

DIRECTIVES POUR LE REGLEMENT D'EXAMEN

**Examen professionnel supérieur du manager en publications avec diplôme fédérale (DF)**

du 26 août 2009

---

Table des matières

**A        INFORMATIONS GÉNÉRALES**

- 1        Buts et positionnement de l'examen
- 2        Admission
- 3        Préparation
- 4        Inscription

**B        NIVEAUX TAXONOMIQUES**

**C        EPREUVES ET EXIGENCES**

- 1        Economie d'entreprise
- 2        Gestion du personnel
- 3        Marketing
- 4        Gestion de projets (cas d'étude)

**D        ANNEXE**

- 1        Adresses des associations responsables
- 2        Adresse du secrétariat d'examen

## **A        INFORMATIONS GÉNÉRALES**

La présente directive sert de complément et de guide explicatif au règlement d'examen professionnel supérieur du manager en publications DF.

### **1        Buts et positionnement de l'examen**

Par l'examen professionnel supérieur, des personnes justifiant de bonnes prédispositions ont la possibilité d'approfondir leurs connaissances professionnelles et spécifiques dans les domaines économie d'entreprise, gestion de projets, gestion du personnel et marketing. A la fin de la formation, les titulaires sont capables de gérer ou de vendre des projets clients complexes.

L'attestation de compétences par l'examen professionnel supérieur du manager en publications DF concerne la capacité de lier des tâches complexes et stratégiques. Par l'accroissement des compétences sociales et personnelles, les titulaires sont en mesure d'assumer des fonctions d'encadrement supérieures.

### **2        Admission**

**Les conditions d'admission sont décrites à l'art. 3.3 du règlement d'examen.**

3.31 Sont admis à l'examen, les titulaires d'un brevet fédéral ou d'une qualification jugée équivalente et pouvant justifier suite à une formation initiale d'une durée de trois ans au minimum d'une pratique professionnelle de trois ans au moins dans le domaine de la communication médias.

Les candidats sont admis sous réserve du paiement de la taxe d'examen selon le ch. 3.41 dans les délais.

3.32 L'OFFT décide de l'équivalence des certificats et des diplômes étrangers.

3.33 La décision concernant l'admission à l'examen est communiquée par écrit aux candidats au moins trois mois avant le début de l'examen. Les décisions négatives indiquent les motifs et les voies de droit.

### **3        Préparation**

En règle générale, les candidats qui répondent aux exigences selon art. 3.3 du règlement d'examen, ont suivi les cours préparatoires à l'examen professionnel supérieur du manager en publications DF.

Cependant, les candidats sont libres d'acquérir les compétences nécessaires de manière autodidactique. Le suivi d'un cours préparatoire n'est pas obligatoire, mais il est fortement recommandé en regard des exigences élevées et du lien avec la pratique de cet examen exigent.

### **4        Inscription à l'examen professionnel supérieur**

L'inscription comportant les documents décrits sous chiffre 3.2 du règlement d'examen est à adresser par lettre signature au secrétariat d'examen. L'adresse est précisée en annexe. La période de préparation à l'examen est comptée dans les années de pratique exigées. Les délais d'inscription font foi. La décision d'admission est communiquée aux candidats par écrit. Dès ce moment, le paiement de la taxe d'examen selon chiffre 3.4 du règlement d'examen devient exécutoire. Les candidats reçoivent 3 semaines au moins avant le début de l'examen des informations détaillées concernant son organisation et les moyens auxiliaires autorisés.

## B NIVEAUX TAXONOMIQUES

### Objectifs généraux

Quatre objectifs généraux décrivent les domaines thématiques du règlement d'examen de spécialiste en médias DF. En outre, ils indiquent la raison pour laquelle ces domaines thématiques sont importants pour l'examen professionnel supérieur du manager en publications DF.

### Objectifs évaluateurs

Les objectifs évaluateurs décrivent chacune des compétences avec leur niveau de taxonomie selon B.S. Bloom. Dans le modèle des niveaux cognitifs, chaque niveau comprend les contenus de tous les niveaux inférieurs.

Niveau	Désignation	Mots clés
C1	Connaissance	Observe et se souvient de l'information. Arrange, définit, décrit, associe, ordonne, retient, nomme, note, répète, Qui? Quoi? Quand? Où? Question.
C2	Compréhension	Comprend l'information et en saisit le sens. Altère, change, classifie, définit dans ses propres mots, discute, explique, donne des exemples, traduit, etc.
C3	Application	Utilise l'information et utilise des méthodes. Applique, calcule, construit, pratique Combien? Lequel? Que? Qu'est-ce que cela est? Écrit un exemple d'une question.
C4	Analyse	Voit des modèles et organise les parties. Analyse, évalue, catégorise, compare, conclue, contraste, critique, Pose un diagnostic, différencie, etc. Pourquoi?
C5	Synthèse	Utilise de vieilles idées pour en créer de nouvelles. Assemble, compose, crée, améliore, synthétise, Et si, etc. Comment pouvons-nous nous améliorer? Qu'est-ce qui arriverait si? Comment pouvons-nous résoudre ? Questions.
C6	Evaluation	Compare et discrimine les idées. Évalue, argumente, choisit, certifie, critique, décide, déduit, défend, distingue, évalue, recommande, etc.

## C EPREUVES ET EXIGENCES

Le chiffre 5 du règlement d'examen décrit l'envergure des épreuves.

Epreuve	Écrit	Oral	Pondération
1 Economie d'entreprise	2½ h	½ h	3
2 Gestion du personnel	2½ h	½ h	3
3 Marketing	2½ h	½ h	3
4 Gestion de projet (cas d'étude)	9 h	½ h	6
Total	16½ h	2 h	

Pour les branches d'examen 1-3, la partie écrite compte double et la partie orale simple.  
Pour la branche d'examen 4, la partie écrite compte quadruple et la partie orale double.

## **1 Branche économie d'entreprise**

### **Objectif général**

Les managers en publications DF disposent des compétences nécessaires en économie d'entreprise pour préparer des décisions de politique d'entreprise et pour accompagner activement leur mise en application.

### **Objectifs évaluateurs**

#### **1.1 Politique d'entreprise**

- Expliquer l'objectif d'une politique d'entreprise
- Interpréter la philosophie d'une entreprise, et en déduire les comportements à adopter ainsi que les résultats escomptés pour son domaine de responsabilités
- Définir et appliquer des principes éthiques
- Connaître et appliquer des codes de comportement

#### **1.2 Organisation processus**

##### **1.2.1 Notions fondamentales**

- Expliquer et décrire la notion d'organisation
- Montrer et expliquer les buts et la mission d'une entreprise
- Démontrer le comportement dans le système du marché
- Expliquer l'origine et la finalité de l'orientation processus
- Comprendre les modèles et les concepts de gestion et des théories processus modernes
- Connaître la définition des concepts et de l'organisation processus
- Comprendre l'entreprise en tant qu'organisation processus

##### **1.2.2 Instruments de l'organisation processus**

- Identifier les innovations et proposer des optimisations
- Connaître et appliquer des instruments de vente
- Définir et appliquer des processus technologiques/opérationnels
- Définir et appliquer des procédés administratifs
- Déterminer et appliquer les processus d'information
- Elaborer le processus d'investissement (planification d'investissement, évaluation, rentabilité, évaluation de variantes, proposition d'investissement)

#### **1.3 Comptabilité**

- Décrire les structures de la comptabilité et de la comptabilité financière

##### **1.3.1 Bases fondamentales**

- Citer les interactions entre la comptabilité et de la comptabilité financière et énumérer des différences importantes
- Être capable de différencier entre charges, coûts et prix

##### **1.3.2 Bilan**

- Expliquer la structure et la présentation du bilan
- Lire et interpréter un bilan

##### **1.3.3 Décompte d'exploitation**

- Expliquer la structure et la présentation d'un décompte d'exploitation
- Interpréter un décompte d'exploitation

**1.3.4 Recherche de ratios et analyse**

- Enumérer les buts des ratios
- Recherche et interprétation de ratios, définir un plan d'actions

**1.3.5 Coûts et facturation des prestations**

- Facultés à expliquer le calcul des coûts
- Expliquer la structure des coûts de facturation
- Expliquer le fonctionnement des coûts de facturation
- Analyser les coûts de facturation et les interpréter

**1.3.6 Mise en place de différents systèmes d'exploitation**

- Définir les délais
- Maîtriser les coûts des prestations
- Définir les méthodes de gestion du temps
- Evaluer et interpréter les données statistiques

**1.3.7 Calculation**

- Appliquer le système de calculation
- Influence des facteurs de production dans le procédé de fabrication
- Créer la base de calculation

**1.3.8 Tarification**

- Comprendre les liens entre les coûts effectifs et les prix sur le marché
- Evaluer et connaître la limite minimale des offres de prix
- Créer une liste d'arguments de vente pour les discussions avec les clients

**1.3.9 Coûts, performance et technologie**

- Expliquer l'interface client - fournisseur
- Evaluer les coûts technologiques et de services
- Evaluer et interpréter la rentabilité et celle des coûts

## 2 Examen de la partie gestion des ressources humaines

### Objectif général

Les Managers en publications DF connaissent les différents aspects environnementaux et la gestion des ressources humaines. Ils sont en mesure, en tant que collaborateurs, de planifier et de motiver le personnel. Ils connaissent le processus d'organisation du travail et la gestion du personnel. Ils connaissent les méthodes d'optimisation au niveau de la communication interne et l'appliquent.

### Objectifs évaluateurs

#### 2.1 Directives de base

##### Exécution des tâches

- Citer les principales fonctions et les appliquer de façon interactive
- Citer les principaux éléments de l'autorité et les appliquer dans des situations concrètes
- Décrire différentes formes de gestion et les appliquer par le biais d'exemples
- Expliquer comment les ressources humaines peuvent influencer de façon positive ou négative sur la motivation
- Décrire les avantages, limites et ressources du travail d'équipe
- Démontrer les activités de l'équipe de formation, de promotion
- Détecter les situations de conflits et les temporiser
- Décrire les différentes possibilités de répartition des tâches et déléguer les responsabilités

##### Droit du personnel

- Connaître la systématique du droit suisse sur le travail
- Expliquer et différencier le droit du travail public ou privé
- Expliquer et différencier les obligations et les dispositions du droit
- Evaluation quotidienne d'affaires juridiques simples
- Enumérer et expliquer les principales dispositions du droit de personne dans le secteur graphique par ordre d'importance

##### Promotion des collaborateurs

- Donner un feedback correct
- Définir les besoins et les capacités des collaborateurs et les soutenir dans leurs démarches personnelles et leurs performances
- Préparer et mener à bien l'évaluation personnelle du collaborateur
- Interpréter de façon conforme les besoins et les capacités des collaborateurs
- Mener à bien les plans personnel, de succession et de formation continue
- Montrer les possibilités de promotion de l'individu dans son domaine et relever le travail personnel du collaborateur
- Evaluation de la place de travail et de ses fonctions

#### 2.2 Organigramme/description du poste

##### Créer et appliquer les moyens d'aide pour l'organisation

- organigramme
- Diagramme de fonctionnement
- Description du poste

### 2.3 Techniques de gestion

#### Evaluation

- Préparer, exécuter et interpréter un entretien ciblé d'évaluation, de promotion ou de conflits

#### Technique de travail personnelle

- Propre technique de travail avec des méthodes efficaces à court, moyen et long termes
- Explication des principales méthodes d'organisation du travail et énumération de ses engagements

#### L'homme et sa personnalité

- Démontrer l'influence sur le développement de la personnalité et connaître ses propres caractéristiques

#### Délégation

- Connaître le concept de délégation comme moyen de gestion
- Connaître et expliquer les conditions de délégation
- Expliquer le degré de délégation
- Contrôler l'efficacité de l'exécution

### 2.4 Outils de gestion

#### Réunion de la direction

- Préparer, conduire et évaluer les objectifs d'une réunion efficace afin de régler les problèmes et la manière de gérer les tâches

#### Définition des objectifs

#### Appliquer les moyens de controlling

- Evolution des contrôles
- Rapports de travail
- Listes

#### Note

- Sondages/Feedback

### 2.5 Communication/ rhétorique

- Appliquer le respect et le droit à la parole lors de l'entretien personnel
- Gestes et attitudes
- Tactiques et gestion des négociations
- Elaborer et diriger les entretiens afin d'obtenir des déclarations

#### Présentation

- Préparation
- Structuration des thèmes
- Clarté des rapports
- Ciblé l'utilisation de la présentation des moyens de secours
- Prise en charge des participants
- Répondre à l'auditoire

#### Information

- Appliquer les principaux supports informatiques internes
- Préparer et diffuser une information ciblée

### 3 Examen de la branche marketing

#### Objectif général

Les managers en publications DF disposent d'une bonne connaissance des méthodes et des techniques des instruments de la politique de distribution, les identifient sur la base des besoins du marché et les appliquent économiquement et durablement.

Les managers en publications DF se distinguent par leur compétence élevée dans les domaines de la communication, du conseil et de la vente. Ils détectent les besoins du client, afin de lui proposer des solutions et produits les mieux adaptés en tenant compte du contexte économique et dirigent les projets y découlant.

#### Objectifs évaluateurs

##### 3.1. Base du marketing

- Interpréter les notions de structures
- Reconnaître le rôle et l'importance du marketing
- Présenter les rapports
- Expliquer le marketing de vente orientée

##### 3.2 Concept de marketing

- Analyse de la situation d'une entreprise (SWOT...)
- Elaboration des lignes directrices de marketing
- Définition des objectifs de marketing
- Elaboration d'un concept simple de marketing
- Elaborer une stratégie de marketing et appliquer les mesures à prendre

##### 3.3 Marketing-Mix

- Expliquer le marketing-mix
- Appliquer et élaborer différents instruments de marketing (PPPP)

##### 3.4 Communication - marketing

- Expliquer le concept publicitaire et les moyens qui en découlent
- Expliquer les méthodes publicitaires et les montrer
- Evaluer l'impact des instruments tels que la publicité, la vente et la promotion des ventes

##### 3.5 Conseil / vente

- Organisation de vente : missions, déroulement, explications et informations
- Réalisation et création d'une technique de vente
- Conseils et entretiens
- Cibler les besoins de la clientèle et proposer des solutions d'approche
- Elaborer des concepts et des offres
- Mettre sur pied un procédé de fidélisation de la clientèle

## **4 Examen de la partie gestion de projets**

### **Objectif général**

Les managers en publications DF sont en mesure de comprendre et de concevoir à base des instruments de gestion un projet et de le mettre en œuvre.

### **Objectifs évaluateurs**

#### **4.1 Base de la gestion de projets**

- Connaître et appliquer les méthodes
- Connaître et appliquer le projet
- Connaître et appliquer la mise sur pied du projet

#### **4.2 Etapes du projet**

- Analyse de la situation: Situation de départ  
Analyser le contenu en le décomposant  
Tenir compte du contexte  
Déterminer les causes  
Cibler les informations
- Objectif  
Objectifs à atteindre, structuration, intégration à atteindre et forme de solution neutre à retenir
- Evaluation  
Appliquer des techniques de créativité
- Variante de l'évaluation / décision
- Planification
- Réalisation
- Controlling

#### **4.3 Travail interdisciplinaire (étude de cas)**

Examen de la mise en réseau des parties 1-4

**D ANNEXE**

**1 Adresses des associations partenaires**

**1.1 Viscom**

Association suisse pour la communication professionnelle  
Speichergasse 35  
Case postale 678  
3000 Bern 7  
Tél. 058 225 55 00  
Fax 058 225 55 10  
[www.viscom.ch](http://www.viscom.ch)

**1.2 IGB**

**Groupement d'intérêt de formation professionnelle**  
Bergstrasse 10  
8032 Zurich  
Tél. 044 266 99 28  
Fax 044 266 99 49

**1.3 VWP**

Verband Werbetechnik und Print  
Geschäftsstelle  
Spitalstrasse 14  
9472 Grabs  
Tel. 081 750 35 88  
Fax 081 750 35 89  
[www.verband-werbetechnik-print.ch](http://www.verband-werbetechnik-print.ch)

**2 Adresse du secrétariat pour les examens**

Viscom formation professionnelle suisse  
Theresia Kohler  
Speichergasse 35  
Case postale 678  
3000 Berne 7  
Tél. 058 225 55 29  
Fax 058 225 55 10  
[theresia.kohler@viscom.ch](mailto:theresia.kohler@viscom.ch)