

DIRETTIVE PER IL REGOLAMENTO D'ESAME

**Esame professionale superiore di manager in pubblicazioni con diploma federale (DF)**

del 26 agosto 2009

---

Indice

**A INFORMAZIONI GENERALI**

- 1 Scopo e posizionamento dell'esame
- 2 Ammissione
- 3 Preparazione
- 4 Iscrizione

**B LIVELLO TASSONOMICO**

**C PARTI D'ESAME ED ESIGENZE**

- 1 Economia aziendale
- 2 Gestione del personale
- 3 Marketing
- 4 Gestione di progetti (Studio di un caso concreto)

**D ALLEGATO**

- 1 Indirizzi delle associazioni responsabili
- 2 Indirizzo del segretariato d'esame

## **A INFORMAZIONI GENERALI**

Le presenti direttive servono da complemento e da spiegazione al regolamento d'esame dell'esame professionale superiore di manager in pubblicazioni DF.

### **1 Scopo e posizionamento dell'esame**

Lo scopo dell'esame è di offrire la possibilità a persone con buone prequalifiche professionali, attive in aziende dei settori della comunicazione visuale e della grafica di comprovare le conoscenze professionali e specialistiche, teoriche e pratiche, acquisite negli ambiti dell'economia aziendale, della gestione di progetti, della gestione del personale e del marketing per poter dirigere o vendere progetti conformi alle esigenze dei clienti.

L'attestato di competenza ottenuto con l'esame professionale superiore di manager in pubblicazioni DF concerne la capacità di collegare ampi compiti uniformati strategicamente. Con l'incremento delle competenze sociali e personali, i candidati possono assumere funzioni direttive più alte.

### **2 Ammissione**

**L'ammissione è definita dall'articolo 3.3 del regolamento d'esame.**

3.31 È ammesso all'esame chi ha assolto con successo un esame federale di professione o un esame equivalente e può comprovare almeno 3 anni di pratica nel settore dell'informazione dopo aver assolto una formazione di base.

L'ammissione è soggetto al tempestivo pagamento della tassa d'esame conformemente al punto 3.41.

3.32 L'UFFT decide in materia di riconoscimento d'equivalenza di attestati e diplomi esteri.

3.33 La decisione relativa all'ammissione all'esame è comunicata per scritto ai candidati almeno tre mesi prima dell'inizio dell'esame. Una decisione di esclusione deve essere motivata e contenere indicazioni sui rimedi giuridici di ricorso.

### **3 Preparazione**

Di regola, i candidati che riempiono le condizioni del regolamento d'esame conformemente all'art. 3.3 hanno assolto il corso di studi classico che prepara all'esame professionale superiore di manager in pubblicazioni DF.

I candidati possono acquisire le competenze richieste in maniera autodidattica, assolvere un corso di studi non è una condizione imprescindibile. Tuttavia, in considerazione delle elevate esigenze e dell'importante orientamento pratico tale prassi è fortemente consigliata.

### **4 Iscrizione all'esame professionale superiore**

L'iscrizione deve essere inviata per lettera raccomandata (Lettre Signature) al segretariato d'esame, corredata degli allegati necessari. L'indirizzo è indicato nell'allegato. Gli anni di pratica richiesti sono computati fino all'inizio dell'esame. I termini d'iscrizione sono vincolanti. La decisione d'ammissione è comunicata ai candidati per scritto. Il pagamento della tassa d'esame è dovuto dopo tale comunicazione, conformemente al punto 3.4. I candidati ricevono informazioni dettagliate relative all'organizzazione dell'esame e ai mezzi ausiliari al più tardi 3 settimane prima dell'inizio dello stesso.

## B LIVELLO TASSONOMICO

### Obiettivi generali

Quattro obiettivi generali descrivono gli ambiti tematici delle parti d'esame del regolamento d'esame di specialista dei media DF. Indicano inoltre l'importanza di tali ambiti tematici per l'esame professionale superiore di manager in pubblicazioni DF.

### Obiettivi delle prestazioni

Gli obiettivi delle prestazioni descrivono le singole competenze, classificate secondo B.S. Bloom. Il Modello dei livelli cognitivi è strutturato in modo che a ogni successivo livello i contenuti sono approfonditi sempre più.

Livello	Denominazione	Significato/Parole chiave
C1	Conoscenze	Trasmettere le conoscenze acquisite. Conoscere e citare
C2	Comprensione	Riconoscere, spiegare, suddividere, descrivere
C3	Applicazione	Applicare le conoscenze acquisite a una nuova situazione (Transfer)
C4	Analisi	Analizzare una situazione complessa Derivarne strutture e principi fondamentali
C5	Sintesi	Evoluzione delle idee. Collegare in modo creativo circostanze, concetti, temi, metodi
C6	Valutazione	Opinione personale su di una circostanza complessa Sviluppare punti di vista propri per valutare

## C PARTI D'ESAME ED ESIGENZE

Il punto 5 del regolamento d'esame rielabora l'ampiezza delle parti d'esame.

Parte d'esame	Scritto	Orale	Ponderazione
1 Economia aziendale	2½ h	½ h	3
2 Gestione del personale	2½ h	½ h	3
3 Marketing	2½ h	½ h	3
4 Gestione di progetti (Studio di un caso concreto)	9 h	½ h	6
<b>Totale</b>	<b>16½ h</b>	<b>2 h</b>	

Gli esami scritti delle parti d'esame 1, 2 e 3 contano doppio e gli esami orali contano una volta sola. L'esame scritto della parte d'esame 4 conta quattro volte e l'esame orale conta doppio.

## **1 Economia aziendale**

### **Obiettivo generale**

Il/la manager in pubblicazioni DF dispone delle necessarie competenze in economia aziendale per predisporre decisioni di politica imprenditoriale e sostenere attivamente la loro concretizzazione.

### **Obiettivi delle prestazioni**

#### **1.1 Politica imprenditoriale**

- Spiegare lo scopo della politica imprenditoriale
- Interpretare le linee direttrici di modello d'azienda, derivarne e applicarne il comportamento e le prestazioni necessari al proprio ambito di responsabilità
- Definire e applicare i principi etici
- Conoscere e applicare il codice di comportamento

#### **1.2 Organizzazione in funzione dei processi**

##### **1.2.1 Principio fondamentale**

- Illustrare il principio di organizzazione
- Presentare e spiegare gli scopi e i compiti di un'azienda
- Presentare il comportamento da tenere nel sistema di mercato
- Spiegare l'origine e lo scopo dell'orientamento ai processi
- Comprendere i modelli e i concetti delle teorie di gestione e dei processi moderni
- Conoscere i concetti e la definizione inerenti all'organizzazione in funzione dei processi
- Comprendere l'azienda quale organizzazione in funzione dei processi

##### **1.2.2 Strumenti dell'organizzazione in funzione dei processi**

- Identificare le innovazioni e proporre le ottimizzazioni
- Conoscere e applicare gli strumenti di vendita
- Definire e applicare i processi tecnici e operativi
- Definire e applicare i processi amministrativi
- Determinare e applicare i processi d'informazione
- Elaborare i processi d'investimento (pianificazione, valutazione, redditività, valutazione delle varianti, proposte d'investimento)

#### **1.3 Contabilità**

- Descrivere le strutture e la creazione della contabilità e della contabilità finanziaria

##### **1.3.1 Fondamenti**

- Individuare le interazioni tra contabilità e contabilità finanziaria ed enumerare le differenze più importanti
- Differenziare tra oneri, costi e prezzo

##### **1.3.2 Bilancio**

- Spiegare la struttura e la presentazione di un bilancio
- Leggere e interpretare un bilancio

##### **1.3.3 Conto economico**

- Spiegare la struttura e la presentazione di un conto economico
- Interpretare un conto economico

**1.3.4 Individuazione del numero di riferimento/chiave e analisi**

- Spiegare il significato e lo scopo del numero chiave/di riferimento
- Individuare e interpretare i numeri di riferimento/chiave e definire le misure necessarie

**1.3.5 Costi e fatturazione delle prestazioni**

- Capacità di spiegare il calcolo dei costi
- Illustrare la struttura dei costi di fatturazione sulla base dei conti contabili
- Spiegare il funzionamento dei costi di fatturazione
- Analizzare e interpretare i dati relativi ai costi di fatturazione

**1.3.6 Costituzione di diversi finanziamenti d'esercizio**

- Definire le scadenze
- Elaborazione dei costi delle prestazioni
- Definire i metodi di gestione del tempo
- Valutare e interpretare i dati statistici

**1.3.7 Calcolo**

- Applicare i sistemi di calcolo
- Elencare i fattori di produzione che influiscono sui processi di fabbricazione
- Creare le basi di calcolo

**1.3.8 Determinazione del prezzo**

- Comprendere i nessi tra i costi effettivi e i prezzi di mercato
- Conoscere e valutare il limite minimo delle offerte di prezzi
- Creare un elenco di argomenti di vendita per i colloqui con i clienti

**1.3.9 Costi, prestazioni e tecnologia**

- Spiegare l'interfaccia cliente – fornitore
- Valutare i costi tecnologici e dei servizi
- Valutare e interpretare la redditività e la convenienza / economicità

## 2 Gestione del personale

### Obiettivo generale

Il/la manager in pubblicazioni DF conoscono i vari aspetti ambientali e le condizioni giuridiche quadro relativi alla gestione del personale. In quanto collaboratori, sono in grado di pianificare, motivare e dirigere il personale. Conoscono approfonditamente i metodi volti a qualificare i collaboratori e pianificano il loro sviluppo. Conoscono i processi di organizzazione del lavoro e l'amministrazione delle risorse umane. Conoscono e sanno applicare i metodi di ottimizzazione della comunicazione interna.

### Obiettivi delle prestazioni

#### 2.1 Fondamenti di direzione

Esecuzione dei compiti direttivi

- Citare i principali compiti direttivi e illustrarne l'interattività
- Citare gli elementi principali dell'autorità e applicarli in funzione di situazioni concrete
- Descrivere le differenti forme di gestione e spiegare la loro applicazione mediante esempi
- Spiegare in che modo motivi d'ordine personale/emotivo possono influire positivamente o negativamente sulla motivazione
- Descrivere i vantaggi, i limiti e le risorse del lavoro in seno a un team
- Descrivere le possibilità di creazione, promozione e di assistenza di un team
- Riconoscere e tematizzare le situazioni di conflitto
- Descrivere le diverse forme di ripartizione dei compiti e della relativa delega delle responsabilità

Diritto del personale

- Conoscere la sistematica del diritto svizzero del lavoro
- Spiegare e distinguere il diritto pubblico e privato del lavoro
- Spiegare e distinguere il diritto imperativo e il diritto dispositivo
- Valutare questioni giuridiche semplici nella quotidianità
- Enumerare e spiegare le principali disposizioni del diritto del personale nel settore della grafica

Incentivazione dei collaboratori

- Esprimere un feedback preciso
- Descrivere le esigenze e le capacità dei collaboratori e applicare le misure atte a promuoverne la personalità e le prestazioni
- Preparare e realizzare la valutazione dei collaboratori
- Impiegare i collaboratori in funzione delle loro capacità ed esigenze
- Realizzare la pianificazione del personale, della continuità e del perfezionamento
- Descrivere e realizzare le possibilità di ampliamento del settore di competenza e di organizzazione individuale del lavoro da parte del collaboratore
- Effettuare la valutazione della funzione e del posto di lavoro

#### 2.2 Organigramma/descrizione del posto di lavoro

Creare e applicare gli ausili organizzativi

- Organigramma
- Diagramma di funzionamento
- Descrizione del posto di lavoro

### 2.3 Tecniche di gestione

#### Colloquio

- Preparare, realizzare e valutare in modo mirato un colloquio di valutazione, un colloquio di promozione e un colloquio di risoluzione di conflitti

#### Tecnica di lavoro personale

- Pianificare a breve, medio e lungo termine il proprio tempo di lavoro con metodi efficaci
- Enumerare i principali metodi di organizzazione del lavoro e spiegare la loro applicazione

#### La persona e la sua personalità

- Conoscere gli influssi sullo sviluppo della personalità e mostrarne le caratteristiche

#### Delega

- Conoscere il concetto di delega quale mezzo di gestione
- Conoscere e illustrare le condizioni di delega
- Spiegare il grado di delega
- Controllare l'efficacia dell'esecuzione

### 2.4 Strumenti di gestione

#### Riunioni

- Preparare, dirigere in modo mirato e valutare una riunione applicando metodi efficaci volti a risolvere i problemi e a sbrigare i compiti

#### Definizione degli obiettivi

#### Applicare i mezzi di controlling

- Evoluzione dei controlli
- Rapporti di lavoro
- Checklist

#### Valutazione

- Sondaggi/feedback

### 2.5 Comunicazione / retorica

- Durante il colloquio personale applicare il rispetto e il diritto alla parola
- Mimica e gestualità
- Tattiche e gestione della negoziazione
- Preparare e tenere conferenze e fare dichiarazioni

#### Presentazione

- Preparazione
- Strutturazione dei temi
- Chiarezza delle asserzioni
- Impiego mirato dei mezzi ausiliari di presentazione
- Coinvolgimento dei partecipanti
- Rispondere all'uditorio

#### Informazione

- Utilizzare i principali supporti informatici interni
- Preparare e trasmettere l'informazione in modo mirato

### 3 Marketing

#### Obiettivo generale

Il/la manager in pubblicazioni DF dispongono di conoscenze fondate dei metodi e delle tecniche relativi agli strumenti politici di vendita, in funzione delle richieste del mercato conosciute e che possono essere realizzate nell'azienda in modo economico e sostenibile. Il/la manager in pubblicazioni DF si distinguono per un'ampia competenza di comunicazione, di consulenza e di vendita. Sono in grado di riconoscere le esigenze dei clienti e, mediante una consulenza specialistica, di vendere il prodotto appropriato tenendo conto delle condizioni di economia aziendale. Sanno gestire i progetti risultanti dalla vendita del prodotto.

#### Obiettivi delle prestazioni

##### 3.1. Fondamenti di marketing

- Interpretare i principi e la struttura
- Riconoscere i compiti e l'importanza del marketing
- Illustrare le leggi di mercato
- Spiegare la gestione aziendale orientata al marketing

##### 3.2. Concetto di marketing

- Realizzare l'analisi della situazione di un'azienda (SWOT... Strengths, Weaknesses, Opportunities)
- Elaborare le linee direttrici di marketing
- Stabilire gli obiettivi di marketing
- Elaborare concetti di marketing semplici
- Sviluppare strategie di marketing e applicare le misure necessarie

##### 3.3. Marketing-Mix

- Illustrare il marketing-Mix
- Riunire e applicare gli strumenti di marketing (PPPP)

##### 3.4. Comunicazione – marketing

- Spiegare il concetto pubblicitario e derivarne il modo d'azione/la strategia da applicare
- Illustrare i metodi e i mezzi pubblicitari e mostrarne il modo d'azione/la strategia
- Valutare gli strumenti di vendita quali la pubblicità, la vendita e la promozione delle vendite

##### 3.5. Consulenza / vendita

- Organizzazione della vendita: illustrare compiti, svolgimento, struttura e informazioni
- Creazione e realizzazione di una tecnica di vendita
- Dirigere un colloquio di consulenza e di vendita
- Riconoscere le esigenze del cliente e proporre soluzioni
- Elaborare concetti e offerte
- Riconoscere e applicare le possibilità di fidelizzazione della clientela



## **4 Gestione di progetti**

### **Obiettivo generale**

Il/la manager in pubblicazioni DF è in grado di comprendere le correlazioni nel loro insieme e di concepire e realizzare progetti appropriati in base agli strumenti della gestione di progetti.

### **Obiettivi delle prestazioni**

#### **4.1 Basi della gestione di progetto**

- Conoscere e applicare i metodi
- Conoscere e applicare i tipi di progetto
- Conoscere e applicare l'organizzazione del progetto

#### **4.2 Fasi di un progetto**

- Analisi e valutazione della situazione
  - Analisi delle circostanze
  - Elaborare i nessi
  - Determinare le cause
  - Informare in modo mirato
- Obiettivi
  - Correggere e strutturare gli obiettivi, verificarne la completezza e stabilirne la forma di soluzione neutrale
- Valutazione
  - Applicare le tecniche creative
- Valutazione delle varianti/decisione
- Pianificazione
- Realizzazione
- Controlling

#### **4.3 Lavoro interdisciplinare (studio di un caso concreto)**

Messa in rete delle parti d'esame 1-4

## **D ALLEGATO**

### **1 Indirizzi delle associazioni responsabili**

#### **1.1 Viscom**

##### **Associazione svizzera per la comunicazione visiva**

Speichergasse 35  
casella postale 678  
3000 Berna 7  
Tel. 058 225 55 00  
Fax 058 225 55 10  
[www.viscom.ch](http://www.viscom.ch)

#### **1.2 IGB**

##### **Gruppi d'interesse della formazione professionale**

Bergstrasse 10  
8032 Zürich  
Tel. 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 Indirizzo del segretariato d'esame**

#### **Segretariato d'esame**

Viscom Formazione professionale svizzera  
Theresia Kohler  
Speichergasse 35  
casella postale 678  
3000 Berna 7  
Tel. 058 225 55 29  
Fax 058 225 55 10  
[www.viscom.ch](http://www.viscom.ch)  
[theresia.kohler@viscom.ch](mailto:theresia.kohler@viscom.ch)