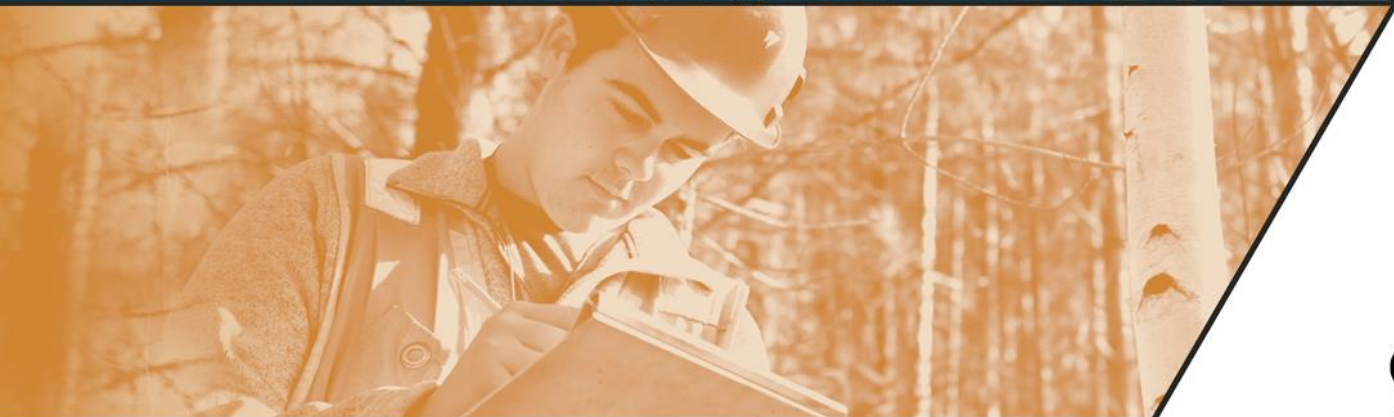




plan d'activités **2016-2017**



COLLÈGE BORÉAL
éducation • innovation • recherche

21, boulevard Lasalle | Sudbury | ON | P3A 6B1
Tél. : 705.560.6673 | Téléc. : 705.560.0545 | collegeboreal.ca

Collège Boréal

Créé en 1995, le Collège Boréal est un établissement de formation et d'enseignement postsecondaire de langue française qui œuvre au développement et à l'épanouissement des communautés dans toute la province de l'Ontario.

Le Collège Boréal a un double mandat : être à la fois une institution collégiale d'études postsecondaires et une organisation de développement communautaire vitale. Le Collège Boréal est un carrefour éducationnel, innovateur, culturel et communautaire desservant la population francophone diversifiée : Franco-Ontariens, étudiants en immersion, immigrants, membres d'expression française des communautés des Premières Nations et des Métis, étudiants internationaux, entre autres. Son but est de produire une main-d'œuvre bilingue hautement qualifiée engagée dans les communautés d'expression française et contribuant à la vitalité économique, sociale et culturelle de la province et du pays.

En bref,

- Fondé en 1995, le Collège Boréal est le seul collège communautaire de langue française dans le Nord de l'Ontario. Il sert également le Centre-Sud-Ouest de la province depuis 2002.
- Le Collège Boréal est le premier représentant du secteur de l'éducation officiellement désigné par le gouvernement de l'Ontario en vertu de la Loi sur les services en français.
- Plus de 27 000 étudiantes et étudiants à temps plein ont bénéficié des programmes de formation postsecondaire du Collège Boréal depuis ses débuts.
- Offrant 35 points de service et présent dans 25 villes en Ontario, le Collège Boréal comprend un campus principal à Sudbury et six campus en région (Hearst, Kapuskasing, Témiskaming, Nipissing, Timmins et Toronto).
- Le Collège Boréal offre 66 programmes d'enseignement postsecondaire.
- Le Centre Louis-Riel, ouvert en 2010, met à la disposition des étudiants autochtones et métis une vaste gamme de services prenant en ligne de compte leur identité culturelle et contribuant à leur réussite scolaire.
- Chaque année, La Fondation du Collège Boréal distribue plus de 1 500 bourses aux étudiantes et étudiants du Collège Boréal. Pour l'année 2015-2016, le montant des bourses distribuées s'élève à 1,3 million de dollars. Grâce à la générosité des donateurs, le fonds de bourses de la Fondation du Collège Boréal est le mieux doté par étudiant parmi les 24 collèges de la province.



COLLÈGE BORÉAL

Vision : Être le collège de langue française de premier choix reconnu pour la qualité, l'accessibilité et la flexibilité de sa formation et de ses services.

Mission : Le Collège Boréal offre une éducation personnalisée de qualité à une clientèle diversifiée et exerce un leadership communautaire pour favoriser le développement durable de la communauté francophone de l'Ontario.

Devise : Nourrir le savoir et faire vibrer la culture

Valeurs : ● Excellence ● Humanisme ● Inclusion ● Innovation ● Respect

Le plan d'activités 2016-2017 repose sur quatre (4) axes prioritaires

Axes : ● Accès ● Flexibilité ● Qualité ● Visibilité



1. Accès

1.1 Élargir l'offre de programmes postsecondaires (y compris l'apprentissage, la formation continue, les services en employabilité et les services aux immigrants).

Élaborer cinq (5) nouveaux programmes :

Programmes postsecondaires :

- Plomberie
- Gérontologie (post-diplôme)
- Présiences de la santé – Préuniversitaire
- Techniques du génie de construction – civil

Programmes d'apprentissage :

- Techniciens de camions et d'autocars, niveau 1 (apprentissage)

1.2 Diversifier les modes de livraison

Programmes en développement selon le nouveau modèle pédagogique

Programmes postsecondaires :

- Gestion des ressources humaines (post-diplôme)
- Pratiques d'appui aux tribunaux
- Consultant en immigration (post-diplôme)
- Présiences de la santé
- Gérontologie multidisciplinaire (post-diplôme)
- Techniques du génie de construction – civil
- Plomberie



Programmes d'apprentissage :

- Services de soutien à l'intégration
- Charpentier/charpentière
- Technicien/technicienne d'équipement lourd
- Technicien/technicienne de camions et d'autocars, niveau 1

Élaborer un plan de cinq (5) ans pour la mise en œuvre de la modernisation des programmes et services existants.

Lancement d'un modèle de partage et d'échange pour le personnel dans le cadre du nouvel espace de collaboration.

Modernisation de cours :

- 20 cours de la phase 3 des fonds du CSO;
- Le cours de logiciel Microsoft;
- 2 à 5 cours de formation générale;
- Adaptation au niveau national de certains cours du programme Pratique d'appui aux tribunaux.

2. Flexibilité

Élaborer un plan de travail pour le développement d'articulations pour 44 programmes terminaux.

Finaliser six (6) nouvelles ententes d'articulation.

Établir une nouvelle approche de reconnaissance des acquis afin d'assurer un mécanisme plus efficace et ponctuel pour les étudiantes et les étudiants.



3. Qualité

Développer et mettre en oeuvre une stratégie de recrutement, retention et perfectionnement du personnel

- Révision et modernisation de nos directives de dotation, perfectionnement et gestion du rendement;
- Le processus de gestion du rendement fera l'objet d'une modernisation en 2016-2017;
- Modernisation de notre approche pour le recrutement et la dotation.
- Les demandes d'autorisation d'affichage sont complétées de manière électronique (ceci a eu comme effet d'améliorer le temps requis pour doter les postes).
- Les approches de recrutement incluent maintenant l'usage des médias sociaux et de plateformes de recherche comme LinkedIn et Job Illico. Résultat : une augmentation du bassin de candidats potentiels pour pourvoir des postes.
- Un programme d'orientation des nouveaux employés a été développé et est prêt à être lancé;
- Un programme de formation pour nouveaux gestionnaires sera développé en 2016-2017.
- Élaboration d'un cadre de référence pour le leadership au collège.
- Grâce à notre participation au Programme de leadership du Nord, un groupe de travail a procédé à la validation du nouveau modèle de compétences (modèle développé par Knightsbridge pour le Conseil des collèges en 2011). Ce modèle agira comme base pour le développement d'un programme en leadership en 2016-2017.
- Identification et mise en place des meilleures pratiques afin d'augmenter la qualité de la main d'œuvre et le taux de rétention.
- Nous travaillons à accroître le mieux-être en milieu de travail en offrant divers ateliers aux employés à ce sujet.
- Plusieurs ateliers de formation en ligne sont maintenant disponibles sur Blackboard.
- Un plan de relève sera développé en 2016-2017.



4. Visibilité

Améliorer les initiatives de marketing au Canada et à l'international;

- Créer et mettre en œuvre un nouveau plan de marketing stratégique (visibilité, recrutement et branding) pour l'ensemble du Collège en utilisant les meilleurs outils (électroniques, sociaux, imprimés) par région et clientèle visée (étudiants du secondaire et adultes);
- Augmenter les activités de marketing visées à la clientèle des jeunes adultes (25+) et dans les programmes d'Immersion;
- Développer des occasions de visibilité dans de nouveaux marchés internationaux.



Opérationnalisation du *Plan stratégique 2015-2020*

Résultats visés en 2016-2017

1. **Développement d'au moins 15 nouveaux programmes d'ici 2020; en 2016-2017, les cinq (5) programmes suivants seront développés :**

En 2016-2017, les cinq (5) programmes suivants seront développés :

- Gérontologie (post-diplôme postsecondaire)
- Présiences de la santé – Pré-U (postsecondaire)
- Plomberie (postsecondaire)
- Techniques du génie de construction – civil (postsecondaire)
- Techniques de camions et d'autocars (apprentissage)

2. **Augmentation des équivalences à temps plein (ÉTP) d'au moins 8 %; en 2016-2017, + 100 ÉTP pour revenir au seuil initial.**

- Augmenter le nombre d'activités stratégiques de recrutement visant la clientèle des écoles secondaires avec la participation des responsables de programmes;
- Augmenter les activités de marketing visant directement la clientèle des jeunes adultes (25+);
- Offrir des ateliers sur demande et d'experts virtuels pour les écoles secondaires en fonction des besoins des enseignants dans le cadre de nos activités de partenariats scolaires;
- Augmenter la visibilité pour attirer davantage une clientèle hors province par l'entremise de campagnes médiatiques ciblées, de participation à des foires d'éducation postsecondaire, de rencontres avec des conseillers en orientation et de présentations dans les écoles secondaires.
- Développer des activités de marketing ciblé pour les écoles qui offrent des programmes d'immersion.



3. Une articulation visant le plus haut titre de compétence atteignable par programme; en 2016-2017, élaboration de six (6) ententes d'articulations.

En 2016-2017, élaboration d'au moins six (6) ententes d'articulations.

Le Collège travaille en étroite collaboration avec divers établissements postsecondaires, dont l'Université Laurentienne, l'Université St-Paul, Université York, campus de Glendon et Thompson Rivers University, afin d'élaborer de nouvelles ententes d'articulation.

- 100 % atteint;

41 programmes ont une entente d'articulation avec un autre établissement postsecondaire;

Seuls trois (3) programmes terminaux pour lesquels il n'existe aucune d'entente d'articulation.

4. 100 % des services et programmes ont été révisés : en 2016-2017 : Deux (2) services et neuf (9) programmes

En 2016-2017, les programmes ci-dessous feront l'objet d'une révision dans le cadre :

- **de renouvellement des ententes d'articulation**

- Techniques de soins vétérinaires (Sudbury et Alfred)

- **d'une révision des normes provenant du ministère de la Formation et des Collèges et Universités**

- Promotion de l'activité physique et de la santé
- Techniques du travail social



- **de l'intégration des normes provinciales;**
 - Administration de bureau – commis
 - Administration de bureau – adjoint administratif
 - Techniques d'éducation spécialisée
 - Technologie forestière
 - Techniques chimiques
 - Préposé aux services de soutien personnel
 - Animation 2D-3D

- **d'un changement de cursus**
 - Environnement (Chimie, Foresterie et Pêche et faune)
 - Massothérapie
 - Techniques pharmaceutiques

5. **Obtention de l'accréditation du Service de l'assurance de la qualité des collèges de l'Ontario (SAQCO); en 2016-2017 — réponse et ajustements — (20 % efforts)**

- Mise en œuvre du plan d'action.
- Rédaction des résultats du rapport de 18 mois.
- Soumission du rapport de 18 mois au Service de l'assurance de la qualité des collèges de l'Ontario.



6. 100 étudiants internationaux d'ici 5 ans : 50 étudiants internationaux en 2016-2017

- Participation à des événements stratégiques de recrutement international avec le gouvernement du Canada, EduCanada, le MFCU, le Consortium d'Avantage Ontario, CiCan et l'ACUFC;
- Développement d'occasions de partenariats et de mobilité dans les secteurs de l'agriculture et du travail social et minier avec des établissements en Afrique (Ouest et Nord) et en Europe;
- Accueil et appui des étudiants internationaux afin d'assurer leur intégration à la société canadienne et dans leur campus de choix.



Budget consolidé 2016-2017

	Fonds d'exploitation	Fonds d'immobilisations	Fonds de bourses	Total
	\$	\$	\$	\$
RECETTES				
<i>Subventions</i>	62 819 007	—	24 000	62 843 007
<i>Frais de scolarité</i>	10 564 160	—	—	10 564 160
<i>Autres recettes</i>	3 083 026	—	452 000	3 535 026
<i>Amortissement des apports reportés</i>	-	4 265 482	-	4 265 482
<hr/> <i>Total des recettes</i>	<hr/> 76 466 193	<hr/> 4 265 482	<hr/> 476 000	<hr/> 81 207 675
 DÉPENSES				
<i>Dépenses salariales</i>	46 784 876	-	-	46 784 876
<i>Dépenses de fonctionnement</i>	28 408 317	-	476 000	28 882 317
<i>Amortissement des immobilisations</i>	-	5 540 482	-	5 540 482
<hr/> <i>Total des dépenses</i>	<hr/> 75 191 193	<hr/> 5 540 482	<hr/> 476 000	<hr/> 81 207 675
 <i>Surplus (déficit) net</i>	 1 275 000	 (1 275 000)	 -	 -



Plan stratégique 2015–2020

Vision

Être le collège de langue française de premier choix reconnu pour la qualité, l'accessibilité et la flexibilité de sa formation et de ses services.

Mission

Le Collège Boréal offre une éducation personnalisée de qualité à une clientèle diversifiée et exerce un leadership pour favoriser le développement durable de la communauté francophone de l'Ontario.

#BORÉAL 20ans

4 axes et les objectifs

Devise

« Nourrir le savoir et faire vibrer la culture »

Valeurs

Excellence
Humanisme
Inclusion
Innovation
Respect

1 ACCÈS :

Améliorer l'accès à des programmes et services de qualité adaptés aux besoins de la clientèle.

1. Élargir l'offre : postsecondaire (y inclus l'apprentissage), formation continue, services en employabilité, services aux immigrants
2. Diversifier les modes de livraison
3. Développer un mécanisme de veille stratégique pour anticiper les tendances du marché du travail.

2 FLEXIBILITÉ :

Accroître la transférabilité pour les étudiantes et étudiants et améliorer la collaboration entre les services.

1. Développer des outils permettant la transférabilité en augmentant le nombre d'ententes d'articulation, d'équivalences reconnues et d'autres modèles
2. Accroître la communication afin d'améliorer l'efficacité et l'efficience entre les services.

3 QUALITÉ :

Assurer la qualité des programmes et des services afin d'innover et de s'adapter aux réalités en évolution.

1. Développer et mettre en œuvre des stratégies de recrutement, rétention et perfectionnement du personnel
2. Améliorer le système de gestion et d'appréciation de rendement pour toutes les catégories de personnel
3. Revoir et analyser les services du Collège et mettre en place un processus d'amélioration continue
4. Poursuivre l'analyse des programmes dans le but d'atteindre un niveau optimal de qualité.

4 VISIBILITÉ :

Augmenter la visibilité du Collège Boréal auprès des clientèles futures, des employeurs potentiels et des communautés.

1. Augmenter le nombre de membres actifs de l'Association des anciennes et anciens
2. Améliorer les occasions de visibilité et de participation aux activités communautaires
3. Améliorer les initiatives de marketing au Canada et à l'international
4. Accroître le nombre de partenariats avec les employeurs ainsi que les organismes et groupes communautaires.

