

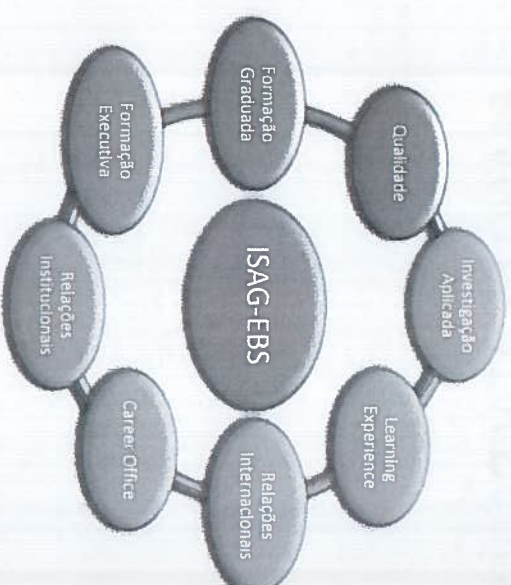


I - Introdução:

O ISAG – European Business School (ISAG-EBS) para o ano letivo 2018/2019 no âmbito da sua atividade prevê a execução de medidas essenciais para o cumprimento dos objetivos e metas preconizados no seu Plano Estratégico 2017-2020. Considera-se este planeamento um processo dinâmico e envolvente, assente em compromissos coletivos, traduzidos em objetivos, ações e metas, mas também no acompanhamento e monitorização.

Este plano de atividades agrega os contributos das diferentes áreas institucionais e eixos estratégicos, servindo como guia orientador de todas as atividades a realizar para concretizar a missão, a visão e os valores do ISAG-EBS.

Seguindo a mesma orientação do ano anterior, o Plano de Atividades 2018-2019 sintetiza as atividades a desenvolver ao longo do ano letivo, organizadas de acordo com as oitos áreas estratégicas do ISAG-EBS:



I - INVESTIGAÇÃO APLICADA

Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de realização	Áreas Envolvidas
Desenvolver o projeto Laboratório Experimental	Preparar todo o projeto com linhas orientadoras, equipa, projetos a realizar, parceiros, e demais elementos estruturantes.	Elaboração de pré-projeto Seleção da equipa e dos parceiros Implementação do projeto	Criação do projeto do laboratório experimental	Manual do pré-projeto Número de elementos e parceiros selecionados Mínimo de 1 projeto por ano letivo	Dezembro Dezembro Janeiro	NIDISAG
Aumentar a produção de <i>outputs</i> de investigação científica	Reunir com os investigadores, docente e não docente do ISAG, de forma a promover a investigação aplicada	Convidar investigadores a participarem nos trabalhos científicos em desenvolvimento e nos projetos em curso do NIDISAG Envolver os alunos, principalmente os mestrandos, a realizarem e apresentarem os seus trabalhos científicos	Identificar investigadores alvo para as áreas de interesse Identificação dos potenciais trabalhos dos mestrandos para apresentar e publicação Endereçar convites aos mestrandos para publicar	Mínimo 10 investigadores Mínimo de 2 Mínimo de 2	Todo o ano (início novembro) Outubro Outubro	NIDISAG CP CTC NIDISAG CP CTC
Aumentar a produção de <i>outputs</i> de investigação científica	Submeter artigos em revistas científicas nacionais e internacionais com <i>referre</i> e indexadas Publicar em <i>conference proceedings</i>	Sensibilizar a comunidade ISAG para a Investigação Incentivar os docentes à submissão de artigos em revistas científicas nacionais e internacionais com <i>referre</i> e indexadas	Reunir com os investigadores, docente e não docente do ISAG, de forma a promover a investigação aplicada Plano de divulgação de <i>conference proceedings</i>	Mínimo de 1 artigo por docente (regime contratual) por ano letivo Mínimo de 1 por docente (regime contratual) por ano letivo	Setembro Janeiro Abril Junho Mínimo de 10 divulgações	NIDISAG

<p>Apoyo na criação e desenvolvimento de uma organização, sem fins lucrativos e de utilidade pública</p>	<p>Apoyo na criação e desenvolvimento de uma organização sem fins lucrativos e de utilidade pública</p>	<p>Operacionalização da Fundação Consuelo Vieira da Costa</p>	<p>Elaboração dos estatutos Reconhecimento pelo Conselho de Ministros</p>	<p>Formalização da Organização</p>	<p>Setembro Janeiro Abril Junho</p>	<p>NIDISAG CD</p>
<p>Apoyo na criação e desenvolvimento de uma organização, sem fins lucrativos e de utilidade pública</p>	<p>Realização de candidaturas (em parceria) no próximo programa-quadro comunitário e a outras organizações internacionais</p>	<p>Submissão de candidaturas</p>	<p>Pesquisa de calls e preparação das candidaturas</p>	<p>Mínimo de 2 candidaturas</p>	<p>Todo o ano</p>	<p>NIDISAG CD</p>
<p>Apoyo na criação e desenvolvimento de uma organização, sem fins lucrativos e de utilidade pública</p>	<p>Desenvolver sistema de captação, recolha e sistematização de informação sobre fundos comunitários e abertura de calls.</p>	<p>Definição de alertas em sites estratégicos para aviso de calls e preparação das candidaturas</p>	<p>Subscrição dos alertas nas plataformas comunitárias</p>	<p>Criar sistema de informação que visa a captação de fundos e abertura de calls e envio constante da informação aos investigadores</p>	<p>Setembro</p>	<p>NIDISAG</p>
<p>Apoyo na criação e desenvolvimento de uma organização, sem fins lucrativos e de utilidade pública</p>	<p>Desenvolver sistema de captação, recolha e sistematização de informação sobre fundos comunitários e abertura de calls.</p>	<p>Submissão de candidaturas</p>	<p>Subscrição dos alertas nas plataformas comunitárias</p>	<p>1 candidatura por ano letivo</p>	<p>Setembro</p>	<p>NIDISAG</p>





Preparação de candidatura com vista à submissão para acreditação pela Fundação da Ciência e Tecnologia (FCT)	Submeter candidatura à FCT	Preparação de todo o processo para candidatura à FCT	Levantamento e recolha dos elementos necessários	Submissão de candidatura	A aguardar data de abertura de candidatura por parte da FCT	NIDISAG CD CTC
Diversificar e aprofundar a tipologia dos estudos aplicados	Diversificar e aprofundar os estudos aplicados, numa vertente sectorial e empresarial, capazes de dar resposta a questões pertinentes para os agentes envolvidos	Definição de eixos prioritários de investigação (setor, temas, etc)	Identificação das necessidades e oportunidade ao nível dos setores empresariais	Mínimo de 3 estudos por ano letivo, divididos entre empresariais e setoriais.	Ao longo do ano	NIDISAG GCM CD
Desenvolver e participar em projetos de investigação científica aplicada e multidisciplinar de carácter nacional e internacional, sustentados numa lógica de parceria	Operacionalizar as parcerias, de modo a estar envolvido em projetos multidisciplinares de carácter nacional e internacional	Identificação dos centros de investigação potenciais parceiros	Relatório de pesquisa	Mínimo de 2 estudos por ano letivo, divididos entre empresariais e setoriais.	Novembro	NIDISAG GRI CD
Indexar o <i>European Journal of Applied Business and Management</i> (EJABM) à Scopus	Dotar o EJABM de condições para obter indexação e outros tipos de indexação	Preparação de todo o processo para a obtenção da indexação Auditoria ao processo de submissão	Levantamento dos critérios exigidos para a indexação, SCOPUS e outros	Mínimo de 2 no triénio de investigação multidisciplinares	Dezembro	NIDISAG CD
		Submissão do processo	Preparação de todo os elementos	Cumprimento dos critérios e pedido de indexação	2018/2019	NIDISAG CTC

Consolidar o projeto de conferência científica internacional de renome nas áreas de atuação do ISAG, a realizar de 2 em 2 anos	Continuar a desenvolver o plano de conferências para 4 anos (2 conferências)	Definição de objetivos para a realização da conferência científica internacional	Análise e cronograma das conferências nacionais (relevantes) e internacionais	1 conferência de 2 em 2 anos	Junho	NIDISAG CD
		Desenho da conferência científica	Desenho do evento		Julho	NIDISAG
		Elaborar plano de comunicação	Elaboração do plano		Julho	NIDISAG GCM
	Continuar a desenvolver plano de workshop para 4 anos (2 workshops)	Definição de objetivos para a realização do workshop	Análise e cronograma dos workshops nacionais (relevantes) e internacionais	1 workshop de 2 em 2 anos	Outubro	NIDISAG CD
		Desenho do workshop	Desenho do evento		Outubro	NIDISAG
		Elaborar plano de comunicação	Elaboração do plano		Novembro	NIDISAG GCM
Desenvolver marca para conferência profissional a ser organizada de 2 em 2 anos (em rotação com conferência científica internacional)	Desenvolvimento do projeto e conceito de conferência	Definição de objetivos para a realização da conferência profissional	Análise e cronograma das conferências profissionais nacionais (relevantes) e internacionais	Criação do Pré-Projeto e conceito	Fevereiro	NIDISAG CD
	Operacionalização da conferência profissional	Desenho da conferência profissional	Desenho do evento	Conferência profissional de 2 em 2 anos	Maiο	NIDISAG
		Elaborar plano de comunicação	Elaboração do plano		Maiο	NIDISAG GCM

II LEARNING EXPERIENCE

Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de realização	Áreas Envolvidas
Consolidar o conceito de formação-aprendizagem <i>InSchoolBusiness</i>	Continuar a aplicação do conceito <i>InSchoolBusiness</i> , em todos os anos, das licenciaturas, e pós-graduações, através da ligação ao mercado empresarial, utilizando exemplos de sucesso e insucesso, integrados nas unidades curriculares.	Sensibilizar os alunos para o conceito <i>InSchoolBusiness</i> Aumentar o número de participações de entidades externas nas sessões de contacto quer ao nível de seminários e workshops, mentoring, visitas técnicas, entre outras.	Contactar e estabelecer parcerias com empresas Definição nas PIAS de pelo menos 2 atividades ao seminários e workshops, mentoring, visitas técnicas, entre outras. Convidar as empresas a apresentar projetos integrados nas UC e premiar os melhores a trabalhos	Mínimo 2 atividades	Setembro Novembro	CTC CP CO FE CD
Organizar missões nacionais e internacionais para os estudantes e/ou profissionais orientadas para a aprendizagem e captação de novas ideias e ferramentas de trabalho	Promover, organizar e incentivar visitas de estudo a empresas e outras entidades nacionais e internacionais	Contactar empresas e outras entidades para avaliar a possibilidade de realizar visitas técnicas. Estimular e incentivar os alunos para uma aprendizagem inserida no mercado laboral	Contactar e estabelecer parcerias com empresas Definição nas PIAS de pelo menos 1 visita técnica	Mínimo 1 visita	Novembro	CTC CP CO FE
Criar um programa de <i>mentoring</i>	Criar sessões de <i>mentoring</i> com <i>alumni</i>	Contactar antigos alunos e definir cronograma do ano letivo com as temáticas a	Definir perfil de <i>alumni</i> de referência	Mínimo 6 sessões por ano letivo	3 sessões por semestre	CTC CP CO



		serem trabalhadas e divulgar o mesmo a toda a comunidade ISAG	Identificação alumni's de referência Exposição das áreas temáticas Sessões de mentoring			
Promover e dinamizar aulas práticas na Escola-Hotel	Programar aulas de caráter prático e aplicado na Escola-Hotel.	Definir na Programação Indicativa das Aulas (PIAS) as sessões laboratoriais a ocorrerem na Escola-Hotel	Identificação das UC relacionadas Cronograma do plano de sessões	Mínimo de 2 aulas semestrais por curso da área de Gestão Hoteleira, Turismo e CTESP	1 aula	CTC CP CC



III RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de Realização	Áreas envolvidas
Captação de estudantes internacionais para estudar no ISAG (Full-time International Students Program)	Preparar a internacionalização com um plano de captação de estudantes	Plano de Internacionalização	REDE PRÓPRIA			
			Atualizar e melhorar tradução do website do ISAG para inglês.	Atualização diária de pelo menos um separador	Setembro- Outubro	GRI
			Definir e criar ficha do produto dos mestrados para serem lecionados em inglês.	2 fichas de produto	Outubro- Novembro	CD GCM GRI GRI
			Contactar antigos alunos Erasmus do ISAG.	5 alunos captados	Novembro	GCM
			Participação em feiras/mostras internacionais.	2 atividades	Janeiro - Março	GCM CD GRI
Ministrar os mestrados do ISAG na integra em inglês	Mestrado em inglês	Divulgar a oferta formativa em inglês, junto dos consulados, embaixadas, secretaria de estado das comunidades, Instituições de Ensino Superior, redes e fóruns internacionais.	1 abertura de cada turma de mestrado, com um mínimo de 15 estudantes por mestrado.	Novembro - Maio	GRI CTC CD CP	



<p>Aprofundar a presença internacional através da adesão a redes internacionais e dentro da área de atuação do ISAG</p>	<p>Ser membro de organizações nacionais e internacionais de referência</p>	Parcerias internacionais	Parceria com os Rotary Internacional: com o objetivo de esta associação atribuir bolsas de estudo a estudantes internacionais no ISAG.	2 parcerias	Novembro- Fevereiro	GRI CD
		Parcerias internacionais	Adesão à Associação das Universidades de Língua Portuguesa.	1 adesão	Novembro- Fevereiro	GRI CD
		Plataformas internacionais	Adesão à Plataforma <i>Study in Porto</i>	1 adesão	Setembro	GRI GCM CD
		Redes internacionais	Adesão à <i>Australian European Network</i>	1 adesão	Novembro- Fevereiro	GRI CD
		Redes internacionais	Adesão à MAUI – <i>European Network</i>	1 adesão	Novembro- Fevereiro	GRI CD
		Redes internacionais	Adesão à <i>Study in Portugal Network</i>	1 adesão	Novembro- Fevereiro	GRI CD
		Parcerias internacionais	Adesão à <i>European University Association</i>	1 adesão	Novembro- Fevereiro	GRI CD
		Plataformas internacionais	Adesão à Plataforma <i>Study in Portugal</i>	1 adesão	Setembro- Dezembro	GRI CD



Promover a multiculturalidade no ISAG	Promover a semana internacional (convidar docentes e staff estrangeiros)	Evento Internacional	Divulgação da 2ª semana internacional junto das universidades parceiras.	1 atividade por ano letivo 40 participantes	Meados de Outubro - Maio	GRI GCM
		Evento Internacional	Divulgação da 2ª semana internacional junto das redes internacionais e nas redes sociais do ISAG	1 atividade por ano letivo 40 participantes	Meados de Outubro - Abril	GCM GRI NIDISAG
	Organizar "Cafés Língua" temáticos	Eventos temáticos com vista a promover a multiculturalidade, aprendizagem de novas línguas estrangeiras e discussão de temas inovadores	8 atividades por ano letivo	Outubro a Junho	GCM Bib GRI CD	
	<i>International Talks</i>	Evento Internacional	Divulgação das vantagens de uma mobilidade internacional através das <i>International Talks</i> .	1 atividade por ano	17 Abril	GCM GRI CD
	Empregabilidade	Workshops	Organizar workshops com vista à valorização das competências dos alunos no mercado internacional, tais como: Como se preparar para uma entrevista de emprego, como preparar um currículo, como preparar uma carta de apresentação, comportamentos a evitar perante diferentes culturas, etc	2 atividades por ano letivo	Novembro	GCM CO GRI

Promoção dos cursos de língua estrangeira	Formação Linguística	Winter School for Foreign Languages (cursos intensivos de línguas estrangeira para ensino secundário e ensino superior)	1 atividade por ano letivo 10 candidatos	17 a 21 de Dezembro	GRI GCM CP
		Summer School for Foreign Languages (cursos intensivos de línguas estrangeira para ensino secundário e ensino superior)	1 atividade por ano letivo 20 candidatos	15 a 18 de Julho	GRI GCM CP
Integração dos estudantes internacionais	Guia de acolhimento para estudantes internacionais	Formação em língua inglesa, por níveis, para docentes e não docentes do ISAG apoiado pelo programa Fullbright	1 atividade por ano letivo	Outubro a Junho	GRI CD RH
		Elaboração do guia de acolhimento para estudantes internacionais	1 atividade por ano letivo	Outubro	GRI
		Organizar e promover o "Welcome Day" para alunos Erasmus	1 atividade por ano letivo	4 Outubro 21 Fevereiro	GRI GCM
	Evento Internacional	Organização e promoção do evento Erasmus Hogheschool Brussels	1 atividade por ano letivo	3 a 5 Dezembro	GRI GCM CD CP



Diversificar programas e redes de mobilidade internacional financiados (estudos e estágios) e procurar novos parceiros	Estabelecer protocolos bilaterais com universidades internacionais	Parcerias Internacionais	Estabelecer um protocolo com o Instituto Politécnico de Macau	1 protocolo	Dezembro a Fevereiro	GRI
			Estabelecer um protocolo com o governo do Vietnam.	1 protocolo	Dezembro a Fevereiro	GRI
			Estabelecer um protocolo com o governo da Guiné-Bissau.	1 protocolo	Dezembro a Fevereiro	GRI
			Estabelecer um protocolo com o governo da Colômbia.	1 protocolo	Dezembro a Fevereiro	GRI
			Estabelecer um protocolo de intercâmbio com a UNIPAGET – Universidade Jean Piaget em Angola	1 protocolo	Dezembro a Fevereiro	GRI
			Estabelecer um protocolo com a Casa da América Latina	1 protocolo	Dezembro a Fevereiro	GRI
			Estabelecer protocolos de intercâmbio com universidades fora do espaço europeu.	30 protocolos	Novembro a Abril	GRI
			Candidatura aos programas ASEM- DUO Fellowship Programme South Korea	1 candidatura aprovada	Assim que for publicado a abertura de candidaturas	GRI CD
			Candidatura aos programas ASEM- DUO Fellowship Programme Thailand	1 candidatura aprovada	Assim que for publicado a abertura de candidaturas	GRI CD
			Candidatura aos programas ASEM- DUO Fellowship Programme Singapura	1 candidatura aprovada	Assim que for publicado a abertura de candidaturas	GRI CD
Procurar novos programas de mobilidade e realizar candidaturas.	Programas Internacionais					

	Aumentar as parcerias com instituições e empresas.	Parcerias Internacionais	Candidatura ao programa China Three Gorges Corporation (CTG)	1 candidatura aprovada	Assim que for publicado a abertura de candidaturas	GRI CD
			Candidatura ao programa SEMP – Swiss European Mobility Program			
			Candidatura ao programa SMILE – Student Mobility in Latin America, Caribbean and Europe	1 candidatura aprovada	Assim que for publicado a abertura de candidaturas	GRI CD
			Programa JET – Japan Exchange and Teaching Programme	1 candidatura aprovada	Assim que for publicado a abertura de candidaturas	GRI CD
			Fullbright Schuman Program	1 candidatura aprovada	Assim que for publicado a abertura de candidaturas	GRI CD
			Pesquisa e estabelecimento de contactos com instituições e empresas internacionais para concretização de protocolos de estágio.	30 protocolos	Outubro a Abril	GRI



Criação de rede própria com parceiros institucionais internacionais, abrindo caminho para desenvolvimento de projetos pedagógicos, científicos e de disseminação conjuntos, não financiados	Identificar parceiros institucionais (universidades) de renome internacional, preferencialmente <i>business schools</i>	Parcerias Internacionais	Criação da ficha de produto da Summer School in Tourism Management.	20 estudantes 1 ficha de produto	Novembro	FE GRI GCM CC
			Divulgação e captação de estudantes para o Summer School in Tourism Management.	1 público brasileiro 1 público restante público internacional	Novembro a Maio	GCM GRI
Concretizar parcerias com instituições europeias, sul-americanas, asiáticas e americanas	Parcerias Internacionais	Parcerias Internacionais	Divulgação e captação de estudantes para cursos intensivos de curta duração (Mini-MBA).	10 estudantes	Novembro a Maio	GCM GRI FE
			Parcerias com vista ao intercâmbio de estudantes, investigação aplicada e oferta graduada e não-graduada conjunta.	7 parcerias	Outubro a Junho	GRI
OUTROS OBJETIVOS – REDE PROGRAMA						
Manual de Creditações	Agilizar o processo de creditação	Manual	Construção de manual com as tabelas de creditações internacionais	1 tabela por ano	Setembro a Outubro	CTC GRI



Concretização dos projetos de mobilidade	Mobilidade Internacional	Mobilidade incoming	Preparação, acolhimento e acompanhamento de estudantes estrangeiros que se encontram a realizar uma mobilidade internacional no ISAG; Recepção e tratamento de propostas de deslocação ao ISAG de staff e docentes estrangeiros para o ano académico de 2018/2019;	90 alunos	Setembro a Junho	GRI GCM CP CD
Concretização dos projetos de mobilidade	Mobilidade Internacional	Mobilidades Outgoing	Preparação, acompanhamento e monitorização dos projetos de mobilidade aprovados e cofinanciados pela Agência PROALV: mobilidade de docentes, estudantes e pessoal não docente do ISAG para o ano académico de 2018/2019; Pesquisa sistemática e durante todo o ano de programas de interesse para os nossos alunos no âmbito do seu ciclo de estudos; Criação de uma base de dados de alojamento, por país, com base nos testemunhos dos nossos alunos Outgoing, de forma a podermos auxiliar os futuros estudantes em mobilidade na procura de alojamento.	80 alunos	Setembro a Julho	GRI GCM CP CTC CD



Candidatura a Projetos	Programas Internacionais	Preparação e submissão de candidaturas do Programa Erasmus+	Preparação, redação e submissão de candidaturas para as Ações-Chave disponibilizadas pela Agência Nacional Erasmus+	Aprovação da candidatura 2019 KA103	Novembro a Março	GRI CD
Reuniões e Ações de Formação	Programas Internacionais	Participação nas reuniões de monitorização e formação promovidas pela Agência Nacional Erasmus+	Participação nas Reuniões de monitorização dos projetos promovidos pela Agência Nacional Erasmus+	3 reuniões	Sempre que divulgado pela AN	-
Reuniões e Ações de Formação	Programas Internacionais	Participação dos elementos do GRI em ações de formação e outras iniciativas, promovidas por entidades nacionais e/ou internacionais, de interesse para a atividade do departamento	Participação em formações promovidas pela APESP, Comissão Fulbright, ESN, etc	1 reunião	Sempre que divulgado pelas organizações	-



<p>Parceria com a Visit Porto</p>	<p>Parceria Internacional</p>	<p>Atribuição de passes grátis para visitas a museus, espetáculos de entretenimento, descontos em restaurantes, visitas de sightseeing, etc</p>	<p>Incentivo para os estudantes internacionais virem estudar para o ISAG e promoção da cidade do Porto junto de docentes, staff e investigadores internacionais</p>	<p>Atribuição de passes anuais</p>	<p>Outubro</p>	<p>GRI</p>
<p>Envio do relatório dos inquéritos aos alunos incoming</p>	<p>Mobilidade Internacional</p>	<p>Avaliação e monitorização da percepção dos alunos incoming acerca da sua mobilidade internacional e dos serviços prestados pelo ISAG</p>	<p>Ter uma percepção da satisfação dos alunos face aos serviços prestados pelo ISAG e perceber, em que medida, é necessário melhorar os mesmos.</p>	<p>Recolha de questionários de todos os participantes.</p>	<p>Outubro</p>	<p>GRI</p>
<p>Envio do relatório dos inquéritos aos alunos outgoing</p>	<p>Mobilidade Internacional</p>	<p>Avaliação e monitorização da percepção dos alunos outgoing acerca da sua mobilidade internacional e dos serviços prestados pelo ISAG</p>	<p>Ter uma percepção da satisfação dos alunos face aos serviços prestados pelo ISAG e perceber, em que medida, é necessário melhorar os mesmos.</p>	<p>Recolha de questionários de todos os participantes.</p>	<p>Outubro</p>	<p>GRI</p>



<p>Recolha de testemunhos de mobilidade internacional</p>	<p>Mobilidade Internacional</p>	<p>Promoção das mobilidades internacionais junto da comunidade académica do ISAG e para futuras campanhas publicitárias</p>	<p>Recolha de testemunhos sobre a mobilidade internacional, junto dos docentes e dos alunos, de forma a promover as mesmas.</p>	<p>Recolha de todos os testemunhos dos participantes</p>	<p>Outubro Março</p>	<p>GRI GCM</p>
<p>Integração dos alunos internacionais na realização dos estudos de públicos promovidos pelo NIDISAG</p>	<p>Mobilidade Internacional</p>	<p>Integração dos alunos internacionais nas atividades promovidas pelo ISAG</p>	<p>Integração dos estudantes internacionais na realização dos estudos de públicos promovidos pelo NIDISAG.</p>	<p>Participação de pelo menos 3 estudantes em cada evento (quanto possível por uma questão de vagas)</p>	<p>Sempre que for promovido um evento de investigação aplicada</p>	<p>NIDISAG GRI</p>
<p>Programa INOV Contacto</p>	<p>Programa Internacional</p>	<p>Dar a conhecer aos alunos do ISAG as vantagens de participarem nos projetos da INOV Contacto;</p>	<p>Disseminação do Programa INOV Contacto e organização de sessões de esclarecimento acerca das oportunidades de participação para os alunos do ISAG, em especial para mobilidades de estágio.</p>	<p>1 divulgação</p>	<p>Outubro</p>	<p>GRI GCM</p>



Programa Dream New	Programa Internacional	Promoção do Programa Dream New Zealand junto dos estudantes do ISAG	Disseminação dos objetivos do Programa Dream New, as suas vantagens, as bolsas disponíveis, etc junto dos estudantes do ISAG, uma vez que se tratam de candidaturas espontâneas.	1 divulgação	Outubro	GRI GCM
AIESEC	Voluntariado Internacional	Promoção da AIESEC junto dos estudantes do ISAG	Divulgação junto dos estudantes das oportunidades para uma mobilidade internacional promovida pela AIESEC, com especial enfoque no voluntariado.	1 divulgação	Outubro	GRI GCM
Para Onde?	Voluntariado Internacional	Promoção da plataforma "Para Onde?" junto dos estudantes do ISAG	Divulgação junto dos estudantes das oportunidades para uma mobilidade internacional de voluntariado.	1 divulgação	Outubro	GRI GCM



YUPI	Voluntariado Internacional	Promoção da organização YUPI junto dos estudantes do ISAG	Divulgação junto dos estudantes das oportunidades para uma mobilidade internacional de voluntariado.	1 divulgação	Outubro	GRI GCM
------	----------------------------	---	--	--------------	---------	------------



IV CAREER OFFICE

Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de Realização	Áreas envolvidas
Desenvolvimento da oferta de estágios internacionais	Em sinergia com as Relações Internacionais, aumentar, ao nível setorial, o número de estágios internacionais	Criação de uma base de dados com empresas acolhedoras de estagiários a nível nacional e internacional Pesquisa de locais de estágios em portais de emprego internacionais e junto de universidades parceiras	Pesquisa e construção do portefólio de empresas organizado	Mínimo de 80 estudantes por ano	Até 31 novembro	CO GRI GCM CP CTC
Criação e operacionalização da bolsa de emprego "Job Market by ISAGI"	Adesão à Rede Trabalhando Gerir ofertas próprias de emprego e estágio não curricular por ano	Dinamização e promoção do portal de emprego junto da comunidade académica Divulgação de ofertas próprias de emprego com base em contactos estabelecidos junto das empresas parceiras	Ações de sensibilização Disponibilização de documentos no portal Plano de comunicação da plataforma junto dos alumni e empresas parceiras	Portal Rede Trabalhando 30 ofertas por ano	Dezembro (reunião dos estagiários) Março (career day) Abril (início dos estágios)	CO GCM
Dinamizar o "Career Day" junto da comunidade académica	Criação de meios para dinamizar o "Career Day" junto de todos os alunos	Planeamento nas PIAs de cada ciclo de estudos de atividades de carácter obrigatório a serem realizados pelos alunos durante o evento Divulgação das vantagens e benefícios deste evento junto da comunidade académica	Definição e calendarização das atividades a serem realizadas no Career Day	Participação anual mínima de 200 alunos	Março Janeiro	CO CP CO GCM



V RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de Realização	de	Áreas envolvidas
Criação e operacionalização do Conselho Consultivo (CC)	Definição do enquadramento, modo de funcionamento e condições de membro do CC	Aprovação do regulamento do CC	Elaboração do regulamento do CC Submissão para aprovação	Regulamento do CC	Outubro Novembro		CD CD
	Convidar membros de referência e de origens diversificadas	Efetuar convites formais a personalidades de referência para integrarem o CC	Definição das personalidades de referências Enderçar convites Preparar a 1ª reunião do CC	Número de membros que constituem o CC	Novembro Novembro		CD CD
Desenvolvimento de protocolos com empresas, organizações públicas e ONG's que visem objetivos concretos, nomeadamente pedagógicos e/ou comerciais	Identificação de possíveis objetivos pedagógicos, comerciais e outros passíveis de serem apresentados/trabalhados com os potenciais parceiros	Contactar empresas e outras organizações para o estabelecimento de objetivos pedagógicos, comerciais e outros Definição e planeamento da estratégia para angariação de protocolos	Definição dos objetivos pedagógicos, comerciais e outros Identificar empresas, organizações e ONG para possíveis protocolos com base nos objetivos identificados Estabelecimento dos protocolos	Número de objetivos definidos Número de empresas identificadas Mínimo de 30 de protocolos	Outubro Novembro		CO FE CO FE CO FE
	Levantamento e revisão	Atualização dos protocolos	Efetuar base de dados	Base de dados estruturada	Novembro		CO FE

		Atração de grandes empresas e outras organizações nacionais e internacionais	Listar grandes empresas e endereçar convite	Mínimo 30 empresas por evento	Dezembro	CO
Realização regular de estudos de empregabilidade e saídas profissionais dos alunos e ex-alunos ISAG	Estruturação de um estudo com base nos inquéritos aos diplomados e empregadoras	Definição do cronograma Aplicação de inquéritos Elaboração de relatório	Realização dos inquéritos anuais aos diplomados e entidades empregadoras. Com base nos resultados	1 estudo por ano	Abril	CO
Criar a rede <i>alumni</i>	Criar uma rede <i>alumni</i> e realizar um encontro anual	Definir estratégia para contactar com os antigos alunos do ISAG Atualização dos contactos (telefone, email, situação profissional) na base de dados	Elaborar Projeto rede <i>alumni</i> Recolha dos contactos dos alunos por telefone, email, linkedin, instagram Atualização dos contactos no Sigarra Plano de comunicação Desenho do evento Relatório do evento	Registo digital e atualizado dos membros da Rede <i>alumni</i> (mínimo 500) Criação de grupo <i>alumni</i> ISAG no linkedin (mínimo 500) Sessões de <i>mentoring alumni</i> (mínimo 2 anuais)	Novembro Novembro Março	CO GCM FE GCM CO CO FE CO GCM
		Organização do 1º encontro <i>alumni</i>		1 Evento anual	26 Outubro	FE CO GCM



	dos atuais protocolos institucionais de acordo com as novas orientações	existentes	estruturada (setores, finalidades, contrapartidas, etc)	Número de protocolos renovados	Novembro	CO FE
			Definir plano de renovação dos protocolos caducados	Plano de angariação de novos protocolos	Dezembro e Janeiro	CO FE
			Definir plano de novos protocolos			
Criação e disponibilização de informação dos protocolos estabelecidos com acesso para todas as áreas estratégicas do ISAG	Estruturação e operacionalização do suporte (informático) necessário à disponibilização	Criação de uma página inserida no portal Sigarra para disponibilização da lista de todos protocolos (com identificação das contrapartidas)	Definição do layout da página	Página criada no portal	Dezembro	CO FE
Desenvolvimento de um programa de "naming" para as salas do ISAG	Realizar parcerias, baseadas no conceito <i>InSchoolBusiness</i>	Desenvolvimento de base de dados na intranet Contacto com empresas e outras organizações de forma a divulgar o programa de "naming"	Carregamento da base de dados Definição dos objetivos e âmbito do programa de "naming"	Inserção de base de dados na intranet Número de objetivos definidos	Dezembro Outubro	CO FE GCM
			Identificar empresas alvo	Mínimo de 10 empresas	Outubro	CD FE GCM
			Estabelecimento de contratos de "naming"	Mínimo de 1 sala	Até junho	CD FE GCM

VI FORMAÇÃO EXECUTIVA

Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de realização	Áreas envolvidas
Desenvolver programas de formação executiva especialmente desenhados para organizações públicas e ONG's	Intensificar as relações externas e networking; Desenvolver parcerias com instituições públicas	Propostas: realização de Estudos específicos dentro das seguintes vertentes: Turismo; Urbanismo; Educação; Segurança; Economia; Desporto; Cultura; Ambiente; Ação Social entre outros – com apoio de fundos comunitários,	Contatar instituições públicas estabelecimento de parcerias (câmaras, organismos públicos, Embaixadas; Consuados entre outros)	Mínimo 4 parcerias	Ao longo do ano (a iniciar em meados de setembro)	FE GCM CD
Desenvolver plano de comunicação e marketing	Atualizar as brochuras dos programas executivos e elaborar plano de comunicação e marketing	Levantamento dos projetos, análise e posterior candidatura a/fundos europeus	Investigação e realização de pesquisas calls e realizar candidatura	Mínimo 1 projeto		
Desenvolver plano de comunicação e marketing	Atualizar as brochuras dos programas executivos e elaborar plano de comunicação e marketing	Divulgação dos programas executivos (Webmails e Posts nas redes sociais; Presença em Eventos realizados interna e externamente)	Investigação e realização de pesquisas calls e realizar candidatura	Mínimo 1 projeto		
Dinamizar formação executiva: Criação de uma relação Cliente-Marca-Escola de negócio	Aumentar o número de cursos de formação executiva em funcionamento e novos cursos	Levantamento das necessidades formativas junto do tecido empresarial e corpo docente do ISAAG	Identificar necessidades de formação Realização de Focus Group (com a participação de stakeholders) Análise da oferta formativa	Mínimo de 10 programas anuais	Ao longo do ano (a iniciar em finais de setembro)	FE GRI GCM CD



(ISAG)			da concorrência nacional e internacional ao nível de Business School				
Desenvolvimento de programas de formação à medida e InCompany	Desenvolver programas de formação à medida e InCompany	Propor a realização de Diagnóstico das necessidades junto dos parceiros e novos parceiros.	Estruturação e divulgação dos programas executivos Contacto junto das empresas para identificar as necessidades de formação dos seus colaboradores Estruturar programas à medida das necessidades de formação das empresas	Mínimo de 2 programas InCompany anuais	Ao longo do ano (a iniciar com os contactos a realizar junto das novas parcerias e atuais parceiros)	FE CD	
Criação de MOOCs (Massive Open Online Courses)	Desenvolver plataforma online que permita suportar os cursos de formação executiva em formato de b-learning e e-learning	Identificar e propor Cursos de Formação Online (os mais desejados pelos reais e potenciais clientes). Reuniões com os coordenadores e docentes dos cursos do ISAG-EBS (Contributos/propostas)	Pesquisa e análise de plataformas online Definição e estruturação dos cursos a serem lecionados em MOOCs	Plataforma online Mínimo de 1 curso anual	Novembro/dezembro serão apresentadas propostas (cursos e a sua operacionalização) para apreciação do Conselho de direcção	FE CC CD	
Criar parcerias com outras instituições, nacionais e estrangeiras, que permitam a externalização da formação executiva do ISAG	Aprofundar a relação com atuais parceiros, oferecendo formação executiva convertível em formação graduada. Identificar parceiros internacionais em países de língua oficial portuguesa.	Desenvolver contactos junto de embaixadas/consulados/empresas internacionalizadas	Marcação de visitas a empresas parceiras para apresentação da oferta formativa Contacto com embaixadas de países de língua oficial portuguesa.	Mínimo de 5 parcerias anuais Mínimo de 1 parceria anual internacional	Outubro/Novembro (iniciar os contactos)	FE GRI	FE GRI

Certificação pela DGERT	Certificar o ISAG como entidade formadora de cursos profissionais	Elaborar processo de certificação online	Preparar certificação	processo de	Obter certificação pela DGERT	Dezembro 2019	FE CD
			Submeter certificação	processo à			

VIII FORMAÇÃO GRADUADA

Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de realização	Áreas envolvidas
Solidificar o projeto de b-learning para a formação de 1º ciclo	Ações B-Learning	Aumentar o número de ações em b-learning em todas as UC e cursos do 1º ciclo	Planear atividades de b-learning nas PIs em todas as UC e cursos do 1º ciclo	Mínimo de 2 atividade em b-learning por UC em cada ano letivo	Setembro Fevereiro	CTC CC CP
Desenvolver de novos programas de graduação de 2º ciclo	Criação de oferta formativa	Realizar estudo de concorrência e identificação de necessidades de formação ao nível do 2º ciclo na região do Grande Porto	Elaborar relatório de análise de concorrência das necessidades de formação ao nível do 2º ciclo em empresas de referências e junto dos stakeholders	Relatório de análise da concorrência de diagnóstico das necessidades de formação	Novembro – Dezembro Novembro – Março	FE CC CTC CP CTC CP CC
		Desenvolver e submeter à A3ES novo mestrado	Estruturação do plano de estudos do novo mestrado	Plano de estudos	Janeiro – Março	CTC CP CC



Aumentar o número de alunos licenciaturas, mestrados e CT&SP	Captação de estudantes	Capta alunos para as licenciaturas, mestrados e CT&SP (regime diurno e noturno)	Plano de captação de alunos por regime (institucionais, maiores de 23 anos, reiningresso, mudança curso/instituição, internacionais, outras)	Licenciaturas: +10% Mestrado: +15% CT&SP: +20%	Maior - Setembro	GCM CTC CD CC
--	------------------------	---	--	--	------------------	------------------------

VIII QUALIDADE

QUALIDADE						
Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de Realização	Áreas envolvidas
Certificar o SIGQ do ISAG pela A3ES	Pedir certificação pela A3ES	<p>Mapeamento de processos de (todas as áreas);</p> <p>Definir ou rever suportes documentais necessários às atividades (todas as áreas)</p>	<p>Implementar as ações e procedimentos necessários ao processo de certificação do Sistema Interno de Garantia da Qualidade da A3ES.</p>	<p>Cumprimento dos requisitos impostos pela A3ES</p>	Setembro 2018	BIB CC CO CP
					<p>Definir indicadores, métricas e metas (todas as áreas);</p> <p>Adaptação à A3ES</p>	Setembro a novembro 2018



<p>Certificar o SIGQ do ISAG pela ISO 9001.2015</p>	<p>Pedir certificação pela ISO 9001.2015</p>	<p>Submissão do pedido</p>	<p>Submissão do pedido de certificação</p>	<p>Até abril 2019</p>	<p>SIGQ CD</p>
	<p>Criar condições para solicitar a certificação pela ISO 9001.2015</p>	<p>Mapeamento de processos de (todas as áreas); Definir ou rever suportes documentais necessários às atividades (todas as áreas) Identificar riscos e oportunidades (todas as áreas); Definir indicadores, métricas e metas (todas as áreas); Adaptação à ISO 9001</p>	<p>Implementar as ações e procedimentos necessários ao sistema de garantia da qualidade baseado nos requisitos da ISO 9001:2015, que define os requisitos para os sistemas de gestão da qualidade</p>	<p>Cumprimento dos requisitos impostos pela ISO 9001.2015</p>	<p>Setembro 2018 Setembro 2018 Setembro a Novembro 2018 Setembro de a janeiro 2019</p> <p>BIB CC CO CP CTC FE GCM NIDISAG RH SA SF CD Ei</p>



IX RECURSOS E ORGANIZAÇÃO

SERVIÇOS ACADÊMICOS						
Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de Realização	Áreas envolvidas
Manual de acolhimento para os novos alunos	Criar manual de acolhimento para os novos alunos	Desenvolver Índice; Desenvolvimento do manual; Criar Procedimento de atualização e divulgação;	Descrição dos itens que devem constar no manual e desenvolvimento do manual	Índice do manual Manual de acolhimento 2019/2020 Procedimento de atualização	30 novembro 2018 fevereiro 2019 março 2019	SA CTC CD CP GCM
Virtualização de grande parte dos Serviços Acadêmicos	Criar procedimentos para a solicitação on-line	Rever tipos de documentos a emitir e respetiva nomenclatura; Rever (textos) de cada tipologia de documento; Aprovação dos textos pelos órgãos competente;	Normalizar os textos e nomenclaturas dos diversos documentos;	Requerimentos, Certidões, Diplomas, declarações, entre outros.	outubro 2018 outubro 2018 novembro 2018 novembro 2018 novembro 2018	SA CTC CD CP
		Rever procedimentos de emissão e resposta; Criar sistema de registo de graus e de entrega;	Criar os procedimentos de solicitação, emissão e resposta		janeiro 2019 janeiro 2019	
	Tornar o processo de matrícula autónomo	Criar procedimentos de renovação de inscrição on-line. Criar procedimento de matrícula virtual nos serviços.	Desenhar e implementar os procedimentos para a renovação de inscrição on-line Desenhar e implementar os procedimentos de matrícula virtual nos serviços.	Renovações on-line Matrículas virtuais nos serviços	janeiro 2019 janeiro 2019	SA CD GCM



	<p>Criar Manual de procedimentos para abertura do ano letivo no SIGARRA</p>	<p>Mapeamento de todas as tarefas / planejamento de ocorrências; Distribuição de responsabilidades; Desenvolvimento do manual.</p>	<p>Descrição de todas as tarefas/atividades que devem ser desenvolvidas no SIGARRA para o início de cada ano letivo.</p>	<p>Opções sigarra</p>	<p>fevereiro 2019 fevereiro 2019 Março 2019</p>	<p>SA CP CD</p>
<p>Modernização e reorganização do espaço físico</p>	<p>Alteração da ergonomia e sistemas de informação</p>	<p>Proposta de reformulação do desenho do serviço de front e back office; Adaptação dos espaços e equipamentos ao desenho do serviço.</p>	<p>Reformulação dos espaços físicos dos serviços acadêmicos</p>	<p>Novo layout e tecnologia</p>	<p>Junho de 2019</p>	<p>CD</p>

COMUNICAÇÃO E MARKETING

Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de Realização	Áreas envolvidas
Aumentar a notoriedade e visibilidade junto dos diferentes stakeholders	Reformulação do website institucional ISAG	Desenvolvimento de layout	Pedidos de Orçamentos e Avaliação dos Orçamentos e Adjudicação	Novo website	De Outubro a Novembro 2018	BIB CC CO CP CTC FE GCM NIDISAG RH SA SF CD
			Definição dos conteúdos, metodologias e objetivos do novo site. Produção de conteúdos para inserção	Novos conteúdos publicados		
	Aumentar o número de seguidores: Facebook LinkedIn Instagram Youtube	Criação de um plano de angariação de seguidores as redes sociais	Elaboração de Concursos; Implementação de estratégias de Content marketing; Criação de Parcerias com outras instituições para publicações conjuntas;	FB - Aumento p/ 7.600 LI - Aumento p/ 2.000 IG - Aumento p/ 500 YB – Publicação de Novos conteúdos	Até o final do Ano Letivo	BIB CC CO CP CTC FE GCM NIDISAG RH SA SF CD
	Livro de Curso	Desenvolver um livro de curso que acompanhe os alunos durante todo o seu percurso no ISAG.	Registrar fotografias dos diversos momentos em que os alunos participam, desde a sua chegada ao ISAG.	Produção do Livro de Curso. Reconhecimento dos alunos. Partilha pelos alunos nas redes sociais.	Até o Final do Ano Letivo	GCM GRI FE SA CO



<p>Consolidar o posicionamento do ISAG como ISAG – European Business School</p>	<p>Elaboração de uma análise SWOT</p>	<p>Levantamento dos meios de comunicação social, eventos de cariz desportivo, social, empresarial, entre outros. Submeter inscrições e acompanhar os Rankings Nacionais e Europeus das Melhores Escolas</p>	<p>Assessoria de comunicação (mínimo anual de presenças: 5) Meios de comunicação Social (mínimo anual de presenças: 10) Diversificação de meios publicitários (mínimo anual de presenças: 5) Ações de Responsabilidade Social (mínimo anual: 5)</p>	<p>Número de vezes que o ISAG sai nos meios de comunicação; Número de ações de responsabilidade Social efetuadas; Quantidade de vezes que o ISAG marcou presença em eventos externos;</p>	<p>Até o Final do Ano letivo</p>	<p>GCM CD GRI FE</p>
	<p>Comunicar os aspetos diferenciadores do ISAG e usá-los como argumentos de venda</p>	<p>Definir estratégia de citação em todos os suportes de comunicação dos conceitos <i>InSchoolBusiness</i> Job Market by ISAG Learning Experience</p>	<p>Utilizar os conceitos <i>InSchoolBusiness</i> Job Market by ISAG Learning Experience como argumentos de venda em artigos.</p>	<p>Número de vezes que os conceitos <i>InSchoolBusiness</i> Job Market by ISAG Learning Experience são utilizados</p>	<p>Até o Final do Ano letivo</p>	<p>GCM</p>
	<p>Análise de Concorrência/Benchmarking</p>	<p>Análise SWOT</p>	<p>Fazer pesquisa na Web/Redes Sociais/Contacto Telefónico Identificar os principais concorrentes, quais as suas estratégias, pontos fortes e pontos fracos (v. Análise SWOT). Avaliar se o mercado está em</p>	<p>Conclusão da Análise SWOT</p>	<p>Abril 2019</p>	<p>GCM</p>



Participar em eventos, certas em escolas, feiras vocacionais a nível nacional e internacional	Elaboração de plano de divulgação da oferta formativa em escolas secundárias e feiras, entre outros a nível nacional e internacional	crescimento, conhecer o comportamento e antecipar as tendências do seu sector, para implementação de estratégias.	Mínimo de 80 presenças por ano em escolas secundárias 1 feira de cada tipo anualmente 1 feira Internacional anual.	De Novembro de 2017 a Junho de 2018	GCM CD CC GRI
Promover ações de ativação de marca ao nível de eventos institucionais	Apresentações nas escolas secundárias	1 evento de cada tipo anual			
Presença em feiras internacionais (Europa e América do Sul)	Presença nas feiras vocacionais: Qualifica, BTL, entre outras	1 evento de cada tipo anual 2 eventos anuais <i>Welcome day</i>			
Organizar/dinamizar eventos institucionais (aula inaugural, jantar de					

	Natal, entrega de diplomas, inauguração da Escola-Hotel, entre outros)						
	Ações de marketing interno (São Martinho, Dia de Reis, Dia Mundial do Turismo, <i>Welcome day</i> , entre outros)						
	Matosinhos Mar de Desporto	Divulgação da Oferta Formativa do ISAG-EBS. Ativação da Marca ISAG-EBS.	Reunião com a Organização do Evento para possível participação. Preparação do Evento com proposta da ação de marketing a ser desenvolvida.	Participação no Evento; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 100/dia); Referencia ao evento no formulário dos novos alunos;	1 e 2 de setembro	GCM FE CD	
	CERANOR	Divulgação da Oferta Formativa do ISAG-EBS. Ativação da Marca ISAG-EBS.	Reunião com a Organização do Evento para possível participação. Preparação do Evento com proposta da ação de marketing a	Participação no Evento; Referencia ao evento no formulário dos novos alunos;	6 a 9 de Setembro	GCM FE CD	



			ser desenvolvida.	Presença na imprensa.			GCM CD
	Corrida Meia Maratona do Porto	Ativação da Marca ISAG-EBS com uma tenda no local de chegada, balcão na Zona VIP e pórtico e lonas na meta. Ação de Responsabilidade Social – Incentivo à prática da atividade física.	Preparação do Evento com proposta da ação de marketing a ser desenvolvida.	Participação no Evento; Referência ao evento no formulário dos novos alunos; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 20/dia); Presença na imprensa.	16 de setembro		GCM CD
Consolidar o posicionamento do ISAG como ISAG – European Business School	Elaboração de uma análise SWOT	Levantamento dos meios de comunicação social, eventos de cariz desportivo, social, empresarial, entre outros. Submeter inscrições e acompanhar os Rankings Nacionais e Europeus das Melhores Escolas	Assessoria de comunicação (mínimo anual de presenças: 5) Meios de comunicação Social (mínimo anual de presenças: 10) Diversificação de meios publicitários (mínimo anual de presenças: 5) Ações de Responsabilidade Social (mínimo anual: 5) Presença em eventos de cariz cultural, desportivo, empresarial, social, entre outros (mínimo anual: 5) Submeter candidaturas para os Rankings Nacionais e Europeus das melhores escolas de Negócios.	Número de vezes que o ISAG sai nos meios de comunicação; Número de ações de Responsabilidade Social efetuadas; Quantidade de vezes que o ISAG marcou presença em eventos externos; Presença em rankings Nacionais e Internacionais	Até o Final do Ano letivo		GCM CD GRI FE
	Comunicar os	Definir estratégia de citação em	Utilizar os conceitos	Número de vezes que os	Até o Final do Ano		GCM



	aspectos diferenciadores do ISAG e usá-los como argumentos de venda	todos os suportes de comunicação dos conceitos <i>InSchoolBusiness</i> Job Market by ISAG Learning Experience	<i>InSchoolBusiness</i> Job Market by ISAG Learning Experience como argumentos de venda em artigos.	conceitos <i>InSchoolBusiness</i> Job Market by ISAG Learning Experience são utilizados	letivo	
	Análise de Concorrência/Benchmarking	Análise SWOT	Fazer pesquisa na Web/Redes Sociais/Contacto Telefónico Identificar os principais concorrentes, quais as suas estratégias, pontos fortes e pontos fracos (v. Análise SWOT). Avaliar se o mercado está em crescimento, conhecer o comportamento e antecipar as tendências do seu sector, para implementação de estratégias.	Conclusão da Análise SWOT	Abril 2019	GCM
Participar em eventos, certames em escolas, feiras vocacionais a nível nacional e internacional	Elaboração de plano de divulgação da oferta formativa em escolas secundárias e feiras, entre outros a nível nacional e internacional Promover ações de ativação de marca ao nível de eventos institucionais Apresentações nas escolas secundárias			Mínimo de 80 presenças por ano em escolas secundárias 1 feira de cada tipo anualmente 1 feira internacional anual. 1 evento de cada tipo anual	De Novembro de 2017 a Junho de 2018	GCM CD CC GRI



	<p>Presença nas feiras vocacionais: Qualifica, BTL, entre outras</p> <p>Presença em feiras internacionais (Europa e América do Sul)</p> <p>Organizar/dinamizar eventos institucionais (aula inaugural, jantar de Natal, entrega de diplomas, inauguração da Escola-Hotel, entre outros)</p> <p>Ações de marketing interno (São Martinho, Dia de Reis, Dia Mundial do Turismo, <i>Welcome day</i>, entre outros)</p>	<p>Divulgação da Oferta Formativa do ISAG-EBS.</p>	<p>Reunião com a Organização do Evento para possível participação.</p>	<p>1 evento de cada tipo anual 2 eventos anuais <i>Welcome day</i></p>	<p>1 e 2 de setembro</p>	<p>GCM FE CD</p>
<p>Matosinhos Mar de Desporto</p>				<p>Participação no Evento; Número de fichas de</p>		



		Ativação da Marca ISAG-EBS.	Preparação do Evento com proposta da ação de marketing a ser desenvolvida.	novos recolhidos (mínimo 100/dia); Referencia ao evento no formulário dos novos alunos;	contactos (mínimo 100/dia); Referencia ao evento no formulário dos novos alunos;			
	CERANOR	Divulgação da Oferta Formativa do ISAG-EBS. Ativação da Marca ISAG-EBS.	Reunião com a Organização do Evento para possível participação. Preparação do Evento com proposta da ação de marketing a ser desenvolvida.	Participação no Evento; Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Presença na imprensa.	Participação no Evento; Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 20/dia); Presença na imprensa.	16 de setembro	GCM FE CD	
	Corrida Meia Maratona do Porto	Ativação da Marca ISAG-EBS com uma tenda no local de chegada, balcão na Zona VIP e pórtico e lonas na meta. Ação de Responsabilidade Social – Incentivo à prática da atividade física.	Preparação do Evento com proposta da ação de marketing a ser desenvolvida.	Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 20/dia); Presença na imprensa.	Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 20/dia); Presença na imprensa.	17 de setembro	GCM CD	
	Welcome Back 2º e 3º anos	Fidelização e aumento da notoriedade da marca ISAG.	Boas vindas aos alunos no primeiro dia de aulas. Integração dos novos alunos junto dos atuais alunos do ISAG. Criar empatia com a marca, com os colaboradores, atuais alunos, coordenadores dos cursos, etc	Realização do Evento; Partilha pelos alunos nas redes sociais.	Realização do Evento	1 de outubro	GCM CD	
	Welcome Day – Novos alunos	Fidelização e aumento da notoriedade da marca ISAG.	Boas vindas aos alunos no primeiro dia de aulas.	Realização do Evento	Realização do Evento	1 de outubro	GCM CD	



SUNSET			Integração dos novos alunos junto dos atuais alunos do ISAG. Criar empatia com a marca, com os colaboradores, atuais alunos, coordenadores dos cursos, etc	Partilha pelos alunos nas redes sociais.			GCM CD NIDISAG
Festa de Outono Serralves	Ação de responsabilidade social Estudos NIDISAG	Ação "Can I help you?" Mensagem a passar: <ul style="list-style-type: none"> Explicar a ação junto dos diferentes públicos. Mencionar o local onde se devem dirigir caso necessitam de ajuda. Transportar participantes com mobilidade reduzida no decorrer do recinto. Divulgar a ação: <ul style="list-style-type: none"> Imprensa Redes Sociais Site do ISAG Alunos e antigo alunos do ISAG 	Presença na imprensa. Reconhecimento da marca pelos visitantes.	29 e 30 de setembro		GCM CD NIDISAG	
Aula Inaugural	Convidar uma personalidade de referência que seja reconhecida nas áreas de formação do ISAG e que seja reconhecida pelos novos alunos. A personalidade deverá ser reconhecida, de preferência, pelos alunos da Licenciatura, Mestrados, CT&SP e pelos alunos da Formação Executiva.	Convidar: <ul style="list-style-type: none"> Empresas Antigos Alunos Actuais Alunos Empresas Parceiras Campus IAPMEI Divulgar junto da imprensa. Divulgar junto da BD do ISAG. Divulgação nas redes sociais.	Realização da Aula Inaugural	Outubro		GCM FE CD	
1º Encontro Alumni	Jantar de gala de encontro anual de antigos alunos do ISAG Estreitar relações com a os antigos alunos do ISAG. Angeriar potenciais candidatos para a formação executiva.	Convidar todos os Antigos alunos do ISAG-EBS (ISAG+ISAI)	Realização do Evento Presença de 500 antigos alunos no jantar.	26 de outubro		GCM FE CO SA CD	
Experience Journey	Divulgação da Oferta Formativa.	Apresentar as temáticas de	Número de Turmas	De Novembro de		GCM	

	by ISAG	Aumento da notoriedade da marca ISAG.	interesse junto das escolas secundárias. Workshops lecionados por docentes do ISAG. Formato: receção aos alunos do Ensino Secundário; Workshop selecionado; visita às instalações; receção por parte das Tunas Académicas; Sorteio de 1 Matrícula.	recebidas: mínimo 10; Nº de Fichas de Contacto recolhidas por evento: mínimo 15.	2018 a Junho de 2019	CD
	Corrida Maratona do Porto	Ativação da Marca ISAG-EBS com uma tenda no local de chegada, balcão na Zona VIP e pórtico e lonas na meta. Ação de Responsabilidade Social – Incentivo à prática da atividade física.		Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 20/dia); Presença na imprensa.	4 de novembro	GCM CD
	Corrida S. Silvestre do Porto	Ativação da Marca ISAG-EBS com uma tenda no local de chegada, balcão na Zona VIP e pórtico e lonas na meta. Ação de Responsabilidade Social – Incentivo à prática da atividade física.		Participação no Evento; Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 20/dia); Presença na imprensa.	30 de dezembro	GCM CD



<p>Consolidar o posicionamento do ISAG como ISAG – European Business School</p>	<p>Elaboração de uma análise SWOT</p>	<p>Levantamento dos meios de comunicação social, eventos de cariz desportivo, social, empresarial, entre outros. Submeter inscrições e acompanhar os Rankings Nacionais e Europeus das Melhores Escolas</p>	<p>Assessoria de comunicação (mínimo anual de presenças: 5) Meios de comunicação Social (mínimo anual de presenças: 10) Diversificação de meios publicitários (mínimo anual de presenças: 5) Ações de Responsabilidade Social (mínimo anual: 5) Presença em eventos de cariz cultural, desportivo, empresarial, social, entre outros (mínimo anual: 5) Submeter candidaturas para os Rankings Nacionais e Europeus das melhores escolas de Negócios.</p>	<p>Número de vezes que o ISAG sai nos meios de comunicação; Número de ações de responsabilidade Social efetuadas; Quantidade de vezes que o ISAG marcou presença em eventos externos; Presença em rankings Nacionais e Internacionais</p>	<p>Até o Final do Ano letivo</p>	<p>GCM CD GRI FE</p>
	<p>Comunicar os aspetos diferenciadores do ISAG e usá-los como argumentos de venda</p>	<p>Definir estratégia de citação em todos os suportes de comunicação dos conceitos <i>InschooBusiness</i> Job Market by ISAG Learning Experience</p>	<p>Utilizar os conceitos <i>InschooBusiness</i> Job Market by ISAG Learning Experience como argumentos de venda em artigos.</p>	<p>Número de vezes que os conceitos <i>InschooBusiness</i> Job Market by ISAG Learning Experience são utilizados</p>	<p>Até o Final do Ano letivo</p>	<p>GCM</p>
	<p>Análise de Concorrência/Benchmarking</p>	<p>Análise SWOT</p>	<p>Fazer pesquisa na Web/Redes Sociais/Contacto Telefónico</p>	<p>Conclusão da Análise SWOT</p>	<p>Abri 2019</p>	<p>GCM</p>



			<p>crescimento, conhecer o comportamento e antecipar as tendências do seu sector, para implementação de estratégias.</p>			<p>GCM CD CC GRI</p>
<p>Participar em eventos, certames em escolas, feiras vocacionais a nível nacional e internacional</p>	<p>Elaboração de plano de divulgação da oferta formativa em escolas secundárias e feiras, entre outros a nível nacional e internacional</p>	<p>Promover ações de ativação de marca ao nível de eventos institucionais</p>		<p>Mínimo de 80 presenças por ano em escolas secundárias</p> <p>1 feira de cada tipo anualmente</p> <p>1 feira internacional anual.</p> <p>1 evento de cada tipo anual</p>	<p>De Novembro de 2017 a Junho de 2018</p>	
	<p>Apresentações nas escolas secundárias</p> <p>Presença nas feiras vocacionais: Qualifica, BTL, entre outras</p> <p>Presença em feiras internacionais (Europa e América do Sul)</p>			<p>1 evento de cada tipo anual</p> <p>2 eventos anuais <i>Welcome day</i></p>		



	<p>Organizar/dinamizar eventos institucionais (aula inaugural, jantar de Natal, entrega de diplomas, inauguração da Escola-Hotel, entre outros)</p>		<p>Ações de marketing interno (São Martinho, Dia de Reis, Dia Mundial do Turismo, <i>Welcome day</i>, entre outros)</p>			<p>GCM FE CD</p>
	<p>Matosinhos Mar de Desporto</p>	<p>Divulgação da Oferta Formativa do ISAG-EBS. Ativação da Marca ISAG-EBS.</p>	<p>Reunião com a Organização do Evento para possível participação. Preparação do Evento com proposta da ação de marketing a ser desenvolvida.</p>	<p>Participação no Evento; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 100/dia); Referencia ao evento no formulário dos novos alunos;</p>	<p>1 e 2 de setembro</p>	



CERANOR	Divulgação da Oferta Formativa do ISAG-EBS. Ativação da Marca ISAG-EBS.	Reunião com a Organização do Evento para possível participação. Preparação do Evento com proposta da ação de marketing a ser desenvolvida.	Participação no Evento; Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Presença na imprensa.	6 a 9 de Setembro	GCM FE CD
Corrida Meia Maratona do Porto	Ativação da Marca ISAG-EBS com uma tenda no local de chegada, balcão na Zona VIP e pórtico e lonas na meta. Ação de Responsabilidade Social – Incentivo à prática da atividade física.	Preparação do Evento com proposta da ação de marketing a ser desenvolvida.	Participação no Evento; Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 20/dia); Presença na imprensa.	16 de setembro	GCM CD
Welcome Back 2º e 3º anos	Fidelização e aumento da notoriedade da marca ISAG.	Boas vindas aos alunos no primeiro dia de aulas. Integração dos novos alunos junto dos atuais alunos do ISAG. Criar empatia com a marca, com os colaboradores, atuais alunos, coordenadores dos cursos, etc	Realização do Evento; Partilha pelos alunos nas redes sociais.	17 de setembro	GCM CD
Welcome Day – Novos alunos SUNSET	Fidelização e aumento da notoriedade da marca ISAG.	Boas vindas aos alunos no primeiro dia de aulas. Integração dos novos alunos junto dos atuais alunos do ISAG. Criar empatia com a marca, com os colaboradores, atuais alunos, coordenadores dos cursos, etc	Realização do Evento Partilha pelos alunos nas redes sociais.	1 de outubro	GCM CD
Festa de Outono Serralves	Ação de responsabilidade social Estudos NIDISAG	Ação “Can i help You?” Mensagem a passar: . Explicar a ação junto dos diferentes públicos.	Presença na imprensa. Reconhecimento da marca pelos visitantes.	29 e 30 de setembro	GCM CD NIDISAG



			<ul style="list-style-type: none"> . Mencionar o local onde se devem dirigir caso necessitam de ajuda. . Transportar participantes com mobilidade reduzida no decorrer do recinto. <p>Divulgar a ação:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Imprensa . Redes Sociais . Site do ISAG . Alunos e antigo alunos do ISAG 				
Aula Inaugural		<p>Convidar uma personalidade de referência que seja reconhecida nas áreas de formação do ISAG e que seja reconhecida pelos novos alunos. A personalidade deverá ser reconhecida, de preferência, pelos alunos da Licenciatura, Mestrados, CTesp e pelos alunos da Formação Executiva.</p>	<p>Convidar:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Empresas . Antigos Alunos . Atuais Alunos . Empresas Parceiras . Campus IAPMEI <p>Divulgar junto da imprensa. Divulgar junto da BD do ISAG. Divulgação nas redes sociais.</p>	Realização da Aula Inaugural	Outubro	GCM FE CD	
1º Encontro Alumni		<p>Jantar de gala de encontro anual de antigos alunos do ISAG Estreitar relações com a os antigos alunos do ISAG. Angariar potenciais candidatos para a formação executiva.</p>	<p>Convidar todos os Antigos alunos do ISAG-EBS (ISAG+ISAI)</p>	Realização do Evento Presença de 500 antigos alunos no jantar.	26 de outubro	GCM FE CO SA CD	
Experience Journey by ISAG		<p>Divulgação da Oferta Formativa. Aumento da notoriedade da marca ISAG.</p>	<p>Apresentar as temáticas de interesse junto das escolas secundárias. Workshops lecionados por docentes do ISAG. Formato: receção aos alunos do Ensino Secundário; Workshop selecionado; visita às instalações; receção por parte das Turmas Académicas; Sorteio de 1</p>	<p>Número de Turmas recebidas: mínimo 10; Nº de Fichas de Contacto recolhidas por evento: mínimo 15.</p>	De Novembro de 2018 a Junho de 2019	GCM CD	



<p>Cerimónia de Entrega de Cartas de Curso</p>	<p>Marketing Relacional e Fidelização da Marca ISAG. Estreitar relacionamentos com os alunos que finalizam e os pais. Promover o evento dos stakeholders (empresas de estágio, empresas com protocolo, fornecedores, etc). Potenciar e estreitar as relações com o mercado empresarial (empresas, associações, etc), com os atuais e antigos alunos.</p>	<p>Entrega das Cartas de curso das 4 Licenciaturas, Mestrados e Pós-Graduações. Entrega de Prémios de Mérito e Licenciados (por ano) e a Mestrados (final dos 2 anos) e Pós-Graduações. Convida atuais e antigos alunos. Atualização dos contactos das BD. Comunicar com o público interno. Presença no evento de todas as áreas do ISAG. Entrega de Prémios de Mérito aos atuais alunos das Licenciaturas, Mestrados e Pós-Graduações. Empresas. Convidados estratégicos</p>	<p>Realização do evento. Número de Alunos a subir ao palco para receber a Carta de Curso.</p>	<p>6 de abril</p>	<p>GCM SA CD</p>
<p>OPEN DAY</p>	<p>Divulgação da Oferta Formativa. Aumento da notoriedade da marca ISAG.</p>	<p>Convidar Escolas Secundárias; Apresentação das instalações e da oferta formativa; Ação de Marketing a Designar.</p>	<p>Realização do evento; Receção de alunos de Escolas Secundárias do distrito (mínimo 5 escolas);</p>	<p>Abril</p>	<p>GCM CD</p>
<p>NOS Primavera Sound</p>	<p>Ativação da Marca ISAG. Aumento da Notoriedade da Marca. Estudos NIDISAG</p>	<p>Ação de Marketing a Designar</p>	<p>Presença na imprensa. Reconhecimento da marca pelos visitantes. Realização do Estudo</p>	<p>6, 7 e 8 de junho</p>	<p>GCM CD NIDISAG</p>
<p>Serralves em Festa</p>	<p>Ação de responsabilidade social Estudos NIDISAG</p>	<p>Ação "Can I help you?" Mensagem a passar: . Explicar a ação junto dos diferentes públicos. . Mencionar o local onde se devem dirigir caso necessitam de ajuda.</p>	<p>Presença na imprensa. Reconhecimento da marca pelos visitantes.</p>	<p>Junho</p>	<p>GCM NIDISAG</p>



			Matricula.				
Corrida Maratona do Porto	Ativação da Marca ISAG-EBS com uma tenda no local de chegada, balcão na Zona VIP e pórtico e lonas na meta. Ação de Responsabilidade Social – Incentivo à prática da atividade física.			Participação no Evento; Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 20/dia);	4 de novembro	GCM CD	
Corrida S. Silvestre do Porto	Ativação da Marca ISAG-EBS com uma tenda no local de chegada, balcão na Zona VIP e pórtico e lonas na meta. Ação de Responsabilidade Social – Incentivo à prática da atividade física.			Presença na imprensa. Participação no Evento; Referencia ao evento no formulário dos novos alunos; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 20/dia);	30 de dezembro	GCM CD	
Qualifica 2019	Divulgação da Oferta Formativa; Aumento da notoriedade da marca ISAG; Angariar potenciais candidatos para CT&SP e Licenciaturas.		Ação de Marketing a Designar; Distribuição de Merchandising.	Presença na imprensa. Participação no Evento; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 70/dia);	28 de fevereiro 2 e 3 de março	GCM FE CD	
QSP Summit	Ativação da Marca ISAG-EBS, com stand no evento.		Ação de Marketing a Designar	Presença no Evento; Presença na Imprensa; Número de fichas de novos contactos recolhidas (mínimo 50);	21 março 2019	GCM FE CD	



[Handwritten signature]

			<ul style="list-style-type: none"> . Transportar participantes com mobilidade reduzida no decorrer do recinto. Divulgar a ação: . Imprensa . Redes Sociais . Site do ISAG . Alunos e antigo alunos do ISAG 				
	Summer School	Divulgação da Oferta Formativa. Experiência in-school	<p>Áreas de formação:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Gestão . Turismo . Hotelaria . Relações Empresariais <p>Formato:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Aulas teóricas . Aulas práticas e visitas de estudo. <p>NOTA: As semanas devem ser formatadas e criadas em conjunto com os Coordenadores dos cursos e a equipa de marketing.</p>	Realização da Summer School Divulgação nas Redes Sociais	1ª semana julho	GCM GRI FE	
Uniformizar a comunicação / documentos que têm visibilidade externa e interna.	Divulgação e implementação do Manual de Identidade Gráfica do ISAG	Criar um instrumento orientador para o uso coerente da imagem ISAG	Efetuar análise de concorrência ao nível da imagem corporativa em termos nacional e internacional	Relatório de análise de concorrência	Até Dezembro 2018	GCM CD GRI	
Utilização devida da identidade da marca.	Uniformizar a comunicação / documentos que têm visibilidade	Criar diversos documentos (ppt, word, etc) tendo em conta o Manual de Identidade.	Atualizar os templates e desenvolver o Manual de Identidade do ISAG: . Capas Relatórios	Documentos em diversos formatos e com diversas aplicabilidades;	Até Dezembro 2018	GCM CD	



<p>externa e interna. Utilização devida da identidade da marca.</p>		<p>Capas Apresentações Internas Capas Manuais dos Docentes</p>	<p>Envio para os responsáveis de todos os Gabinetes, Coordenadores de Curso e Alunos de modelos;</p>		<p>Até ao final do Ano Letivo</p>	<p>GCM CD CC CO</p>
<p>Promover o ISAG nas redes sociais através das ações que realizam, a formação que tem, e notícias nas redes sociais. Aaltar o dinamismo à marca.</p>		<p>Criar as publicação e articular com os coordenadores de Curso</p>	<p>Promover: Ações promocionais desenvolvidas ao longo do ano; Seminários, workshops e conferências; aulas abertas que se realizam no âmbito dos cursos; Artigos e notícias sobre as áreas do ISAG; Curiosidades com interesse para a comunidade ISAG; Empregabilidade / recrutamento.</p>	<p>Publicação nas Diversas Redes Sociais</p>		



Outros objetivos						
Objetivo	Atividades	Ação	Descrição/Procedimento	Indicadores	Data	Áreas envolvidas
Comemoração dos 40 anos do ISAG - European Business School	Realização de Eventos Culturais; Realização de Workshops e Seminários; Participação em eventos externos;	Criar um conjunto de eventos associados aos 40 anos do ISAG. Estreitar relações com a comunidade acadêmica e comunidade local.	Desenho das atividades e definição do público alvo; Criação de uma imagem associada aos 40 anos;	Realização de Eventos; Realização da Imagem dos 40 anos;	Até outubro de 2019	BIB CC CO CP CTC FE GCM NIDISAG RH SA CD



BIBLIOTECA						
Objetivo	Atividades	Ação	Descrição/Procedimento	Indicadores	Data	Áreas envolvidas
Divulgação de atividades artísticas e culturais	Promover atividades de caráter artístico e cultural	Lançamentos de livros	Convide a autores para apresentação de obras (máximo 30 minutos). Proposta de sorteio para oferta de um exemplar a aluno;		Trimestral	BIB GCM CD
		Feira do livro	Feira do livro – Convide a editores para exposição das suas coleções no ISAG. Negociação antecipada das obras a oferecer à biblioteca;		3 a 10 de dezembro	BIB GCM CD
		Café Língua	Programar Café-Língua com os alunos incoming. Organizar um na semana internacional integrando funcionários e professores estrangeiros.	Número de iniciativas promovidas (mínimo 4 por ano letivo)	Última quinta feira de cada mês	BIB GCM CD GRI
	Aulas Abertas	Articulação com as UC's para realização de aulas abertas;			A agendar	BIB GCM CC CP
	Palestras	Palestras sobre empreendedorismo, inovação, e outros temas atuais; Expor trabalhos de fotografia ou pintura no espaço da biblioteca			A agendar	BIB GCM CD
	Exposições	Exposições incluindo Celebração do dia da mulher	Exposição nas instalações do ISAG		2ª quinzena de novembro e maio e 8 de Março (dia da mulher)	BIB GCM CD

<p>Melhoria do portal de pesquisa da biblioteca</p>	<p>Aproximação da biblioteca aos utilizadores</p>	<p>Visita guiada à biblioteca com palestra sobre a importância da pesquisa científica</p> <p>Análise de sugestões dos alunos</p> <p>Sinalética em inglês</p>	<p>Marcação de visita no início de cada semestre, e/ou início de cada curso para apresentação das instalações e serviços disponibilizados na biblioteca;</p> <p>Palestra dada por um docente (10/15 minutos) sobre a importância da pesquisa para a construção de um melhor e atualizado percurso académico e científico;</p> <p>Criação de espaço físico para caixa de sugestões de atividades e serviços da biblioteca; Sinalética dos temas bibliográficos e outros em inglês;</p>	<p>Mínimo 1 por ano</p> <p>1 palestra</p> <p>Caixa de sugestões</p> <p>Número de identificadores colocados</p>	<p>1 de Outubro</p> <p>1 de outubro</p> <p>26 a 31 de outubro</p> <p>15 a 19 de novembro</p>	<p>BIB GCM CD CC</p> <p>BIB GCM CD</p>
<p>Melhoria da imagem da biblioteca online, do seu funcionamento e do seu espaço</p>	<p>Projeto de reestruturação da biblioteca</p>	<p>Aquisição de novo software de gestão bibliográfica</p>	<p>Reorganização de livros nas estantes, permitindo um melhor acesso ao acervo existente; Aplicação de pés de borracha nas cadeiras da biblioteca; Suportes para livros – cerra livros, expositores para livros, portatítulos para as prateleiras, e suportes para avisos; Novos cartazes para cumprimento das regras da biblioteca</p> <p>Aquisição de novo software bibliográfico que permita novas funcionalidades para os utilizadores como conta pessoal, renovação de empréstimos e reserva de obras; Ligação direta das teses disponibilizadas no RCAAP a partir do catálogo online da biblioteca; Reformulação das estantes da biblioteca.</p>	<p>Implementação de 1 novo software</p> <p>Número de ligações criadas entre o catálogo online e o RCAAP</p>	<p>1 a 30 de setembro</p> <p>3 a 21 de setembro</p>	<p>BIB GCM CD</p> <p>BIB SF CD</p>



Outros objetivos						
Objetivo	Atividades	Ação	Descrição/Procedimento	Indicadores	Data	Áreas envolvidas
Aumentar e atualizar o acervo bibliográfico disponível	Recolha das bibliografias indicadas pelos docentes	Recolha das Bibliografias principais, organização de orçamento e compra das obras em falta	Recolha da bibliografia indicada pelos docentes para cada UC e listagem da bibliografia em falta; Pesquisa de orçamentos junto das editoras e distribuidoras online para apresentação de proposta de aquisição; Aquisição e catalogação da bibliografia adquirida (em catálogo online e offline);	Número de bibliografias adquiridas e catalogadas	7 a 28 de setembro e 4 a 25 de fevereiro	BIB CP CC CTC CD
		Contacto com editoras	Contactar as editoras para doação da bibliografia principal e complementar indicada.	Número de obras recebidas	24 de setembro	
		Levantamento das áreas com pouca bibliografia ou desatualizada	Listagem das áreas com menos bibliografia e angariação de livros das áreas mais desatualizadas através de doações e parcerias;	Número de livros catalogados e inseridos no catálogo bibliográfico	1 a 15 de junho	
		Trial de Publicações Periódicas	Catalogação de doações anteriores e novas aquisições, aumentando o número de livros disponíveis para empréstimo e indexação de todo o acervo	Número de publicações subscritas	Todo o ano	
			Trial de publicações em formato digital das áreas de gestão, turismo e marketing			



	Criação de protocolos interbibliotecas e parcerias	Novos protocolos	Criação de protocolos com outras bibliotecas; Envio de cartas de mecenato a alunos Alumni e instituições públicas e privadas; Contatar centros de documentação e instituições públicas e privadas (com enfoque nas áreas lecionadas no ISA6); Integração na Rede Nacional das Bibliotecas do Ensino Superior; Integrar o programa American Corners Portugal (orçêto da	Mínimo de 1 novo protocolo; Número de doações recebidas; 3 contactos feitos; Inscrição na RNBEs; Candidatura	Ao longo do ano	BIB CD GRI
	Formações de Infoterapia para os alunos	Formações relativas a portais de informação estatística Formações da base de dados ABI INFORM	Apresentação dos portais de informação estatística do INE (no âmbito da parceria) e da PORADATA aos alunos; Formação dada pela empresa Lusodoc, integrada nas UC's adequadas	Mínimo 2 ações de formação por ano	10 de janeiro e 7 de março 15 a 19 de outubro 1 a 4 de março	BIB CP CD CC
	Ações de Responsabilidade Social	Campanha de doação de livros infantis	Campanhas de doações de livros para instituições sociais a determinar	Mínimo 1 por ano	1 junho	BIB RH GCM



INFORMÁTICA						
Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de Realização	Áreas envolvidas
Desenvolvimento de um portal de intranet que possibilite colocar os modelos de formulários disponíveis para download	Criar portal de intranet no Sigarra Inserção dos formulários	Desenvolver layout do portal Definir conteúdos Inserção de conteúdos Plano de manutenção	Análise de outros portais de intranet Lista de documentos Classificação e inserção dos documentos Critérios de permanência e de caducidade	Portal intranet no Sigarra Formulários inseridos Relatório de manutenção	Dezembro	INF CD
	Plano de Manutenção de	Análise e limpeza de servidores (hosts e máquinas virtuais); Verificação dos equipamentos informáticos, verificação de erros de software, relatório de necessidades adicionais e verificação se ferramentas	Definição de critérios de manutenção	Mínimo de 4 manutenções anuais	Novembro	INF CD
	Configuração dos serviços de Emails	Substituir emails personalizados pelos dos serviços, efetuar backup das caixas de email dos personalizados, ativar reencaminhamento para os dos serviços e mais tarde (6 meses a 1 ano) eliminar emails personalizados	Lista de emails dos colaboradores e dos serviços Cruzamento de acessos aos emails Definição e uniformização dos emails de serviços Formação aos colaboradores	Número de emails de serviço implementados	Setembro a Outubro	INF CD



	Aumento capacidade armazenamento	Colocação de mais discos em cada servidor devido ao aumento das necessidades de armazenamento (novos serviços e novas necessidades)	Avaliação das necessidades de armazenamento Recolha de orçamentos Escolha do melhor orçamento Instalação dos discos	Número de Gb de armazenamento	Setembro	INF CD
--	----------------------------------	---	--	-------------------------------	----------	-----------



SERVIÇOS FINANCEIROS E ADMINISTRATIVOS

Objetivo Estratégico	Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de Realização	Áreas envolvidas
Implementar sistema de controlo de gestão, ao nível analítico (centros de custos)	Criar um sistema de controlo de gestão, ao nível analítico (centros de custos) com vista a aumentar a eficiência e a qualidade dos processos.	Obtenção de mapas de controlo de gestão por centros de custos	Definição dos objetivos de controlo de gestão Análise de softwares e pedidos de orçamento Contratação do software Configuração do software	Número de mapas de controlo (mínimo 1 de receita e 1 de despesas por centro de custos)	Até junho de 2019	SF CD
Promover a gestão criteriosa de recursos financeiros	Criar mecanismos para uma gestão mais criteriosa ao nível do controlo da execução orçamental	Obtenção dos mapas de controlo de execução orçamental e financeira e apuramento de potenciais desvios	Introdução dos dados Definição dos critérios de controlo de execução Relatório de análise da execução orçamental e financeira e de potenciais desvios	Mapa de controlo (mínimo 1 mapa)	Até junho de 2019	SF CD



RECURSOS HUMANOS

Atividades	Ações	Descrição/Procedimentos	Indicadores	Data de Realização	Áreas envolvidas
Ajustar os recursos humanos em perfil e competências ao projeto estratégico e pedagógico do ISAG	Cumprimento dos rácios exigidos por lei	Atualização e otimização dos rácios dos docentes	Análise do atual corpo docente Análise das necessidades de contratação de novos docentes Planeamento do cumprimento dos rácios	Grau de cumprimento dos rácios dos docentes exigidos pela A3ES	RH CD CP CTC
Desenvolver um plano de formação para o desenvolvimento profissional do pessoal não docente	Definir plano de formação profissionalizante de acordo com as lacunas do pessoal não docente	Levantamento das necessidades de formação Elaboração do catálogo de formações Preparação das sessões de formação	Submissão de proposta ao CD Elaboração da ficha de necessidades de formação Listar formações relevantes Seleção do formador e estruturação da formação	Documento com o diagnóstico das necessidades de formação Catálogo de formações Mínimo de 35 horas anuais de formação	RH CD GCM GRI FE CO CP SA
Formação pedagógica de docentes	Definir plano de formação pedagógica de docentes	Levantamento das necessidades de formação Elaboração do catálogo de formações Preparação das sessões de formação	Elaboração da ficha de necessidades de formação Listar formações relevantes Seleção do formador e estruturação da formação	Documento com o diagnóstico das necessidades de formação Catálogo de formações Mínimo de 8 horas anuais inseridas no plano de formação	RH CD CTC CP



Adequar os recursos humanos (docentes e não docentes) às exigências de uma Business School	Contratar docentes e não docentes	Efetuar levantamento das necessidades do corpo docente e discente junto	Análise do mapa de rácios de docentes de desempenho dos docentes de desempenho do processo de recrutamento Acompanhamento da avaliação do pessoal docente e não docente, nomeadamente no que respeita à definição de objetivos	Número de docentes e não contratados de acordo com as necessidades	RH CD GRI CP
Implementar um sistema de gestão integrado de recursos humanos (SGI RH) de acordo com os perfis existentes (docentes e não docentes)	Adquirir um SGI de RH que integre: registo biográfico, evolução profissional, avaliação de desempenho, controlo biométrico, entre outras	Análise dos diferentes SGI de RH Selecionar o SGI de RH que melhor se ajusta às necessidades da instituição Adquirir e implementar SGI de RH	Levantamento das necessidades e dos requisitos da SGI Recolha e análise de orçamentos Contratação de um SGI	Relatório de análise comparativa de SGI RH Aprovação do SGI RH a adquirir Instalação do SGI de RH	RH CD SIGQ

Legenda de siglas:

- BIB – Biblioteca
- CC – Coordenadores de curso
- CO – Career Office
- CP – Conselho Pedagógico
- CTC – Conselho Técnico-científico
- EI – Entidade Instituidora
- FE – Formação Executiva
- GCM – Gabinete de Comunicação e Marketing
- INF - Informática
- NIDISAG – Núcleo de investigação do ISAG
- RH – Recursos Humanos
- SA – Serviços Académicos
- SF – Serviços Financeiros
- SIGQ – Sistema Interno de Garantia da Qualidade

Documento aprovado em reunião do Conselho de Direção de 31 de julho de 2018.



