

PLAN D'AMÉLIORATION CONTINUE

ANNÉE SCOLAIRE 2017-2018



École Citadelle



Orientation générale	Améliorer la réussite des élèves en littératie		
Objectif SMART	D'ici 2021, le nombre d'élèves de la 1 ^{re} à la 6 ^e année qui liront à leur niveau scolaire augmentera de 30 %		
Cibles intermédiaires	2018 — Augmentation de 5 %	2019 — Augmentation de 5 %	2020 — Augmentation de 10 %

Moyens	Intervenants	Autres ressources ou appuis	Échéancier	Indicateurs de réussite
Harmoniser la pratique entourant les évaluations des élèves en lecture	<ul style="list-style-type: none"> • Direction • Enseignants 	<ul style="list-style-type: none"> • Conseillers pédagogiques • Trousses GB+ 	<ul style="list-style-type: none"> • Formation sur l'utilisation de la trousse GB+ — Août 2017 • Évaluation GB+ et Café pédagogique — Octobre 2017, février 2018 et juin 2018 • Analyse de la progression des élèves en lecture — Tout au long de l'année 	<ul style="list-style-type: none"> • Tous les enseignants ont participé à la formation sur l'utilisation de la trousse GB+ • Sondage de satisfaction des enseignants • Résultats des évaluations GB+ • Plan d'action (si nécessaire) découlant de l'analyse des résultats
Harmoniser l'utilisation de l'enseignement explicite de stratégies	<ul style="list-style-type: none"> • Direction • Enseignants 	Formation — enseignement explicite	<ul style="list-style-type: none"> • Formation pour l'ensemble du personnel — Août 2017 • CAP pour la planification de la séquence pédagogique — Octobre, décembre, février, avril • Supervision du personnel — Tout au long de l'année 	<ul style="list-style-type: none"> • 100% des enseignants ont participé à la formation • Sondage de satisfaction • Séquence pédagogique • Plan de leçons
Intégrer la philosophie des 5 au quotidien et la méthode CAFÉ à l'apprentissage de la lecture en classe	<ul style="list-style-type: none"> • Direction • Enseignants 	<ul style="list-style-type: none"> • Livres des 5 au quotidien • Formation — 5 au quotidien et méthode CAFÉ 	Intégration des 5 au quotidien et de la méthode CAFÉ — Novembre 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de leçons • Rapport de supervision de la direction
Optimiser le programme de francisation avec une attention particulière aux pratiques pédagogiques sur l'acquisition du langage et de la conscience phonologique	<ul style="list-style-type: none"> • Direction • Enseignants • Personnel de soutien • Communauté scolaire (parents) 	<ul style="list-style-type: none"> • Programme de francisation • Services pédagogiques 	Tout au long l'année	<ul style="list-style-type: none"> • Programme de francisation optimisé • Plan de leçon sur la conscience phonologique • Rapport d'analyse de la progression des élèves avec les paliers de francisation

Orientation générale	Augmenter les inscriptions
Objectif SMART	En septembre 2022, l'inscription sera de 175 élèves, donc une augmentation de 25 %
Cibles intermédiaires	En septembre 2018, il y aura une augmentation de 5 % En septembre 2019, il y aura une augmentation de 10 % En septembre 2020, il y aura une augmentation de 15 % En septembre 2021, il y aura une augmentation de 20 %

Moyens	Intervenants	Autres ressources ou appuis	Échéancier	Indicateurs de réussite
Obtenir le financement pour la construction d'une nouvelle école	<ul style="list-style-type: none"> • Direction • Conseil d'école 	<ul style="list-style-type: none"> • CSCN • Les médias • Le gouvernement 	D'ici 2 ans	Le financement a été accepté
Recruter des familles francophones à Morinville (programme d'Immersion)	<ul style="list-style-type: none"> • Direction • Agent de recrutement 	CSCN	Mars 2018	Nous aurons davantage de familles francophones de Morinville dans notre école
Développer une campagne de publicité pour notre clientèle potentielle (base militaire)	<ul style="list-style-type: none"> • Directions • Conseil d'école • Nos élèves et familles 	<ul style="list-style-type: none"> • CSCN • Agent de recrutement • Les municipalités • ACFA 	Mars 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de la campagne de publicité • Rapport des activités de la campagne de publicité • Le nombre de nouvelles inscriptions