de objetivos gerais definidos para 2022 são para a Escola IPAM:

- **Reputação Institucional:** atingir um posicionamento competitivo europeu (atraindo professores e investigadores de excelência nacionais e internacionais);
- **Qualidade de Ensino:** integrar um Modelo Académico Experiencial e Diferenciador, sendo primeira escolha nos candidatos 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:** publicar 50 artigos anualmente e 50% dos docentes com publicações e atingir a longo prazo a Primeira Pool de *PHD Students* (incentivar o júnior e sénior research, iniciar processo de indexação da RPM à Scopus);
- **Internacionalização:** Captação anual de 40% de novos estudantes internacionais (lançar IPAM como top escola de marketing com posicionamento internacional, garantir exequibilidade legal e definição da proposta de valor, definição das políticas de línguas e aumentar visibilidade internacional através de projetos de referência);
- **Relação com a Comunidade:** ser o parceiro privilegiado na área de marketing, nomeadamente nas diferentes tipologias de empresas e ultrapassar os 95% de empregabilidade anual.

Assim, o Plano Estratégico tem sido o documento de base onde se traça o rumo da escola para o horizonte temporal definido. Este plano é elaborado com a colaboração de todos os *stakeholders*, alunos e antigos-alunos, 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, mas mais incisivo 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 aprovar 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 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 Lisboa, com particular incidência na fase do planeamento estratégico e operacional, bem como respectiva implementação.

Reflexo desta estrutura globalizante e integradora, estão os objetivos operacionais definidos para os ciclos de estudos da Escola IPAM Lisboa no início do ano lectivo 2016-2017, cuja monitorização permite agora 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. Da realização dos objetivos estabelecidos

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

- **Conhecimentos em gestão de marketing:** preparação dos nossos discentes para o domínio de conceitos de carácter científico, aplicação de 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 carga teórica adequada, 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 leccionadas muitas vezes de forma independente, se cruzam sistematicamente na realidade académicas, mas sobretudo, nas práticas da 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 na Escola IPAM carrega um sentido muito próprio nas actividades pedagógicas desenvolvidas, conciliada com componentes de Internacionalização, Empreendedorismo, Digital, Responsabilidade Social e Tecnologia;
- **Atitude:** por último, e não menos importante, o desenvolvimento de 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 das actividades operacionais procura implementá-lo nas diferentes unidades curriculares. A essência do projecto 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 tem como principais vetores a colocação do estudante no centro, através da internacionalização, da imersão profissional, da tecnologia, da investigação e da responsabilidade social. Assim, tem-se 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 Lisboa derivam integralmente da missão e orientações estratégica da instituição, formalmente estruturados no Plano Estratégico, e em particular no Modelo Académico. Os resultados identificados na tabela seguinte fornecem os vários dos indicadores implementados no ciclo de estudos em relação ao Modelo.

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

Nº ECTS de Laboratório de Ambiente Profissional no CE	18
Nº ECTS de Estágio Curricular no CE	15
Nº de Visitas às empresas	10
Nº de Desafios (problemas/projetos) lançados por empresas	21
Nº Estudantes que participaram em Desafios	296
Nº de Aulas lecionadas por empresas	48
Nº ECTS de Soft Skills no CE	12
Nº Professores Internacionais Convidados	12
Nº ECTS em língua estrangeira no CE	Em Bilingue (Inglês + Português) - 162
Nº Concursos Internacionais em que os estudantes participam	1
Nº Estudantes que participam em Concursos Internacionais	98
Nº Collaborative Projects em que os estudantes participam	3
Nº Estudantes que participam em Collaborative Projects	210
Nº Conferências Internacionais a que os estudantes puderam assistir na instituição	11

CE com Mobilidade Internacional Obrigatória
Não
Nr de ECTS online no CE
0
Nº Softwares Empresariais
7
Nº ECTS que recorrem a software empresarial no CE
180
Nº ECTS de Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade
29
Nº ECTS em interdisciplinaridade UC integradas
36 6
Plano de estudos orientado por competências mensuráveis
Sim
Plano de estudos desenvolvido com Empresas / Ass. Profissionais
Sim
Nº ECTS que utilizam práticas pedagógicas ativas
180
Nº ECTS de Exploração Vocacional no CE
48
Nº ECTS de Plano de Desenvolvimento Pessoal no CE
12
Nº ECTS de Simulação / Jogo no CE
0
Nº ECTS de Práticas de Investigação
105
Existência de Tutorias
Sim
Nº Docentes com ligação profissional ativa no mercado empresarial
15
Nº Docentes que leciona no CE há 3 ou mais anos
7

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

Tabela: Projetos inseridos em Unidades Curriculares - IPAM Lisboa - 1º ciclo

Identificação dos Projetos
Google Online Marketing Challenge
EDP University Challenge

Balanco do 2º Ciclo – Mestrado em Gestão de Marketing

Globalmente, os objetivos do 2º ciclo de estudos do IPAM Lisboa derivam 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 Lisboa

Nº ECTS de Laboratório de Ambiente Profissional no CE	18
Nº ECTS de Estágio Curricular no CE	42
Nº de Visitas às empresas	5
Nº de Desafios (problemas/projetos) lançados por empresas	7
Nº Estudantes que participaram em Desafios	50
Nº de Aulas lecionadas por empresas	20
Nº ECTS de Soft Skills no CE	72
Nº Professores Internacionais Convidados	12
Nº ECTS em língua estrangeira no CE	Em Inglês ou Bilingue (48 ECTS)
Nº Concursos Internacionais em que os estudantes participam	2
Nº Estudantes que participam em Concursos Internacionais	30
Nº Collaborative Projects em que os estudantes participam	4
Nº Estudantes que participam em Collaborative Projects	50
Nº Conferências Internacionais a que os estudantes puderam assistir na instituição	3
CE com Mobilidade Internacional Obrigatória	Não

Nr de ECTS online no CE	0
Nº Softwares Empresariais	8
Nº ECTS que recorrem a software empresarial no CE	120
Nº ECTS de Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade	12
Nº ECTS em interdisciplinaridade UC integradas	0
Plano de estudos orientado por competências mensuráveis	Sim
Plano de estudos desenvolvido com Empresas / Ass. Profissionais	Sim
Nº ECTS que utilizam práticas pedagógicas ativas	120
Nº ECTS de Exploração Vocacional no CE	54
Nº ECTS de Plano de Desenvolvimento Pessoal no CE	48
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	7
Nº Docentes que leciona no CE há 3 ou mais anos	5

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

Tabela: Projetos inseridos em Unidades Curriculares - IPAM Lisboa - 2º ciclo

Identificação dos Projetos
Angelini University Award
Junior Achievement – Startup Program

4. Da eficiência da gestão administrativa e financeira

A Gestão Administrativa e Financeira da Instituição do IPAM Lisboa é garantida pelo cumprimento do orçamento e dos seus respectivos rácios, em linhas com as diretrizes emanadas. 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 dos modelos de monitorização constantes.

Sob o ponto de vista da área financeira, a Escola IPAM pauta a sua atuação num programa assente no rigoroso controlo e seguimento dos seus recursos financeiros, com particular incidência nas rúbricas orçamentais, o que permite uma racional utilização dos referidos recursos.

5. Da evolução da situação patrimonial e financeira e da sustentabilidade da instituição

Em termos patrimoniais esta evolução é espelhada nas demonstrações financeiras da Entidade Instituidora, sociedade Ensilis, bem como, a sua sustentabilidade através dos 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 a escola é gerida de uma forma rigorosa, nomeadamente no que toca à estrutura de custos e proveitos, através de critérios de afectação de recursos, com a ideia de gestão presente e acautelando o futuro.

6. Dos movimentos de pessoal docente e não docente

A evolução do pessoal docente da Escola IPAM Lisboa no ano lectivo 2016 – 2017 é o reflexo da crescente consolidação da estrutura na nova realidade institucional, bem como na resposta aos requisitos do regulador e das exigências de qualidade que conduzem a estratégia do Grupo Laureate e da escola 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, Produção Científica e especialização na área científica fundamental dos ciclos de estudos.

Assim, em termos de evolução no presente ano letivo 2016- 2017, e face ao ano transacto, as tabelas seguintes permitem identificar os resultados obtidos nos ciclos de estudos.

Tabela: Qualificações Académicas dos Docentes IPAM Lisboa – 1º ciclo

Nível de Qualificação	Nº de Docentes 2015 - 2016	Nº de Docentes 2016 - 2017
Doutor	13	15
Doutor na área científica fundamental	9	10
Especialista	3	4
Mestre	2	0
Licenciado	0	1
Total	18	20

Tabela: Qualificações Académicas dos Docentes IPAM Lisboa – 2º ciclo

Nível de Qualificação	Nº de Docentes 2015 - 2016	Nº de Docentes 2016 - 2017
Doutor	7	9
Doutor na área científica fundamental	5	6
Especialista	3	3
Mestre	1	1
Licenciado	0	0
Total	11	13

Relativamente ao pessoal docente e em concreto à Direcção do 1º ciclo de estudos convém referir as mudanças efetuadas neste ano letivo. Neste caso concreto, a docente responsável pela coordenação do ciclo de estudos passou a ser (desde Setembro de 2016) a Profª Doutora Marta Bicho, qualificada com Doutoramento em Marketing (ISCTE), produção científica na área e percurso profissional anterior

também na área de marketing. Esta docente foi contratada a tempo integral em Setembro de 2016.

Relativamente ao docente responsável pela coordenação do 2º ciclo de estudos as mudanças são igualmente de assinalar. A Profª Doutora Vera Colaço, Doutorada em Economia e Gestão – Especialização em Comportamento do Consumidor (Marketing) pela Universidade Nova de Lisboa – SBE, passa a coordenar o 2º ciclo. Esta docente foi contratada a tempo integral em setembro de 2016.

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, a avaliação de funções o trabalho de equipa e a inovação.

Tabela: Evolução do Pessoal não Docente IPAM Lisboa

Função	2015 - 2016	2016 - 2017
Diretor do IPAM	1	1
Direção de Curso	2	2
Coordenação de Área Técnico-Científica	4	4
Empregabilidade	1	2
Internacionalização	1	2
Investigação	1	1
Qualidade e Inovação	1	1
Suporte Académico	1	1
Secretaria Escolar	1	1
Student Services	1	1
Biblioteca	1	1
Operações	3	4
Tecnologias	1	2
Total	19	23

7. Da evolução das admissões e da frequência dos ciclos de estudos ministrados

Relativamente aos dados disponíveis sobre as admissões e inscrições no ano letivo 2016 – 2017, as tabelas seguintes identificam os resultados obtidos nos dois ciclos de estudos no processo.

Tabela: Evolução do nº de Vagas Aprovadas - IPAM Lisboa

Ciclo de Estudos	2015 - 2016	2016 - 2017
Licenciatura	120	85
Mestrado	25	25

Tabela: Evolução do nº de Colocados - IPAM Lisboa

Ciclo de Estudos	2015 - 2016	2016 - 2017
Licenciatura	80	81
Mestrado	23	23

Tabela: Evolução do nº de Inscritos Totais - IPAM Lisboa

Ciclo de Estudos	2015 - 2016	2016 - 2017
Licenciatura	239	323
Mestrado	52	58

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

Ciclo de Estudos	2015 - 2016	2016 - 2017
Licenciatura	72	80
Mestrado	23	16

Relativamente aos dados de aproveitamento do 1º ciclo de estudos no IPAM Lisboa a tabela seguinte identifica os resultados obtidos no ano letivo 2016 – 2017 em análise.

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

Unidade Curricular	Inscritos	Aprovados	Reprovados	Desistentes	Média Final
Fundamentos de Marketing	112	101	11	17	12
Investigação e Métodos	122	116	6	5	14
Linguagem e Apresentação Empresarial	122	114	8	4	15
Cultura e Ideologia de Mercado	113	108	5	3	15
Fundamentos de Gestão	112	96	16	6	14
Marketing	77	60	17	5	14
Economia da Empresa	83	53	30	6	13
Comportamento do Consumidor	71	64	7	5	16
Estatística Descritiva	89	59	30	6	13
Laboratório de MK e Consumo A	77	70	7	5	16
Gestão da Comunicação	82	81	1	0	13
Estudos de Mercado	83	80	3	0	15
Gestão de Produto	82	79	3	0	15
Economia e Negócios Internacionais	82	77	5	0	14
Métodos de Previsão	61	40	21	0	13
Comportamento Organizacional	73	72	1	0	16
Publicidade	71	70	1	0	15
Gestão de Preços	86	70	16	0	13
Contabilidade de Gestão	69	63	6	0	13
Laboratório de MK e Consumo B	71	71	0	0	16
Dinâmica e Animação de Grupos	59	58	1	0	16
Gestão de Canais de Distribuição	56	55	1	0	14
Gestão de Vendas	58	54	4	0	13
Gestão Financeira	53	50	3	0	13
Plano de Marketing	60	59	1	0	14
Comportamento de Compra e Venda	58	57	1	0	16
Sistemas de Informação	57	51	6	0	13
Gestão de Pessoas	59	58	1	0	13
Estágio	64	61	3	0	14

Dos resultados obtidos no ano letivo em análise tem-se uma média final de 14.2 valores. A maior parte das desistências foi registada no 1º semestre do curso. De referir que as áreas científicas onde se observam níveis de reprovação mais significativos são a área de Economia e Gestão e a área de Métodos Quantitativos.

Relativamente aos dados de aproveitamento do 2º ciclo de estudos no IPAM Lisboa a tabela seguinte identifica os resultados obtidos no ano letivo em análise.

Tabela: Inscrições e Aproveitamento por UC – 2º Ciclo - IPAM Lisboa

Unidade Curricular	Inscritos	Aprovados	Reprovados	Desistentes	Média Final
Marketing Estratégico	21	19	2	3	16
Simulador de Gestão de MK	24	19	5	5	14
Gestão de Projetos e Investimentos	18	17	1	1	13
Direito de Negócios	25	22	3	5	17
Marketing Relacional	19	16	3	1	13
Economia do Consumo	21	19	2	1	15
Sistemas de Análise e Apoio Decisão	18	17	1	1	14
Desenho de Projeto	20	20	0	1	15
Dissertação/Projeto/Estágio	30	30	0	0	16
Direção Comercial e Vendas (Optativa)	13	13	0	0	15
Branding (Optativa)	9	9	0	0	17

Dos resultados obtidos no ano letivo em análise tem-se uma média final de 15.0 valores. A maior parte das desistências verificou-se igualmente no 1º semestre do curso.

8. Dos graus académicos e diplomas conferidos

Relativamente aos dados sobre os diplomados dos ciclos de estudos no IPAM Lisboa a tabela seguinte identifica os resultados obtidos no ano letivo 2016 - 2017 em análise.

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

Ciclo de Estudos	2015 - 2016	2016 - 2017
Licenciatura	42	49
Mestrado	16	14

9. Da 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 Lisboa apresenta os resultados estatísticos apresentados no quadro seguinte.

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

Ciclo de Estudos	2016 - 2017
Licenciatura	92,5%
Mestrado	94,0%

Os dados de empregabilidade apresentados reflectem a constante preocupação por parte do Grupo com a inserção dos diplomados no mercado de trabalho. As instituições Laureate em Portugal dispõem de um Gabinete de Empregabilidade com o objetivo de aproximar os alunos aos empregadores. Existe em paralelo uma preocupação em reforçar as *soft skills* dos alunos 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.

10. Da internacionalização da instituição e do número de estudantes estrangeiros

A Internacionalização é uma das áreas prioritárias do IPAM Lisboa, 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 Lisboa apresenta os resultados estatísticos ilustrados nas tabelas seguintes.

Tabela: Internacionalização – 1º Ciclo - IPAM Lisboa

Parâmetro	2016 - 2017
Alunos estrangeiros matriculados	11
Alunos em programas de mobilidade (IN)	23
Alunos em programas de mobilidade (OUT)	6
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (IN)	12
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (OUT)	1

Tabela: Internacionalização – 2º Ciclo - IPAM Lisboa

Parâmetro	2016 - 2017
Alunos estrangeiros matriculados	10
Alunos em programas de mobilidade (IN)	0
Alunos em programas de mobilidade (OUT)	0
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (IN)	12
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (OUT)	1

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

Tabela: Publicações Científicas – Ano 2016 – 2017 - IPAM Lisboa

Prof. Doutor António Pedro Sacavém
Sacavém, A., Martinez, L. F., Cunha, J. V., Abreu, A. M. & Johnson, S. K. (2017), Charismatic Leadership: A Study on Delivery Styles, Mood, and Performance. <i>Journal of Leadership Studies</i> , 11(3) 21-38
Prof^a Doutora Bárbara Leão de Carvalho
Carvalho, B. L. D., Salgueiro, M. D. F., & Rita, P. (2016). Accessibility and trust: the two dimensions of consumers' perception on sustainable purchase intention. <i>International Journal of Sustainable Development & World Ecology</i> , 23(2), 203-209.
Prof^a Doutora Helena Maria Correia Neves Cordeiro Rodrigues
Rodrigues, H., Brochado, A., Troilo, M., Mohsin, A. - Mirror, mirror on the wall, who is the fairest of them all? A critical content analysis on medical tourism – Published at Elsevier – <i>Tourism Management Perspectives</i> , 24 (2017) 16-25.
Prof. Especialista Luís Manuel Godoi Valentim
Valentim, L.; Lisboa, J. and Franco, M. (2016) "Knowledge Management Practices and Absorptive Capacity in Small and Medium Sized Companies: Is There Really a Linkage?" <i>R&D Management</i> , 46(4), 711-725.
Prof^a Doutora Marta Liliana Nunes Bicho
Bicho, Marta; Ralitzia Nikolaeva, Carmen Lages and Fernando A.F Ferreira (2017). Exploring the Success Factors of Hybrid Micro-Enterprises, 2017 Academy of Marketing Science World Marketing Congress, in press.
Bicho, M., Nikolaeva, R., & Lages, C. (2016). Positioning as Strategic Balance: The Case of Complementary and Alternative Medicine (CAM)—A Structured Abstract. In <i>Marketing Challenges in a Turbulent Business Environment</i> (pp. 141-147). Springer, Cham.
Prof^a Doutora Sandra Cristina Pereira Costa
Costa, S. & Neves, P. (2017). Job Insecurity and work outcomes: The role of psychological contract breach and PsyCap. <i>Work & Stress</i> , 31(4) 1-20. (Impact factor: 3.400)
Costa, S. & Neves, P. (2017). Forgiving is good for health and performance: How forgiveness helps individuals cope with psychological contract breach. <i>Journal of Vocational Behavior</i> , 100, 124-136. (Impact factor: 2.764)
Prof^a Doutora Vera Maria Portela de Herédia Lancastre Freitas Colaço
Herédia-Colaço, V., Coelho do Vale, R., & Villas-Boas, S. B. (2017). Does Fair Trade Breed Contempt? A Cross-Country Examination on the Moderating Role of Brand Familiarity and Consumer Expertise on Product Evaluation. <i>Journal of Business Ethics</i> , 1-22. doi: 10.1007/s10551-017-3572-9. (in press). Scopus.
Herédia-Colaço, V., & Coelho do Vale, R. (2016). Seize the Day or Save the World? The Importance of Ethical Claims and Product Nature Congruity. <i>Journal of Business Ethics</i> , 1-19. doi: 10.1007/s10551-016-3342-0. (in press). Scopus.

11. Da prestação de serviços externos e das parcerias estabelecidas

Em termos genéricos, o Projeto IPAM baseia-se no pressuposto de que o sucesso académico se relaciona com a relação próxima 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 perspectiva de valorização recíproca. A Escola tem participado, por exemplo, enquanto membro, da ADDICT - Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas e da APPM: Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing na transferência de conhecimento e boas práticas. 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 envolvem projetos de natureza empresarial, onde a prática da imersão experiencial torna-se uma constante. Tanto individualmente como a nível interdisciplinar os projetos de natureza empresarial tratam de problemas concretos das empresas envolvidas e normalmente refletem marcas marcadamente conhecidas. As tabelas seguintes procuram sistematizar por ciclo de estudos as principais empresas que participaram no ano letivo em análise.

Tabela: Empresas Envolvidas em Projetos - 1º Ciclo - IPAM Lisboa

Empresas Envolvidas
H3; Chicco; Matcerâmica; IPESA; SONAE; Rock in Rio; Daily Coffee; Viborel; Staples; Oceanário; Google; EDP; Leroy Merlin; Starbucks; Confederação dos Agricultores de Portugal

Tabela: Empresas Envolvidas em Projetos - 2º Ciclo - IPAM Lisboa

Empresas Envolvidas
Lisbon Cruise Terminals; SMEG; Junior Achievement (Startup Program); Angelini; TVI

Relativamente às relações com o exterior e às parcerias estabelecidas, o IPAM Lisboa desenvolveu no ano letivo em análise Projetos de Investigação Aplicada com várias entidades empresariais, envolvendo Docentes, Investigadores e Alunos. Estes

projetos traduzem-se em formas de colaboração e de assessoria e são basicamente desenvolvidos através de uma estrutura criada para o efeito. Neste âmbito, a prestação de serviços de Investigação Aplicada é desenvolvida através da estrutura de consultoria júnior – o IPAM Consulting. A tabela seguinte identifica as principais empresas/projetos que participaram no ano letivo em análise.

Tabela: Empresas e/ou Projetos – IPAM Consulting - IPAM Lisboa

Empresas/Projetos Envolvidos
Sports Partner – Plano de Comunicação
Link to Leaders – Gestão de Redes Sociais

12. Dos procedimentos de autoavaliação e de avaliação externa e seus resultados

O processo de autoavaliação conduzido pelo IPAM Lisboa no ano letivo 2016-2017 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 seja uma das principais prioridades neste domínio, para a autoavaliação das diversas áreas de atuação, o IPAM nos ciclos de estudos procedeu dentro dos parâmetros disponíveis ao necessário controlo das atividades letivas desenvolvidas. 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 Lisboa os quadros seguintes preenchem os principais resultados obtidos pela escola. Importa sublinhar que alguns dos parâmetros em análise não são considerados nestes resultados, em parte porque sinalizam variáveis pouco controláveis pelos docentes.

Tabela: Resultados os Inquéritos Pedagógicos – 1º Semestre – IPAM Lisboa

Principais Tópicos em Análise	Média
Conhecimento da Matéria	8,26
Comunicação	7,64
Motivação	7,12
Cumprimento das Atividades	8,39
Participação e Discussão	7,55
Objetivos dos Trabalhos	7,48
Apoio ao Estudante	7,47
Feedback	7,23
Metodologia de Ensino	7,18
Média Global - IPAM Lisboa	7,57

Tabela: Resultados os Inquéritos Pedagógicos – 2º Semestre – IPAM Lisboa

Principais Tópicos em Análise	Média
Conhecimento da Matéria	7,91
Comunicação	7,35
Motivação	6,85
Cumprimento das Atividades	7,96
Participação e Discussão	7,29
Objetivos dos Trabalhos	6,89
Apoio ao Estudante	6,95
Feedback	6,77
Metodologia de Ensino	6,78
Média Global - IPAM Lisboa	7,19

Em termos globais, os resultados apresentados consideram-se bastante positivos. Em termos mais específicos existiram casos pontuais, nomeadamente em algumas unidades curriculares onde se pode verificar uma pontuação mais baixa, mas onde houve um acompanhamento permanente, situações que não exigiram por parte das Direcções de Curso cuidados especiais.

13. Apontamento Conclusivo

Os resultados apresentados neste relatório de atividades apresentam a evolução positiva do IPAM, tendo como referência ao ano letivo 2015/2016, nomeadamente ao nível das principais mudanças que ocorreram: 1- Processo de Aquisição do IPAM pelo Grupo Laureate International Universities; 2- Mudança de Instalações; 3- Implementação de Novo Modelo Académico; 4- Reforço da Equipa de Docentes.

14. Referências de Aprovação do Documento

Relatório de Atividades apresentado e aprovado em Reunião de Conselho de Gestão no dia 2 de Outubro de 2017