

SOMMAIRE

Colloque de l'APPAC :

- + Un avant-goût de la programmation 2
- + Hébergement 3
- + Conférence d'ouverture 3
- + Avis de recherche 4
- + Tiroir, tiroir, dis-moi qui est le plus plein? 5
- + La fleur didactique 6
- + Petit traité de psychologie du consommateur et facteurs d'influence 7
- + Les 10 femmes les plus puissantes au monde 8
- + Stratégies pédagogiques 9
- + Appel de candidature : Prix APPAC 10

Conseil d'administration

de l'APPAC

- + Réal Petitclerc, président, Cégep Limoilou
- + Luc Déziel, vice-président, Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec
- + Robert L. Simard, trésorier
- + Monique Bettez, Collège d'Alma
- + Martin Boivin, Cégep de St-Félicien
- + Sylvain Girard, Cégep François-Xavier-Garneau
- + Jean-Claude Métivier, Cégep de Victoriaville
- + Josée Robitaille, Cégep de Sainte-Foy

Mise en page : Anne Bourassa

Le mot du président

Tiroir, tiroir, dis-moi qui est le plus plein?

L' introduction de l'approche par compétence au niveau collégial (en 1993) devait révolutionner nos façons de faire. Les élèves allaient devenir plus autonomes, ils seraient dorénavant en construction de savoirs, ils développeraient des compétences pour ultimement faire des transferts d'apprentissage.



Les premières années de l'implantation par compétence ont été réservées aux cours de la formation générale, ainsi qu'à l'appropriation de l'approche proprement dite par les intervenants internes. Puis, les techniques administratives ont été mises à contribution au début des années 2000. Analyse de situation de travail, énoncés de compétence, contexte de réalisation et critères d'évaluation devenaient nos nouveaux principes directeurs.

Qu'en est-il réellement de cette révolution en 2010 ? Avons-nous réellement modifié nos façons de faire ?

... suite page 5

Ne manquez pas le
Colloque 2011 de l'APPAC
les 1^{er}, 2 et 3 juin

THÈME *L'effet papillon*

COLLOQUE de l'APPAC : 1^{er}, 2 et 3 juin 2011

Un avant-goût de la programmation*¹

Par Josée Robitaille et Réal Petitclerc, pour le comité organisateur du colloque

THÈME	TITRE D'ATELIER
Pédagogie	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Entreprises d'entraînement ✚ Les <i>deux chaises</i> : donner voix à chacun des hémisphères de son cerveau pour maximiser ses performances ✚ Le <i>Jeu du réseau</i> : une simulation pour enseigner à la fois la pensée réseau et des concepts de base de gestion ✚ L'enseignement actif ✚ L'évaluation par compétence ✚ Atelier et plénière avec des finissants ✚ Créativité et enseignement ✚ Une simulation de politique générale d'administration [commercial] ✚ Simulation comptable : le coach comptable interactif [commercial]
Programme	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Le défi du recrutement du corps professoral ✚ L'épreuve synthèse de programme ✚ Que faire pour contrer la baisse de la clientèle ? Que faire pour attirer la clientèle ? ✚ Les préalables en mathématiques et le nom des programmes
Didactique	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Normes IFRS-ECF ✚ Révolutionner l'enseignement de la certification et du contrôle interne [commercial]

Coûts (incluant les repas et les collations)

315 \$ avant le 15 avril*

345 \$ entre le 16 avril* et le 15 mai*

375 \$ à partir du 16 mai

** Le rabais est applicable si le paiement est reçu avant cette date.*

Où?

– Collège Shawinigan

Imprimer cette page pour :

– Réserver le budget requis

– Obtenir une autorisation de perfectionnement

¹ La programmation officielle sera disponible en janvier 2011.



Un 5 à 7 à ne pas manquer !

En haut de la tour d'observation

de la **Cité de l'énergie**

COLLOQUE de l'APPAC

Hébergement

Par Luc Déziel, pour le comité organisateur du colloque

L'APPAC a négocié des arrangements avantageux avec trois établissements de Shawinigan au bénéfice des participants au colloque de l'APPAC les 1, 2 et 3 juin prochains. Les nuitées du mercredi 1^{er} et du jeudi 2 juin ont été bloquées pour chaque établissement.

Chaque participant est invité à communiquer le plus tôt possible avec l'établissement choisi pour réserver sa chambre. Vous devez indiquer que vous êtes un participant au colloque de l'APPAC afin d'avoir au tarif préférentiel.

Les dates limites sont indiquées. Le plus tôt vous réservez, mieux ce sera. Après ces dates, les chambres ne seront plus l'exclusivité des participants du colloque de l'APPAC et les tarifs seront plus élevés.

Auberge des Gouverneurs - Shawinigan

http://www.gouverneur.com/fiche.php?hotel_id=10

Téléphone : 1 888 922-1100

Tarif : 89 \$ + taxes

Date limite : 1^{er} mai 2011

Auberge Escapade Inn - Shawinigan

<http://www.aubergeescapade.com/>

Téléphone : 1 800 461-6911

Tarif : 78 \$ ou plus selon la catégorie de chambre + taxes

Petit déjeuner complet inclus

Date limite : 15 mars 2011

Comfort Inn – Shawinigan

<http://www.comfortinn.com/hotel-shawinigan-canada-CN370>

Téléphone : 1 866 400-4087

Tarif : 89 \$ + taxes

Petit déjeuner continental inclus

Date limite : 1^{er} mai 2011

Conférence d'ouverture

En conférence d'ouverture du colloque de l'APPAC, le jeudi 1^{er} juin 2011, le comité organisateur du colloque est très heureux de vous offrir une conférence des plus inspirantes.

Nous savons ce qu'un simple geste de la part d'un professeur peut provoquer dans la vie d'un élève. Osons-nous questionner ce qu'un simple geste de la part d'un élève peut provoquer dans la vie d'un professeur ? Une parole ou une attitude qui peut changer la perspective d'un professeur envers son élève et surtout envers l'enseignement. Parfois, sans le savoir, l'élève dispose d'un énorme pouvoir, celui de nous démotiver. Lui donnons-nous ? Devons-nous jouer à l'invincible dans certains contextes ? Que dire de l'épreuve du temps ? Comment donc comprendre et toucher encore plus finement toute cette mécanique de la mobilisation et du sens de notre travail ?

Avec Robert Bouchard, notre conférencier, nous prendrons le temps d'examiner quelques pistes pour entretenir la motivation et le sens.

Robert Bouchard a une belle et longue carrière derrière lui – et certainement devant lui. On pourrait presque dire que de chenille, il est devenu papillon ! En effet, il est membre du barreau depuis 1978 et, aujourd'hui, président et membre fondateur du Groupe Conscientia inc. Avant cela, j'ai eu le plaisir de connaître Robert comme collègue de travail alors qu'il enseignait au Cégep Limoilou.

Robert Bouchard est médiateur et formateur certifié en communication non violente (CNV) ou communication consciente) selon l'approche de Marshall B. Rosenberg. L'Université Laval fait appel à ses services pour des sessions en CNV et en gestion de conflits. Il est également membre de l'International Coach Federation, ce qui constitue la plus haute distinction professionnelle pour un coach.

Surtout, Robert Bouchard est persuadé de l'impact immense d'une parole... d'un geste... d'une attitude... d'une intention... en somme, du battement d'aile d'un papillon !



AVIS DE RECHERCHE

L' Association professionnelle des professeurs et professeures en administration au collégial (APPAC) lance un **appel de communications** en vue de son prochain colloque qui aura lieu au Collège Shawinigan les 1, 2 et 3 juin 2011, sous le thème de « **L'effet papillon** ».

Comme c'est maintenant notre habitude, ce thème sera exploité sous trois grandes catégories d'ateliers :

- ✚ **Des ateliers pédagogiques** dans lesquels on y traitera des nouvelles approches en enseignement et en évaluation;
- ✚ **Des ateliers didactiques** où seront présentés les nouvelles parutions, les nouveaux outils didactiques et les nouveaux trucs;
- ✚ **Des ateliers-programmes** dans lesquels nous y discuterons des enjeux globaux de nos programmes (clientèle, renouvellement des effectifs, etc.).

Nous vous rappelons que ces ateliers doivent être présentés dans le but de partager et de promouvoir l'enseignement des techniques administratives dans le réseau. Toutefois, il est aussi possible de présenter un atelier dont l'objectif pourrait être à des fins commerciales (promotion d'un livre, d'un logiciel, d'une simulation, d'un appareil technique, etc.). Dans ce cas, nous indiquerions tout simplement qu'il s'agit d'un atelier dont un des objectifs pourrait être à caractère commercial.

Vous avez des propositions d'ateliers, vous voulez vous impliquer pour animer un atelier ou une table ronde, votre initiative sera très appréciée.

Les membres du comité organisateur sollicitent votre implication afin que ce colloque reflète une image actualisée et précise des tendances qui se dessinent dans l'enseignement des techniques administratives qui, avouons-le, a bien évolué au cours des dernières années.

Vous avez des propositions d'ateliers, vous voulez vous impliquer pour animer un atelier ou une table ronde, votre initiative sera très appréciée.

Le comité organisateur souhaite donc recevoir, **avant le 31 octobre prochain**, les propositions de toutes les personnes intéressées à venir partager leurs expériences et leurs réflexions. Nous vous invitons à acheminer vos propositions au président de l'APPAC, Réal Petitclerc à l'adresse courriel suivante :

real.petitclerc@appac.qc.ca



Tiroir, tiroir, dis-moi qui est le plus plein?

[suite de la page 1]

Mon premier constat se fait du côté des politiques institutionnelles d'évaluation des apprentissages. Dans mon cégep, nous sommes sur le point d'adopter une politique compatible à l'approche par compétence et il semble que nous soyons en avance sur l'ensemble du réseau. C'est un premier indice plutôt évident que l'approche par compétence n'est pas complètement intégrée dans la pratique de l'enseignement dans le réseau collégial.

Mon second constat se fait du côté des cheminements scolaires comme les « DEC + Bac » qui sont nettement en conflit avec le libellé de nos programmes. D'une part, les programmes ministériels mettent l'accent sur le développement de capacités, alors que les universités insistent sur les savoirs et les connaissances. Comment vivons-nous avec cette dualité alors que nos élèves optent pour un ou l'autre de ces cheminements ?

Enfin, mon troisième constat se tourne du côté de la pratique courante actuelle. Bon an, mal an, je suis appelé à intervenir dans trois ou quatre institutions collégiales à titre de conseiller en stratégies pédagogiques. Jumelé aux témoignages des rencontres (plus qu'intéressantes !) des membres de l'APPAC lors de nos colloques, je suis en contact avec plusieurs praticiens de l'enseignement des techniques administratives au collégial. Si je dois avouer être épaté par la pratique et les innovations de certaines ou de certains collèges, je suis aussi obligé d'avouer que l'approche par compétence n'a pas été intégrée dans la pratique professionnelle de toutes et de tous.

Je constate malheureusement que les contenus demeurent « rois et maîtres » dans plusieurs institutions. On privilégie les savoirs et les connaissances aux capacités et aux transferts d'apprentissages. Pire encore, plusieurs contextes de réalisations ne sont pas respectés et les critères de performances sont souvent négligés. Je constate malheureusement que l'enseignement par tiroir est toujours bien ancré dans nos pratiques. Qui plus est, on veut s'assurer de tout dire et de ne rien oublier ! En fait, c'est ce type de pratique qui a inspiré le titre de cet article.

Vous aurez compris que l'objectif de mon intervention n'est pas de critiquer certaines façons de faire, mais plutôt de vous ouvrir vers de nouvelles pratiques pédagogiques. Lorsque bien maîtrisée, l'approche par compétence nous offre de multiples possibilités d'expérimentations plus motivantes les unes que les autres. De plus, elle nous permet de mieux suivre l'évolution des apprentissages de nos élèves, ce qui

change littéralement la relation enseignant/élève. Une complicité s'installe entre les élèves et l'enseignant et, à elle seule, cette relation peut entraîner une satisfaction du devoir accompli et une fierté à la source d'une nouvelle motivation professionnelle.

En fait, c'est un peu comme... L'effet papillon ! Vous modifiez votre façon de faire et la réponse est positive. Cette réponse positive entraîne chez vous un sentiment de réussite et vous poussez plus loin votre expérimentation. À son tour... Je vous laisse deviner la suite !

Bref, vous devinez maintenant que tout ce baratin a pour but de vous présenter les grandes lignes de notre prochain colloque : pédagogie active, approches constructiviste, socioconstructiviste ou humaniste, évaluation par compétence, créativité, styles d'apprenants, les types d'intelligences, etc. Autant de thèmes qui seront abordés lors du prochain colloque.

Allez-y, ouvrez vos horizons ! Osez ! Vous ne serez pas déçus, je vous l'assure...

Réal Petitclerc, président

AVIS DE RECHERCHE

Vous connaissez des professionnels dans le monde de la gestion de commerces ou des produits de services financiers ?

L'APPAC recherche des professionnels intéressés à faire connaître leurs attentes par rapport aux finissants des techniques collégiales en administration.

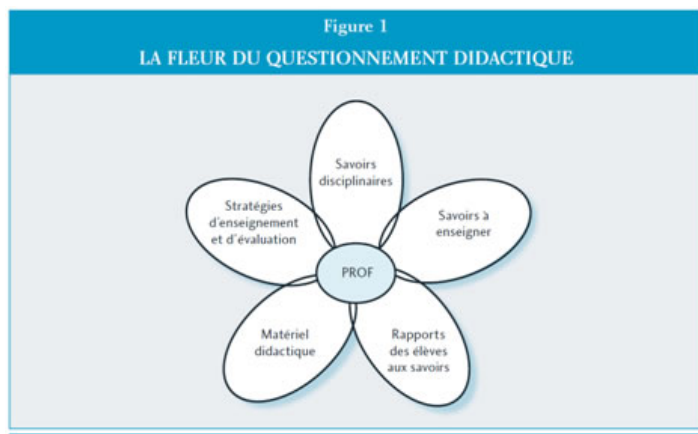
Nous aimerions publier une série d'articles présentant les fonctions de travail, les tâches ou les contextes de réalisation de nos finissantes et finissants en milieu de travail. Quelles sont les habilités attendues dans chaque secteur d'activités ? Quelles compétences doivent être maîtrisées ?

Ça vous intéresse ou vous connaissez quelqu'un que nous pourrions solliciter, écrivez-moi à real.petitclerc@climoilou.qc.ca.

La fleur didactique

Article proposé par Josée Robitaille, enseignante au Cégep de Sainte-Foy

Cet article fait suite à un texte paru dans le journal de l'APPAC en mars 2010, écrit par Lise Lapierre, conseillère pédagogique chez Performa. Nous y poursuivons la réflexion sur les cinq pédales de la fleur du questionnement didactique.



CHOISIR DES CONTENUS RECONNUS ET PERTINENTS : UN GESTE PROFESSIONNEL DIDACTIQUE MAJEUR

Par NICOLE BIZIER, conseillère pédagogique du Cégep de Sherbrooke

LE RÉPERTOIRE DE SAVOIRS DE L'ENSEIGNANT : SES RÉFÉRENCES

L'entrée correspond aux savoirs disciplinaires et aux savoirs spécialisés ou professionnels des enseignants.

Le premier pétale ou l'entrée 1 réfère aux savoirs que possède l'enseignant sur sa matière. On se rappelle que les savoirs sont de nature disciplinaire ou professionnelle. Outre les savoirs savants ou disciplinaires, le répertoire des enseignants contient des pratiques liées soit à la discipline ou à la profession. Cette entrée dans le questionnement didactique correspond à l'authenticité des savoirs présents dans le répertoire de l'enseignant.

L'analyse des savoirs pour l'entrée 1 doit permettre de répondre à des questions telles que :

- ✚ Quels sont les développements récents dans ma discipline ou ma profession ? Par exemple, en économie, quels sont les impacts de la mondialisation sur les inégalités sociales et le développement des états ?
- ✚ D'où vient telle notion, pratique ou application ? Par exemple, en économie, d'où provient l'usage de la notion de produit intérieur brut ?
- ✚ Ces savoirs sont-ils reconnus ? Par qui ? Quelle en est la valeur ? Par exemple, en soins infirmiers, quelles sont les recherches qui ont amené un changement de traitement des plaies de pression ? Par qui ont-elles été menées ? Les résultats sont-ils probants ?

Ce questionnement didactique fait appel aux sources des savoirs et il exige que l'enseignant s'assure que la valeur de ces savoirs et de ces pratiques fait consensus chez les groupes d'experts de sa discipline ou de sa profession. Comme le répertoire des savoirs des enseignants sert de base aux choix des contenus à enseigner, il est d'autant plus important que les savoirs que ceux-ci détiennent soient valides. Compte tenu de l'évolution rapide des savoirs, l'enseignant doit être en mesure de situer et de valider les savoirs et les références qu'il utilise pour faire des choix de contenus, pertinents au programme et aux cours dans lesquels il intervient, parmi l'ensemble des savoirs disciplinaires ou professionnels qu'il possède.

Source :

La métaphore de la fleur didactique se retrouve dans le *Guide d'accompagnement du cours DID 868* à l'intention des répondantes et répondant locaux PERFORMA, Sherbrooke, 2007, point 4.1.

http://www.aqpc.qc.ca/UserFiles/File/pedagogie_collegiale/Bizier.pdf

Petit traité de psychologie du consommateur et facteurs d'influence

Article proposé par Luc Déziel, vice-président de l'APPAC et enseignant à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec

Influencer la décision d'un consommateur ne relève pas de la chance ou de la magie, c'est scientifique! Le consommateur est un être complexe et imprévisible. Quels stratagèmes utiliser pour tenter d'influencer ses décisions? Quels sont les arguments les plus convaincants?

La nature humaine étant ce qu'elle est...

Le comportement du consommateur est un vaste sujet d'étude. Une multitude de facteurs peuvent influencer le processus décisionnel du consommateur (son âge, sa culture, sa personnalité, son style de vie, son éducation, le type de produit, le prix, la publicité, etc.). Comment raisonne-t-il quand il prend une décision?

La nature humaine étant ainsi faite, le consommateur peut, parfois difficilement, expliquer ses actions de façon consciente ou rationnelle. Il adopte certains comportements innés ou induits par des normes sociales, il prend des raccourcis ou réagit de façon automatique.

Robert B. Cialdini a passé une trentaine d'années à étudier les facteurs influençant le comportement du consommateur alors qu'il était professeur au département de psychologie à l'Arizona State University. Auteur reconnu sur le sujet, Cialdini a déterminé six grands principes qui modèlent le comportement du consommateur.

Les six armes d'influence de Cialdini

La réciprocité

On se sent redevable envers une personne qui nous donne un cadeau, qui nous rend un service ou qui nous porte une attention particulière. Un sentiment de culpabilité s'installe lorsque l'on reçoit et que l'on ne donne rien en retour.

Pour persuader les gens de répondre à un sondage marketing, une note autocollante (post-it) manuscrite a été envoyée avec le sondage à un tiers de l'échantillon, un autre tiers a reçu une note autocollante laissée volontairement en blanc dans le but d'attirer l'attention et le dernier tiers, aucune note. Résultats : le taux de réponse du groupe ayant reçu la note manuscrite a été de 69% – les réponses ont été jugées de meilleure qualité, les gens ayant été sensibles à l'attention qu'on leur avait portée –, celui de la note laissée en blanc, 43%, et l'absence de note, 34%.

La réciprocité explique pourquoi offrir une gratuité, un échantillon, un cadeau, une information privilégiée, une expérience hors du commun, une attention particulière,

de l'aide ou encore poser un geste inattendu incite le client, qui se sent redevable, à revenir dans un établissement, à acheter un produit, à donner un meilleur pourboire... C'est donnant, donnant et vous avez avantage à faire les premiers pas.

L'engagement et la cohérence

Engagement rime avec cohérence. Ceci est d'autant plus vrai chez les personnes plus âgées. Une fois qu'une personne s'est engagée, elle reste habituellement cohérente avec son engagement. On peut en tirer profit de multiples façons :

En demandant au consommateur, lors d'un concours, de parler d'un produit, de décrire ses qualités, ce qui l'amène en quelque sorte à mieux le découvrir, à renforcer son adhésion au produit et, en se prononçant publiquement, il devient difficile pour lui de faire marche arrière;

Avec la tactique du pied dans la porte, on demande un petit engagement pour finalement en demander un plus grand;

En trouvant l'argument qui supprimera toute hésitation chez le consommateur, car ce dernier est plus enclin à s'engager lorsqu'on énonce des valeurs auxquelles il adhère.

La norme sociale

Norme sociale et similarité font la paire. Si tout le monde le fait... Dans des cas d'incertitude, de situation confuse ou ambiguë, le consommateur s'en remet aux autres pour savoir quelle conduite adopter, pour prendre une décision ou pour juger si un comportement est acceptable ou non. Ceci est d'autant plus vrai lorsque le consommateur s'identifie à un groupe d'individus, se reconnaît en eux. En suivant les autres, cela lui permet d'agir avec assurance et tranquillité sans avoir à peser tous les avantages et les inconvénients de sa décision. C'est pourquoi le témoignage de clients satisfaits démontre au consommateur que des gens comme lui ont aimé le produit ou le service, ce qui le rassurera et l'incitera à faire de même. Pour jouer la carte de la similarité, l'entreprise peut tenter de cibler quelques membres clés pour qu'à leur tour, ils influencent leurs proches.

Le barman déposera volontairement la monnaie sur le comptoir, pour indiquer que des clients l'ont déjà fait, ce qui amène subtilement les autres à laisser un pourboire. Une file d'attente est synonyme de popularité et les boîtes de nuit en créent volontairement devant l'entrée pour persuader les gens de leur renommée. De même, un restaurant achalandé est identifié comme étant un bon

établissement et attire toujours plus de gens alors qu'inversement, un restaurant désert soulève le doute. Les publicités où l'on affiche «Ventes record», «2000 clients l'ont essayé» ou dire qu'un voyage se vend très bien s'appuient sur ce principe.

La sympathie

Avoir un penchant pour... une personne que l'on apprécie, que l'on respecte, à laquelle on s'identifie, avec qui l'on a quelque chose en commun ou avec qui il s'établit une connivence aura un plus grand effet de persuasion sur nous. En effet, le consommateur est plus vulnérable devant les personnes qui lui sont sympathiques ou qui sont physiquement attrayantes. Si en plus elles le complimentent, alors là, c'est gagné d'avance!

Même nom, même lieu de naissance, mêmes goûts, même tenue vestimentaire... L'envoi d'un sondage signé par une personne portant le même nom ou un nom similaire à la personne sondée a obtenu un plus fort taux de réponse (56%) que les sondages signés avec des noms différents (30%). On essaie alors de bien connaître son public cible, d'accumuler des renseignements sur les clients et on recherche des affinités avec eux.

L'autorité

Un titre, un diplôme, un uniforme, un expert, un leader, des accessoires (vêtements griffés, voiture de luxe), un élément qui témoigne de la compétence, de la qualification ou de la connaissance dans un domaine... ces «symboles» guident le consommateur, souvent pris au dépourvu. En général, il respecte l'autorité et il s'en remet à l'avis des experts.

La rareté

Selon la théorie économique de l'offre et de la demande, si un produit est rare, il a d'autant plus de valeur aux yeux du consommateur. En outre, la notion de compétition pour obtenir un produit exacerbe le désir de l'acquérir.

Si votre offre est vraiment unique, il faut mettre l'accent sur ses caractéristiques uniques pour accroître la perception de rareté. Des expressions qui laissent entrevoir une perte potentielle pour le consommateur telles que «ne manquez pas la chance de», «voici ce que vous manquerez», «l'offre se termine le», «quantité limitée» sont généralement efficaces.

Cialdini souligne toutefois qu'il ne faut surtout pas utiliser ces stratégies pour bernier le consommateur, car, à long terme, cela est nocif pour l'entreprise. Il propose de tirer profit de ces comportements dans l'optique d'une utilisation positive.

Source : Michèle Laliberté, Réseau de veille en tourisme (RVT), Chaire de tourisme Transat, ESG UQÀM, 20 septembre 2010.

Les 10 femmes les plus puissantes au monde

Article proposé par Luc Déziel, vice-président de l'APPAC, enseignant à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec



1.
Michelle Obama
Première dame des États-Unis



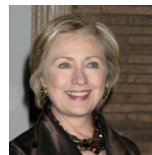
2.
Irene Rosenfield
PDG des Aliments Kraft



3.
Oprah Winfrey
Animatrice à la télévision



4.
Angela Merkel
Chancelière en Allemagne



5.
Hilary Clinton
Secrétaire d'État aux États-Unis



6.
Indra Nooyi
PDG de PepsiCo



7.
Lady Gaga
Chanteuse



8.
Gail Kelly
PDG de Westpac aux États-Unis



9.
Beyoncé Knowles
Chanteuse



10.
Ellen DeGeneres
Animatrice à la télévision

Source : www.forbes.com, 21 novembre 2010.

Stratégies pédagogiques

Article proposé par Réal Petitclerc, président de l'APPAC et enseignant au Cégep Limoilou

Au cégep Limoilou, nous avons la chance de recevoir un bulletin pédagogique toutes les semaines. Son objectif est de nous maintenir à jour sur les occasions de perfectionnement et sur les nouveautés en matière de pédagogie.

Le mois dernier, nous y avons reçu cet article et j'ai cru bon de le partager avec vous...

Quelles stratégies d'étude enseignez-vous à vos étudiantes et étudiants?

Un article paru récemment dans le *New York Times* démontre la fausseté d'un certain nombre de conseils fréquemment transmis au sujet de l'étude. L'apport de recherches récentes? Non, plutôt les résultats d'investigations et d'expériences conduites et reprises depuis une trentaine d'années, mais dont la diffusion n'a pas significativement modifié les croyances.

Voici quelques conseils infirmés par des études scientifiques et des recommandations plus appropriées.

La mise en pratique combinée de ces trois recommandations a un effet déterminant sur l'apprentissage, le rendant à la fois solide et durable.

Source :

¹ Carey, Benedict, « Forget What You Know About Good Study Habits », *New York Times*, 6 septembre 2010.

Conseil habituel	Étudiez toujours au même endroit, propice à la concentration.
Recommandation	Diversifiez les lieux d'étude.
Explication	La variation des lieux d'étude accroît la mémorisation, le cerveau associant les objets d'étude et les sensations provoquées par l'environnement. La multiplicité des associations établies avec un même objet de connaissance enrichit son processus d'acquisition et favorise sa mémorisation à long terme.

Conseil habituel	Effectuez une longue période d'exercices ou d'étude de même type.
Recommandation	Travaillez dans une même séance, de façon alternée, plusieurs habiletés reliées.
Explication	L'alternance provoque un apprentissage plus approfondi, implique une activité intellectuelle continuelle plutôt que l'application répétitive et irréfléchie d'une stratégie ou la reconnaissance mécanique des mêmes traits superficiels.

Conseil habituel	Préparez-vous à un examen au moins une semaine à l'avance.
Recommandation	Étudiez et pratiquez chaque jour, même brièvement.
Explication	La fréquence et l'étalement obligent le rappel des éléments d'apprentissage, facilitent l'accès à ceux-ci, provoquent leur réappropriation et contribuent ainsi à la structuration et à l'intégration des savoirs. C'est pourquoi l'évaluation dite continue des objets essentiels d'apprentissage d'un cours ou leur évaluation formative fréquente sont des stratégies qui servent les visées d'intégration et de compétence.

APPEL DE CANDIDATURES

RECONNAISSANCE DES RÉALISATIONS

OU DE L'ENGAGEMENT

D'UN ENSEIGNANT OU D'UNE ENSEIGNANTE

PRIX

APPAC

Connaissez-vous un collègue s'étant démarqué par ses innovations,
son engagement à notre collectivité ?

Nous vous offrons l'occasion de souligner son apport à la pédagogie collégiale !

Formulaire d'inscription

Votre nom _____

Votre courriel _____

Le nom du collègue recommandé _____

Son courriel _____

Collège/cégep _____ Enseignant actif () retraité ()

En quelques mots, décrivez-nous sa contribution ou son engagement à la pédagogie collégiale.

Vous pouvez joindre un document à ce formulaire afin de promouvoir la candidature de votre collègue.

Faites parvenir ce formulaire à real.petitclerc@appac.qc.ca d'ici le 31 janvier 2011.

La remise du prix honorifique aura lieu lors du colloque,
durant la soirée du 2 juin 2011, au Collège Shawinigan