

Plan stratégique *2020-2025*



Cégep de
Thetford



MOT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

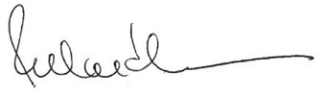
Nous sommes fiers de vous présenter le Plan stratégique 2020-2025 du Cégep de Thetford. Celui-ci est le résultat d'un processus de réflexion qui a débuté avec l'évaluation du plan stratégique précédent, puis une analyse de notre environnement, autant interne qu'externe et une réflexion intensive concernant notre vision, nos enjeux et les grandes orientations à retenir pour faire évoluer le Cégep de Thetford dans la bonne direction. Le personnel a été consulté selon un mode différent de celui des consultations antérieures. Tous les départements et les services ont été conviés à se prononcer sur le projet de plan stratégique alors que, par le passé, cela se faisait sur invitation. Tous les services et la majorité des départements ont réussi à nous fournir leurs commentaires avant que ne débute un événement qui est venu bouleverser nos existences, la pandémie de la COVID-19.

Si la crise de la pandémie a bouleversé notre mode de vie, la situation sanitaire, sociale, économique de tout le Québec, il est facile de comprendre qu'elle a également modifié notre environnement et celui de nos partenaires et de nos étudiantes et étudiants. C'est donc dans un contexte très particulier que le Plan stratégique 2020-2025 du Cégep de Thetford a été rédigé. Nous avons dû procéder à des ajustements au plan de notre environnement, nous avons revu des actions et des cibles, mais nous n'avons pas modifié notre vision, nos enjeux et notre mission. La pandémie de la COVID-19 vient altérer la manière dont nous allons mettre en oeuvre le plan stratégique, mais pas ce que nous souhaitons accomplir comme collectivité.

Ce plan stratégique nous permet de réaliser comment trois enjeux majeurs seront pris en charge au cours des cinq prochaines années. Ceux-ci sont le recrutement, la réussite de nos étudiantes et de nos étudiants ainsi que la diversification de notre offre de formation et de nos activités. À la fin de la période couverte par le plan stratégique, nous souhaitons nous être rapprochés le plus possible d'un niveau de clientèle s'apparentant au devis pédagogique de notre établissement, soit 1300 étudiants. Pour ce faire, nous souhaitons nous positionner comme premier choix dans l'esprit des étudiants en raison de la diversité, l'originalité et la qualité des formations et des activités offertes. Nous croyons que l'évolution de notre offre de formation, de nos activités culturelles et sportives, de notre positionnement à l'international et du développement de notre Centre d'études collégiales de Lotbinière sont des éléments clés pour pouvoir réaliser notre vision. Il ne faut donc pas se surprendre de la place que nous leur accordons dans le plan stratégique.

Au-delà de ces éléments, nous accordons une grande importance à la réussite éducative et tout ce qui l'entoure, à la formation continue et à la recherche. L'un des grands défis lorsqu'on cherche à développer un cégep pour le bien de sa communauté est de pouvoir concilier plusieurs éléments, plusieurs axes tous importants, mais pas nécessairement de la même manière. Nous croyons fermement pouvoir y arriver avec le Plan stratégique 2020-2025 du Cégep de Thetford qui vous est présenté ici. Au nom du Conseil d'administration et de toute la communauté collégiale, il nous reste à vous souhaiter une bonne lecture!




Richard Leclerc
président du Conseil d'administration




Robert Rousseau
directeur général



NOTRE *mission*

Offrir à tous nos étudiants une formation de grande qualité dans un environnement stimulant et propice à l'apprentissage dans le but de leur permettre de réaliser leur projet de vie et d'en faire des citoyens qui contribuent à l'avancement de notre société.

Le volet principal de cette mission est celui de la formation académique, autant créditée que non créditée.

Le volet complémentaire, qui fait aussi partie intégrante de cette mission, est celui des activités parascolaires et périscolaires. On n'a qu'à penser aux activités sportives, socioculturelles, communautaires, scientifiques ou environnementales, à titre d'exemples.

NOS *valeurs*

ENGAGEMENT

S'engager dans ce qu'on fait, contribuer à une cause, respecter notre mission, notre institution et ses orientations.

AUDACE

Sortir des sentiers battus, expérimenter, construire et imaginer des choses que d'autres n'osent pas.

EXCELLENCE

Viser les plus hauts sommets dans tout ce que nous entreprenons. Ce que nous faisons est teinté par la recherche de l'excellence.

SAVOIR-ÊTRE

L'intégrité, le positivisme, le respect, la collaboration, bref, toutes ces qualités qui font en sorte que nous agissons de la bonne façon avec ceux que nous côtoyons.



Une fin d'année scolaire 2020 particulière



ENVIRONNEMENT

Les événements historiques qui ont l'envergure nécessaire pour changer de manière importante notre société sont peu nombreux. Au moment d'élaborer ce plan stratégique, nous vivons un tel événement d'envergure planétaire avec la pandémie liée à la COVID-19. Les répercussions liées à la pandémie seront bien présentes dans notre environnement pour longtemps et doivent être prises en compte, au meilleur de nos connaissances, à l'intérieur de ce plan stratégique.

Quelques jours avant la crise liée à la COVID-19, notre environnement externe était très différent de ce qu'il est maintenant. Notre économie fonctionnait à plein régime et de nombreuses entreprises dans de nombreux secteurs témoignaient de difficultés importantes de recrutement de main-d'œuvre, autant spécialisée que non spécialisée. Le déficit de travailleurs dans certains secteurs associés à nos programmes d'études était qualifié de majeur, entraînant une dévalorisation du diplôme et un intérêt marqué pour des mesures de recrutement d'étudiants moins traditionnelles telles que le recrutement de travailleurs dans un dispositif d'adéquation formation-emploi ou bien encore le recrutement international. Cette même situation économique enviable faisait en sorte que notre Cégep comptait sur un support important de son milieu, support pouvant se traduire par un appui corporatif pouvant prendre plusieurs formes.

Sans jouer au devin, la pandémie de la COVID-19 aura un impact important sur l'économie mondiale, nationale, provinciale et locale. Elle influencera, pour un certain temps, notre mode de vie et l'ordre établi tel qu'on le connaissait. L'analyse de notre environnement externe prévoit donc un retour à la normale (situation pré-pandémie) graduel sur une période de 24 mois.

- » L'économie sera en récession pendant plusieurs mois, entraînant un taux de chômage élevé. Une reprise sur 24 mois est plausible, nous ramenant à la situation de pénurie de main-d'œuvre qui prévalait avant la COVID-19. Entretemps, les conditions seront favorables au secteur de l'éducation puisqu'historiquement, la difficulté à obtenir un emploi ramène plusieurs personnes sur les bancs d'école. L'impact peut se faire sentir autant à l'enseignement régulier qu'à la formation continue.
- » Les gouvernements investiront dans des mesures de relance de l'économie, de maintien et de création d'emplois qui devraient impliquer le secteur de l'éducation.
- » La mobilité étudiante à l'international risque d'être ralentie un certain temps, mais devrait reprendre par la suite.
- » Certaines entreprises pourraient devoir fermer leurs portes ou bien avoir des moyens plus limités lors de leur réouverture. Dans ce contexte, notre Service aux entreprises et le support corporatif que nous recevons risquent de s'en trouver affectés un certain temps.
- » La distanciation et la fermeture physique des entreprises pendant la crise de la COVID-19 nous ont amenés à modifier nos pratiques. Si certaines choses n'auront été que temporaires, d'autres resteront et viendront modifier notre vie personnelle autant que professionnelle. On peut penser au télétravail, à la formation à distance et aux innovations pédagogiques réalisées pendant la fermeture physique du Cégep.

Il est donc prévu, dans le plan stratégique actuel, un retour à la normale au plus tard après 24 mois avec une pénurie de main-d'œuvre qui s'accroîtra une fois notre économie relancée. Certaines choses vont cependant demeurer les mêmes tout au cours de cette période :

- » L'augmentation lente du bassin de clientèle dans la MRC des Appalaches et l'augmentation rapide du bassin de clientèle dans la MRC de Lotbinière.
- » La diminution de l'intérêt des finissants du secondaire envers les professions associées à des programmes industriels ou technologiques, ce qui conduit à des cohortes peu nombreuses.
- » Les caractéristiques de notre milieu qui ne sont pas toujours propices à l'accessibilité aux études collégiales, clientèle de première génération, attrait des DEP ou accessibilité au marché du travail sans aucune spécialisation.
- » Les nombreuses opportunités de développement ou de partenariat qui proviennent autant des autres cégeps, des autres ordres d'enseignement que du secteur privé.
- » L'évolution technologique et la révolution numérique qui devraient même s'accroître et s'accélérer suite à la crise actuelle.
- » La notoriété du Cégep qui a tendance à être de plus en plus reconnue à l'extérieur.
- » Notre carte de programmes qui offre un fort potentiel de développement, notamment en lien avec le virage numérique.
- » Le Cégep de Thetford a la capacité de mettre en œuvre rapidement des solutions aux problématiques vécues par notre milieu. Outre notre notoriété, notre capacité d'innover est de plus en plus reconnue à l'extérieur de nos murs.
- » Le positionnement du Cégep au plan sportif est enviable et le potentiel de développement bien présent. Nous aurons besoin d'un accès à d'autres infrastructures pour poursuivre le développement.
- » La situation financière du Cégep est bonne et nous donne les moyens de se développer si nous maintenons notre philosophie actuelle de gestion. La reconnaissance du Centre d'études collégiales de Lotbinière et son financement nous donnent aussi la possibilité de rapatrier des ressources pour le développement du site de Thetford.
- » Le renouvellement prévu du personnel représente un pourcentage peu élevé des employés actifs. Le potentiel de développement de nos ressources humaines est bien présent.

PERSPECTIVES LIÉES AU PLAN STRATÉGIQUE

Il y aura un avant et un après COVID-19

Le Plan stratégique 2020-2025 du Cégep de Thetford s'appuie sur deux phases bien précises. La première, d'une durée estimée de 24 mois, prévoit une transition vers un retour à la normale qui prévalait avant l'éclosion de la pandémie de la COVID-19. Pendant la période de transition, les moyens mis de l'avant pour réaliser le plan stratégique tiendront compte des enjeux liés à la relance de notre société, autant aux plans économique, social, scolaire que sanitaire. Dans ce contexte, il ne faudra pas se surprendre de constater que certains projets seront davantage en mode de préparation qu'en mode de lancement pendant cette période.

Aussi, si des actions à court terme étaient prévues en lien avec la pénurie de main-d'œuvre, elles devront, pendant quelques mois, céder la place à la réorientation et au perfectionnement de travailleurs ayant perdu, de manière provisoire ou permanente, leur emploi en raison des actions mises de l'avant pour freiner la pandémie.

Les moyens et actions liés au recrutement international devront être adaptés à cette transition en tenant compte d'une chute à court terme du nombre d'étudiants internationaux fréquentant notre organisation. L'emphasis sera donc davantage axée sur la mise en place de dispositifs de recrutement international et de partenariat que sur l'accompagnement et l'encadrement, puisque les étudiants internationaux seront moins nombreux à en avoir besoin. La situation reviendra ensuite à la normale en matière de mobilité étudiante, plusieurs établissements canadiens en dépendent fortement et il est très probable que la pression sera forte pour rétablir les dispositifs existants le plus rapidement possible. Cependant, au moins une année scolaire aura été perdue.

Les moyens et actions liés aux infrastructures risquent de se trouver être devancés, la volonté gouvernementale de supporter l'industrie de la construction par des projets d'infrastructure publics a déjà été manifestée publiquement.

Finalement, un des impacts de la pandémie de la COVID-19 sera d'avoir permis aux étudiants actuels de secondaire 5 de graduer en ayant réalisé les deux tiers de leur année, et ce, sans épreuve ministérielle. Cette clientèle sera certainement à risque en matière d'intégration aux études collégiales, de réussite et de persévérance. Elle devra faire l'objet d'une attention particulière, tout comme la clientèle faisant un retour aux études ou encore les étudiants vivant des problématiques d'ordre psychosocial liées aux récents événements.

Bref, les organisations qui se tirent le mieux d'une crise ou d'un creux de vague sont celles qui font preuve d'audace et qui profitent d'une telle période pour innover ou encore poser les gestes nécessaires pour assurer une relance réussie. Le Cégep de Thetford a parmi ses valeurs l'audace et a fait la preuve de sa capacité à innover et à saisir les opportunités lorsqu'elles se présentent. Les deux premières années du plan stratégique seront propices à un travail préparatoire alors que les résultats, notamment en matière de clientèle et de réussite, seront plus visibles dans les trois années suivantes.



NOTRE *vision*

En 2025, le Cégep de Thetford sera le choix numéro 1 de 1 300 étudiants pour y vivre une expérience d'exception à travers son offre de programmes et d'activités distinctifs. De par ses actions et ses réalisations, il exercera un rôle d'influence auprès des partenaires et de son milieu.

NOS *enjeux*

Le recrutement

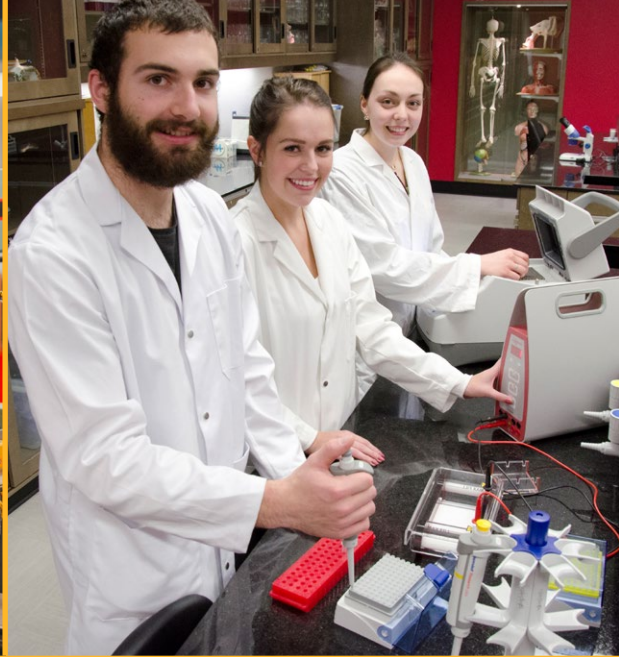
Nous performons comparativement aux prévisions de clientèle nous étant attribuées par le MEES. Nous avons mis en place diverses mesures qui donnent des résultats probants, mais, malgré cela, nous avons de la difficulté à maintenir notre nombre total d'étudiants à son niveau actuel. Des efforts considérables doivent être consacrés pour rencontrer cet enjeu.

La réussite

Recruter, c'est une chose, conserver les étudiants, c'en est une autre. Leurs caractéristiques, combinées aux pressions du milieu, font en sorte que le dossier de la réussite représente un défi important et qui est l'affaire de tous.

La diversification de l'offre

Notre offre est constituée de programmes, de formations créditées ou non, s'adressant aux étudiants du secteur régulier et de la formation continue ou encore à la formation en entreprise. À cela s'ajoutent nos activités parascolaires, périscolaires et de recherche. La gestion, la mise à jour et l'évolution de notre offre s'avèrent à la fois un enjeu, mais également un vecteur important pour contribuer au recrutement et à la réussite.



ENJEU 1 - *Le recrutement*

AXE STRATÉGIQUE	MOYENS	CIBLES
1.1 Le sport	1.1.1 Développer les sports existants pour les rendre plus attrayants pour favoriser le recrutement d'étudiants.	1.1.1 Bonifier nos programmes sportifs existants permettant ainsi de recruter de 25 à 30 étudiants.
	1.1.2 Implanter des équipes sportives au Centre d'études collégiales de Lotbinière pour mieux répondre à la demande des étudiants.	1.1.2.1 Recruter une cinquantaine d'étudiants dans des activités sportives telles que, de manière non exclusive, le hockey féminin, le soccer et le basketball.
	1.1.3 Développer ou adapter nos infrastructures sportives pour appuyer le recrutement d'étudiants.	1.1.3.1 Profiter de la construction d'un complexe sportif pour ajouter de nouvelles disciplines ou de nouvelles équipes dans des équipes existantes et recruter, par le fait même, de 130 à 150 étudiants.
		1.1.3.2 À défaut d'obtenir le complexe sportif, recruter une cinquantaine d'étudiants en louant des plateaux ailleurs qu'au Cégep.
1.2 L'international	1.2.1 Mettre en place un dispositif de recrutement en France en ciblant, notamment, les IUT.	1.2.1 Recevoir, lorsque le travail sera achevé, une cinquantaine d'étudiants en provenance d'IUT lors d'une année scolaire donnée.
	1.2.2 Développer une école de langue qui sera axée sur l'apprentissage du français pour les étudiants internationaux et l'apprentissage d'autres langues pour nos étudiants.	1.2.2.1 Recevoir entre 75 et 100 étudiants par année en francisation.
		1.2.2.2 Avoir près d'une centaine d'étudiants par année inscrits à l'apprentissage d'une autre langue que le français.
	1.2.3 Établir des partenariats permettant d'avoir accès à de nouveaux territoires en matière de recrutement international.	1.2.3.1 Recruter plus d'une centaine d'étudiants à l'enseignement régulier ou à la formation continue.
1.3 Le rayonnement	1.3.1 Mettre en place les infrastructures nécessaires pour projeter une image moderne, positive, attrayante.	1.3.1.1 Faire en sorte que tous nos projets d'infrastructure soient des occasions de rayonner.
		1.3.1.2 Tenir compte du développement durable et des enjeux environnementaux dans nos projets.
	1.3.2 Miser sur divers outils numériques (plateformes, logiciels, médias, etc.) pour moderniser nos pratiques en matière de recrutement et de visibilité.	1.3.2.1 Être reconnu comme un leader dans le réseau collégial au plan de notre positionnement et de notre rayonnement sur les plateformes numériques.
		1.3.2.2 Être en mesure d'évaluer notre performance sur les plateformes numériques et pouvoir appliquer une gestion de type « just-in-time ».
	1.3.3 Augmenter le nombre d'étudiants de la région de Lotbinière qui choisissent le Centre d'études collégiales de Lotbinière.	1.3.3.1 S'assurer d'avoir 75 % et plus des étudiants de Lotbinière inscrits dans un programme de DEC que nous offrons à Lotbinière qui font le choix de fréquenter notre Centre d'études.
1.4 La formation continue, l'innovation et la recherche	1.4.1 Développer des programmes d'attestations d'études collégiales issus de nos programmes de DEC.	1.4.1 Avoir fini de développer l'offre d'ici deux ans et recruter une quinzaine d'étudiants par année.
	1.4.2 Augmenter le nombre de programmes autofinancés, crédités ou non, adaptés aux besoins de notre société et aux créneaux en émergence.	1.4.2.1 Avoir ajouté cinq nouveaux programmes sur une période de cinq ans.
1.5 Le recrutement de personnel	1.5.1 Adapter notre processus de dotation (recrutement, sélection, accueil et intégration du personnel) de manière à répondre à nos besoins dans un contexte de marché du travail en constante évolution.	1.5.1.1 Avoir réalisé une adaptation complète du processus de dotation au cours des deux premières années du plan stratégique.

ENJEU 2 - *La réussite*

AXE STRATÉGIQUE	MOYENS	CIBLES
2.1 Assurer la réussite des étudiants lors de leur première session d'études	2.1.1 Établir un portrait précis des nouveaux étudiants.	2.1.1.1 Avoir, à chaque année scolaire, un portrait précis de tous nos nouveaux étudiants.
	2.1.2 Élaborer des stratégies pédagogiques favorisant la transition des nouveaux étudiants vers les études collégiales.	2.1.2.1 Tenir une journée pédagogique portant sur l'enseignement des méthodes de travail intellectuel.
		2.1.2.2 Tenir des rencontres avec les enseignants du secondaire.
	2.1.3 Moduler le niveau de difficulté de la première session (adaptation progressive).	2.1.3.1 Augmenter le taux de réussite des étudiants en première session.
	2.1.4 Offrir des activités orientantes dans chacun des programmes d'études.	2.1.4.1 Avoir une activité orientante dans chaque programme.
2.2 Maintenir le plus grand nombre d'étudiants aux études dans le but de favoriser leur diplomation	2.2.1 Dépister rapidement les étudiants nécessitant des interventions ou services particuliers et mettre en place les dispositions appropriées.	2.2.1.1 Avoir un système bonifié d'identification des besoins servant ensuite au référencement et à la prise en charge des besoins.
	2.2.2 Développer des stratégies de gestion du stress et de l'anxiété.	2.2.2.1 Tenir minimalement une activité par session issue des stratégies de gestion du stress et d'anxiété qui auront été développées.
	2.2.3 Faire l'évaluation et optimiser les mesures d'encadrement dans les programmes d'études.	2.2.3.1 Avoir une évaluation de chaque mesure d'encadrement en place dans les programmes d'études ainsi qu'un système de mesures mis à jour.
	2.2.4 Poursuivre le déploiement des mesures d'encadrement des étudiants-athlètes.	2.2.4.1 Avoir un taux de réussite supérieur à 80 % dans tous les sports.
		2.2.4.2 Avoir un taux de diplomation supérieur aux sessions correspondantes du précédent plan stratégique.
2.3 Maintenir l'excellence en matière de formation et d'innovation pédagogiques	2.3.1 Maintenir les mesures d'aide dans la valorisation du français.	2.3.1.1 Tenir, à chaque session, un atelier de préparation de l'épreuve uniforme de français.
		2.3.1.2 Avoir réalisé un bilan des pratiques de correction du français dans les programmes d'études.
		2.3.1.3 Avoir un taux de réussite à l'épreuve uniforme du français qui est supérieur au réseau collégial.
	2.3.2 Répertorier les bonnes pratiques de méthodes pédagogiques.	2.3.2.1 Avoir un mécanisme de veille opérationnel qui nous permet de répertorier les meilleures pratiques et innovations pédagogiques pour s'en inspirer.
	2.3.3 Mettre en place une communauté d'échange pédagogique.	2.3.3.1 Avoir une communauté d'échange au plan pédagogique qui est active et fonctionnelle.
	2.3.4 Augmenter le nombre de projets de recherche en pédagogie.	2.3.4.1 Avoir, de manière constante, un projet de recherche pédagogique actif, qu'il soit de petite, moyenne ou grande envergure.

ENJEU 3 - *La diversification de l'offre*

AXE STRATÉGIQUE	MOYENS	CIBLES
3.1 Le développement de la carte de programmes	3.1.1 Demander des autorisations au MEES de dispenser de nouveaux programmes de DEC.	3.1.1.1 Déposer au moins une nouvelle demande pour dispenser de nouveaux programmes sur cinq ans.
	3.1.2 Offrir, en partenariat, des nouveaux programmes de DEC à Thetford ou à Lotbinière.	3.1.2.1 Offrir, en partenariat, deux nouveaux programmes à Thetford ou à Lotbinière.
	3.1.3 Délocaliser des programmes de DEC existants ailleurs sur le territoire québécois.	3.1.3.1 Délocaliser deux programmes du Cégep de Thetford vers d'autres territoires.
	3.1.4 Développer nos programmes existants de manière à accentuer leur attractivité et les arrimer aux enjeux du marché du travail ou des universités.	3.1.4.1 Faire en sorte que, sur une période de cinq ans, tous les programmes de DEC aient été analysés et que des actions aient été ciblées et mises en œuvre pour permettre leur développement et accentuer leur attraction.
	3.1.5 Miser sur la formation à distance pour consolider certains programmes existants.	3.1.5.1 Avoir intégré, en partie ou en totalité, la formation à distance dans les programmes où cela est approprié au plan de leur consolidation et de leur développement.
	3.1.6 Développer une offre de formation créditée et non créditée nous permettant de couvrir des créneaux en émergence.	3.1.6.1 Couvrir au moins deux créneaux considérés en émergence sur une période de cinq ans (formation créditée, non créditée, service aux entreprises, recherche).
	3.1.7 Mettre de l'avant des initiatives pour permettre la consolidation de nos programmes crédités et non crédités.	3.1.7.1 Être reconnu, dans cinq ans, comme un cégep innovant dans ses programmes de DEC, d'AEC et les programmes non crédités. Faire en sorte que cette reconnaissance ait un impact sur les programmes qui mettent en œuvre ces innovations.
3.2 La recherche	3.2.1 Développer un axe de recherche en lien avec le secteur du numérique.	3.2.1.1 Avoir accès à des subventions majeures dans les programmes nationaux sur la base de l'expertise développée dans de plus petits projets de recherche.
	3.2.2 Développer des projets de recherche dans nos champs d'expertise actuellement inexploités.	3.2.2.1 Avoir réussi à déposer des projets de recherche dans de nouveaux domaines, notamment en sciences humaines.
	3.2.3 Mettre en place les conditions permettant à nos CCTT de poursuivre leur développement.	3.2.3.1 Offrir, à la hauteur de nos capacités et de nos obligations, un appui à nos CCTT dans tout projet de développement auquel nous sommes favorables.
3.3 Les ressources	3.3.1 Se doter des infrastructures nécessaires pour nous permettre de diversifier nos activités et de se distinguer.	3.3.1.1 Se doter d'une capacité d'hébergement local correspondant à nos initiatives de recrutement (Thetford et Lotbinière).
		3.3.1.2 Avoir modernisé notre bibliothèque, la salle Promutuel et notre cafétéria (sous réserve d'avoir accès aux fonds appropriés).
	3.3.2 Se doter d'un plan de développement collectif et individuel de toutes les ressources humaines.	3.3.2.1 Avoir un plan de développement pleinement opérationnel au plus tard dans cinq ans.
	3.3.3 Développer un environnement de travail et d'études motivant et stimulant.	3.3.3.1 Réviser le projet de marque employeur et le mettre en œuvre avant la fin de la période d'application du plan stratégique.
		3.3.3.2 Être reconnu à l'externe pour la qualité de l'environnement que nous offrons à nos étudiants.
	3.3.4 Orienter les ressources humaines, matérielles, financières et informationnelles de manière à réaliser la vision et rencontrer les enjeux du plan stratégique.	3.3.4.1 Avoir révisé la séquence annuelle de planification des activités, budgets, effectifs basée sur le plan stratégique.





CÉGEP DE THETFORD

671, boulevard Frontenac Ouest
Thetford Mines (Québec) G6G 1N1

Tél. : 418 338-8591

Tél. sans frais : 1 855 338-8591

WWW.CEGEPHETFORD.CA

.....

CAMPUS DE LOTBINIÈRE

1080, avenue Bergeron
Saint-Agapit (Québec) G0S 1Z0

Tél. sans frais : 1 855 338-8591, poste 236

WWW.CAMPUSLOTBINIERE.CA

MÉCANISME DE RÉVISION DU PLAN STRATÉGIQUE

La révision du plan sera réalisée sur une base annuelle.

La révision du plan se fera sur la base de l'évolution de nos environnements interne et externe.

Des ajustements pourront être apportés pour saisir de nouvelles opportunités ou pour abandonner des créneaux ou des projets peu porteurs.

La révision du plan stratégique doit être réalisée avant le lancement de la planification de l'année suivante.

Dans ce document, le genre masculin est utilisé comme générique dans le seul but de ne pas alourdir le texte.



**Cégep de
Thetford**

