



Schweizer Werbung SW
Publicité Suisse PS

Publicità Svizzera PS
Swiss Advertising SA

Regolamento d'esame

per

l'esame di professione per pianificatrice e pianificatore di comunicazione

Publicato dall'organo responsabile

Publicità Svizzera PS

Stato: 23 ottobre 2008

Secondo l'articolo 28 capoverso 2 della Legge federale sulla formazione professionale del 13 dicembre 2002, l'organo responsabile, come da punto 1.2, emana il seguente regolamento d'esame:

1. DISPOSIZIONI GENERALI

1.1 Finalità dell'esame

Il contenuto dell'esame fa riferimento alle qualifiche necessarie per lo svolgimento di questa attività lavorativa. Per ottenere un attestato professionale federale la/il candidata/o dovrà dimostrare di possedere le seguenti conoscenze e capacità lavorative:

la/il pianificatrice/pianificatore di comunicazione ha conoscenze base di pubblicità classica, conosce le relazioni tra i vari strumenti di comunicazione all'interno di una strategia di comunicazione integrata ed è in grado di gestire singoli progetti dal punto di vista della pianificazione, nonché tecnico e amministrativo. Si occupa della creazione delle premesse, della pianificazione e coordinazione delle misure decise, dalla realizzazione fino alla consegna, e del controllo di tutti i media e dei mezzi pianificati. In particolare ...

- sa gestire l'organizzazione e la realizzazione di progetti di pubbliche relazioni, eventi, sponsoring, direct marketing e di promozione delle vendite come pure il controllo del rispetto delle tabelle di marcia e dei budget,
- gestisce offerte e ordini di partner interni ed esterni dei settori: ricerche di mercato, organizzazione, realizzazione, produzione e media,
- conosce le tecniche delle fasi preliminari di produzione, della produzione come pure della realizzazione pratica, della pianificazione dei media e delle loro possibilità di applicazione, nonché degli aspetti legali legati alla pubblicità.

È in grado di esprimersi in maniera corretta, chiara e senza errori riguardo a temi tecnici specifici della professione sia nella forma orale che in quella scritta. In questo ambito assiste la/il direttrice/direttore pubblicitario rispettivamente della comunicazione oppure le/i consulenti della comunicazione.

1.2 Organo responsabile

1.21 L'organo responsabile è costituito dalle seguenti organizzazioni del mondo del lavoro:

- a) Pubblicità Svizzera PS, organizzazione di riferimento della comunicazione (di seguito PS)
- b) Fédération romande de publicité et de communication FRP (di seguito FRP)

1.22 L'organo responsabile indicato ha competenza nazionale.

2. ORGANIZZAZIONE

2.1 Composizione della commissione d'esame

- 2.11 La realizzazione dell'esame viene affidata ad una commissione d'esame composta da un presidente e da otto membri ed eletta per un periodo di tre anni dalla presidenza di SP previa consultazione con il comitato di FRP.
- 2.12 La commissione d'esame si autocostruisce. È in grado di deliberare validamente quando è presente la maggioranza dei suoi membri. Le decisioni richiedono la maggioranza dei presenti. In caso di parità di voti la decisione spetta alla/al presidente.

2.2 Compiti della commissione d'esame

- 2.21 La commissione d'esame
- a) emana la guida al presente regolamento d'esame e la aggiorna periodicamente;
 - b) definisce le tasse d'esame secondo il regolamento delle tasse del 31.12.1997 dell'Ufficio Federale della Formazione professionale e della Tecnologia (UFFT);
 - c) definisce luogo e data dell'esame;
 - d) determina il programma d'esame;
 - e) provvede alla preparazione degli esercizi d'esame ed effettua l'esame stesso;
 - f) sceglie e nomina gli esperti e li istruisce in merito allo svolgimento dei loro compiti;
 - g) decide riguardo l'ammissione all'esame nonché sull'eventuale esclusione;
 - h) decide il rilascio degli attestati professionali;
 - i) tratta richieste e ricorsi;
 - j) si preoccupa della contabilità e della corrispondenza;
 - k) decide riguardo il riconoscimento, rispettivamente la presa in considerazione di altri diplomi e attività;
 - l) riporta alle istanze superiori e all'UFFT riguardo la propria attività;
 - m) si occupa dello sviluppo e della garanzia della qualità, in particolare del periodico aggiornamento del profilo di qualificazione in base alle esigenze del mercato del lavoro.
- 2.22 La commissione d'esame può demandare singoli compiti come pure la direzione dell'esame al segretariato d'esame.

2.3 Pubblico / controllo

- 2.31 L'esame è sotto il controllo della Confederazione. Non è pubblico. In singoli casi la commissione d'esame può ammettere un'eccezione.
- 2.32 L'UFFT viene tempestivamente invitato ad assistere all'esame e gli vengono forniti gli atti d'esame.

3. PUBBLICAZIONE, ISCRIZIONE, AMMISSIONE, TASSE

3.1 Pubblicazione

3.11 L'esame viene pubblicato almeno 5 mesi prima del suo inizio negli organi di PS e FRP così come sulle rispettive pagine web (www.sw-ps.ch/www.frpub.ch) .

3.12 La pubblicazione deve contenere come minimo

- le date d'esame;
- le tasse d'esame;
- il luogo di iscrizione;
- il termine di iscrizione;
- la procedura d'esame.

3.2 Iscrizione

L'iscrizione deve contenere:

- a) una presentazione della formazione e delle esperienze lavorative fino a quel momento;
- b) copie dei documenti richiesti per l'ammissione e dei certificati di lavoro;
- c) indicazione della lingua nella quale si desidera sostenere l'esame;
- d) copia di un documento di identità valido, con foto.

3.3 Ammissione

3.31 All'esame viene ammesso chi negli ultimi 5 anni ha superato l'esame MarKom oppure un esame equipollente, e

- a) possiede almeno 2 anni di esperienza lavorativa nei campi pubblicità, pubbliche relazioni, marketing, vendita o direct marketing e attesta di possedere una delle seguenti formazioni:
 - attestato federale di capacità di impiegata/o di commercio
 - formazione professionale di base di minimo tre anni in una professione grafica
 - formazione professionale di base di minimo tre anni in una professione di vendita
 - diploma di una scuola di commercio riconosciuta dall'UFFT
 - diploma di una scuola professionale riconosciuta dal Cantone e di durata minima di tre anni
 - maturità (tutti i tipi)
 - diploma di un esame professionale superiore per lavori in ambito commerciale
 - diploma di una scuola superiore o superiore professionale in ambito commerciale
 - attestato professionale per esperti in PR, marketing, vendita o direct marketing

oppure

- b) possiede almeno 5 anni di esperienza lavorativa nei campi pubblicità, relazioni pubbliche, marketing, vendita o direct marketing.

L'ultimo giorno utile per attestare la propria formazione è quello dell'inizio dell'esame. Va rispettato il termine stabilito per il pagamento delle tasse d'esame secondo il punto 3.41.

- 3.32 L'UFFT decide in merito all'equipollenza di titoli di studio e diplomi stranieri.
- 3.33 La decisione in merito all'ammissione all'esame viene comunicata per iscritto alla/al candidata/o minimo tre mesi prima dell'inizio dell'esame. L'eventuale decisione di rifiuto deve contenere la motivazione e indicare le vie legali.
- 3.34 La frequenza e il titolo rilasciato da una scuola di pubblicità con uno stage di almeno 6 mesi nei settori pubblicità, comunicazione o PR viene riconosciuto come pratica.
- 3.35 Le/i candidate/i che hanno superato un altro esame federale di professione, obbligatorio per l'ammissione all'esame MarKom, non devono ripetere quest'ultimo.

3.4. Costi

- 3.41 Con l'iscrizione all'esame la/il candidata/o versa una tassa d'esame. Le tasse dovute per il rilascio dell'attestato professionale e l'iscrizione nel registro dei titolari di un attestato professionale, come pure eventuali spese per il materiale, verranno rimosse separatamente. Tali spese sono a carico delle/dei candidate/i.
- 3.42 Secondo la cifra 4.2, le/i candidate/i che si ritirano dall'esame entro il termine stabilito oppure che devono ritirarsi per motivi validi ricevono il rimborso della tassa d'esame, dedotte le spese occorse.
- 3.43 Chi non supera l'esame finale non ha diritto al rimborso della tassa.
- 3.44 La tassa d'esame per le/i candidate/i che ripetono l'esame, viene stabilita dalla commissione d'esame nei singoli casi, tenendo conto della situazione.
- 3.45 Le spese di viaggio, vitto e alloggio e assicurazione durante l'esame sono a carico delle/dei candidate/i.

4. SVOLGIMENTO DELL'ESAME

4.1 Convocazione

- 4.11 Un esame viene svolto:
- in lingua tedesca, se ci sono almeno 25 candidate e candidati;
 - in lingua francese, se ci sono almeno 8 candidate e candidati;
 - in lingua italiana, se ci sono almeno 3 candidate e candidati
- che lo richiedono dopo la pubblicazione e che soddisfano le condizioni d'ammissione.
- 4.12 La/il candidata/o verrà convocata/o almeno 30 giorni prima dell'inizio dell'esame scritto e almeno 15 giorni prima dell'esame orale. La convocazione contiene:
- a) il programma dell'esame con indicazione del luogo e orario dell'esame come pure i mezzi ausiliari ammessi che la/il candidata/o può portare con sé;
 - b) l'elenco degli esperti dell'esame orale.
- 4.13 Eventuali rikusazioni degli esperti devono essere notificate alla commissione d'esame, corredate di motivazione, al più tardi 7 giorni prima dell'inizio dell'esame. La commissione decide e prende le misure necessarie.

4.2 Ritiro del candidato

- 4.21 La/il candidata/o può ritirare la propria iscrizione fino a quattro settimane prima dell'inizio dell'esame dietro trattenuta delle spese occorse. Per quanto riguarda eventuali rimborsi si rimanda alla guida.
- 4.22 L'eventuale ritiro dopo tale termine è possibile solamente per motivi validi. Come motivi validi vengono presi in considerazione:
- a) maternità
 - b) malattia e infortunio;
 - c) decesso in famiglia;
 - d) servizio militare, civile o di protezione civile non previsto.
- 4.23 Il ritiro deve essere comunicato immediatamente alla commissione d'esame in forma scritta e documentata.

4.3 Non ammissione ed esclusione

- 4.31 Le/i candidate/i che in merito alle condizioni di ammissione forniscono intenzionalmente dati falsi o che tentano in altro modo di ingannare la commissione d'esame, non sono ammesse/i all'esame.
- 4.32 Dall'esame viene escluso chi:
- a) utilizza mezzi ausiliari non autorizzati;
 - b) infrange in modo grave la disciplina dell'esame;
 - c) tenta di ingannare gli esperti.
- 4.33 La commissione d'esame decide sull'esclusione dall'esame. La/il candidata/o ha diritto a sostenere l'esame con riserva fino a che la commissione non pronuncia una decisione legalmente valida.

4.4 Controllo ed esperti d'esame

- 4.41 Durante lo svolgimento degli esami scritti è presente almeno una persona di controllo competente che sorveglia con la necessaria attenzione e che riporterà per iscritto le proprie osservazioni.
- 4.42 Almeno due esperti si assumono il compito di giudicare gli esami scritti e le verifiche pratiche e insieme decidono il voto d'esame.
- 4.43 Almeno due esperti presenziano agli esami orali, prendono appunti relativi al colloquio d'esame e allo svolgimento dell'esame, giudicano la prestazione e insieme decidono il voto d'esame.
- 4.44 I parenti stretti, coloro che sono o sono stati superiori o colleghi della/del candidata/o si astengono dal presentarsi quali esperti d'esame.
- 4.45 Le/i docenti dei corsi preparatori all'esame risp. delle ripetizioni non vengono impiegati durante l'esame in qualità di esperti in queste materie.

4.5 Attestato e attribuzione dei voti

- 4.51 Al termine degli esami, la commissione d'esame si riunisce per decidere in merito al superamento dell'esame stesso. La/il rappresentante dell'UFFT viene invitata/o in tempo utile a questa riunione.
- 4.52 Le/i docenti dei corsi preparatori, i parenti stretti, coloro che sono o sono stati superiori o colleghi della/del candidata/o si astengono al momento di decidere in merito al conferimento dell'attestato.

5. PARTI D'ESAME E REQUISITI

5.1 Parti d'esame

- 5.11 L'esame è composto dalle seguenti parti di cui è indicata la rispettiva durata:

<i>Parte dell'esame</i>	<i>Orale</i>	<i>Scritto</i>	<i>Totale</i>
1 Pianificazione della comunicazione/ comunicazione integrata	25 min.	240 min.	ca. 265 min
2 Produzione	25 min.	240 min.	ca. 265 min
3 Media	25 min	240 min.	ca. 265 min.
4 Diritto ed economia dell'industria pubblicitaria		30 min.	30 min.
Totale	75 min.	750 min.	825 min.

- 5.12 Le parti dell'esame possono venire suddivise in sezioni. Questa suddivisione viene decisa dalla commissione d'esame.

5.2 Requisiti per il superamento dell'esame

- 5.21 I requisiti dettagliati riguardo l'esame finale sono contenuti nella guida al presente regolamento d'esame, come stabilito al punto 2.21 lettera a.
- 5.22 La commissione d'esame decide riguardo l'equipollenza di parti d'esame già sostenute, rispettivamente di moduli di altri esami del livello terziario come pure l'eventuale esonero dal sostenere le rispettive parti d'esame del presente regolamento.

6. VALUTAZIONE E ASSEGNAZIONE DEI VOTI

6.1 Disposizioni generali

La valutazione dell'esame risp. delle singole parti d'esame viene espressa mediante voti. Si applicano le disposizioni previste ai punti 6.2 e 6.3 del presente regolamento.

6.2 Valutazione

- 6.21 I voti delle sezioni vengono espressi con cifre intere o mezze secondo il punto 6.3.
- 6.22 Il voto di una parte d'esame è la media di tutti i voti delle sezioni. Tale voto viene arrotondato al decimale. Se il metodo di valutazione senza sezioni porta direttamente al voto di una parte d'esame, questo viene conferito secondo il punto 6.3.
- 6.23 Il voto finale è la media di tutti i voti delle singole parti d'esame. Tale voto viene arrotondato al decimale.

6.3 Valore dei voti

Le prestazioni vengono valutate con voti dall'1 al 6. I voti 4 e superiori indicano una prestazione sufficiente. Oltre ai mezzi voti, non ne sono ammessi altri.

6.4 Condizioni per il superamento dell'esame e per il rilascio dell'attestato professionale

- 6.41 L'esame è superato se
- a) con il voto finale si raggiunge almeno il 4.0;
 - b) in nessuna delle tre parti d'esame pianificazione della comunicazione/comunicazione integrata, produzione e media il voto è inferiore a 4.0,
 - c) nella parte d'esame Diritto della pubblicità/Economia della pubblicità il voto non è inferiore a 3.0.
- 6.42 L'esame risulta non superato se la/il candidata/o
- a) non si iscrive entro il termine stabilito;
 - b) non si presenta all'esame senza fornire un motivo valido;
 - c) arriva all'esame in ritardo senza fornire un motivo valido;
 - d) deve venire esclusa/o dall'esame.
- 6.43 La commissione d'esame decide in merito al superamento dell'esame unicamente in base alle prestazioni della/del candidata/o. Chi supera l'esame ottiene l'attestato professionale.
- 6.44 La commissione d'esame rilascia ad ogni candidata/o un attestato d'esame dalla quale si possono evincere almeno:
- a) i voti delle singole parti d'esame e il voto finale;
 - b) il superamento o non superamento dell'esame;
 - c) nel caso di non conferimento dell'attestato professionale, le vie legali e i termini per il ricorso.

6.5 Ripetizione

- 6.51 Chi non ha superato l'esame, lo può ripetere due volte.

- 6.52 La ripetizione consiste nel rifare le parti d'esame in cui la prima volta non si è raggiunto un voto minimo di 5.0.
- 6.53 Per l'iscrizione e l'ammissione valgono le stesse condizioni del primo esame.

7. ATTESTATO PROFESSIONALE, TITOLO E PROCEDIMENTO

7.1 Titolo e pubblicazione

- 7.11 L'attestato professionale federale viene emesso dall'UFFT su richiesta della commissione d'esame con la firma della/del direttrice/direttore o della/del presidente della stessa commissione d'esame.
- 7.12 Chi ottiene l'attestato federale ha diritto di portare i seguenti titoli:
Kommunikationsplaner/planerin mit eidgenössischem Fachausweis
Planificateur/Planificatrice en communication avec brevet fédéral
Pianificatore/Pianificatrice di comunicazione con attestato professionale federale
- 7.13 Come traduzione inglese si consiglia "Executive in communications with Federal Diploma of Professional Education and Training (with Federal PET Diploma)".
- 7.14 I nomi dei titolari dell'attestato federale vengono iscritti in un registro tenuto dall'UFFT.
- 7.15 Le persone che prima dell'entrata in vigore di questo regolamento d'esame hanno acquisito l'attestato professionale di tecnica/tecnico di pubblicità o pianificatrice/pianificatore di comunicazione di marketing, sono autorizzati a portare il titolo secondo quanto nel punto 7.12 di questo regolamento d'esame; non viene preparato un nuovo attestato professionale.

7.2 Ritiro dell'attestato professionale

- 7.21 L'UFFT può ritirare un attestato professionale ottenuto in modo illecito, con riserva di procedimento penale.
- 7.22 Il verdetto dell'UFFT può essere inoltrato al Tribunale Amministrativo Federale entro 30 giorni dalla sua emissione.

7.3 Ricorso alle vie legali

- 7.31 È possibile presentare ricorso contro la decisione della commissione d'esame di non ammissione all'esame o di mancato rilascio dell'attestato professionale presso l'UFFT entro 30 giorni dalla sua pubblicazione presso l'UFFT. Il ricorso deve contenere le richieste della/del ricorrente e le rispettive motivazioni.
- 7.32 L'UFFT decide riguardo i ricorsi in prima istanza. La sua decisione può venire inoltrata al Tribunale Amministrativo Federale entro 30 giorni dalla sua emissione.

8. COPERTURA DELLE SPESE D'ESAME

- 8.1 Dietro richiesta della commissione d'esame l'organo responsabile fissa l'ammontare degli indennizzi per i membri della commissione d'esame e per gli esperti.
- 8.2 Gli organi responsabili PS e FRP assumono le spese d'esame nella misura in cui non sono coperte dalla tassa d'esame, dal contributo federale e da altri sussidi.
- 8.3 Al termine dell'esame la commissione d'esame presenta all'UFFT, conformemente alla direttiva, un conto economico dettagliato. Sulla base di tale conto l'UFFT fissa il contributo della Confederazione per lo svolgimento dell'esame.

9. DISPOSIZIONI FINALI

9.1 Abrogazione del diritto previgente

Il regolamento del 29 giugno 2000 concernente l'esame di professione per pianificatrice/pianificatore di comunicazione di marketing è abrogato.

9.2 Disposizioni transitorie

Le/i candidate/i ammesse/i a ripresentarsi all'esame in base al regolamento del 29 giugno 2000 potranno ripetere l'esame una o due volte entro il 2010.

9.3. Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore il 1° gennaio 2009.

10. EMANAZIONE

Zurigo,

Losanna,

Pubblicità Svizzera PS

**Fédération romande de publicité
et de communication - FRP**

Il Presidente:
Carlo Schmid-Sutter

Il Presidente:
J.M. Brandenberger

La segretaria generale:
Monika Luck

Il segretario generale:
Alfred Haas

Il presente regolamento è approvato.

Berna,

Ufficio Federale per la Formazione professionale e della Tecnologia
La direttrice

Dr. Ursula Renold