





Schweizer Werbung SW  
Publicité Suisse PS

Pubblicità Svizzera PS  
Swiss Advertising SA

## Devoirs d'examens

Les devoirs des examens ne sont destinés qu'aux instituts de formation.

## Formulaires

Demande de préavis en vue de l'admission aux examens PC ou CC

Les personnes dans le doute quant à savoir si leur activité correspond aux conditions d'admission peuvent demander un préavis au sujet de leur admissibilité moyennant un émolument de CHF 150.–. Ces clarifications doivent être effectuées avant le début des cours, afin que l'examen puisse être passé immédiatement à la fin du cycle de formation. Les préavis sont traités dans un délai d'un mois.

## Inscription à l'examen PC ou à l'examen CP

L'inscription se fait au moyen du formulaire officiel auprès du Secrétariat de la commission d'examen à Zurich, dans le délai publié dans les périodiques «Marketing & Kommunikation» et «Comm in» pour la Suisse romande. La taxe d'examen doit être réglée en même temps. Les délais d'inscription sont en principe fixés, comme suit:

Formule	Délai de retour	Traitement jusqu'à	Frais (sous réserve de modifications)
Inscription PC	fin octobre	mi-novembre	CHF 2'100.– à verser lors de l'inscription
Inscription CC	fin avril	mi-mai	CHF 3'500.– à verser lors de l'inscription

## Envoi différé de l'inscription

Toute demande de préavis ou inscription différée sera encore acceptée dans un délai de 10 jours, à dater du délai fixé officiellement, moyennant un supplément et, à condition que la raison du retard ait été annoncée préalablement et soit dûment fondée.

Supplément pour envoi différé de l'inscription (PC ou CC): CHF 100.–

## Deroulement des examens

### Examen professionnel de Planificateur, planificatrice en communication (PC)

Examen écrit: mi-mars de chaque année / Examen oral: mi-avril de chaque année

#### 1.1 But de l'examen

Le contenu de l'examen s'appuie sur les qualifications requises pour exercer cette activité professionnelle. Pour obtenir un brevet fédéral, les candidats doivent posséder les connaissances et les aptitudes professionnelles suivantes:



Schweizer Werbung SW

Publicité Suisse PS

Pubblicità Svizzera PS

Swiss Advertising SA

Le/la planificateur/-trice en communication s'y connaît en planification publicitaire classique, connaît les rapports entre les instruments de communication dans le cadre de la communication intégrée et possède, du point de vue de la planification, de la compétence professionnelle et de l'administration, la capacité de réaliser différents projets en se procurant les données fondamentales, en planifiant et en coordonnant les mesures décidées, depuis la réalisation jusqu'à la livraison et au contrôle dans tous les médias et supports prévus. Il/elle s'y connaît en particulier

- dans l'organisation et la réalisation de projets de relations publiques, d'événements, de sponsoring, de marketing direct et de promotion des ventes ainsi que dans la surveillance et le respect des échéances et des budgets ;
- dans les offres et les commandes aux partenaires internes autant qu'externes des études de marché, de la conception, de la réalisation, de la production et des médias ;
- il/elle possède en outre des connaissances sur les techniques de préproduction, de la production ainsi que de la préparation des médias entrant en considération, de la planification des médias et de leurs possibilités d'utilisation ainsi que des aspects juridiques de la publicité.

Il/Elle doit également pouvoir s'exprimer dans un langage professionnellement correct, compréhensible et sans faute, oralement et par écrit. Ce faisant, il/elle seconde le directeur/la directrice de publicité ou de communication comme donneur d'ordre ou le conseiller/la conseillère en publicité du côté de l'agence.

### 3.3 Admission

3.31 Sont admis à l'examen les candidats qui ont réussi l'examen MarKom ou un examen équivalent au cours des cinq dernières années et peuvent justifier

a) d'une expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans les domaines de la publicité, des relations publiques, du marketing, de la vente ou du marketing direct et peuvent apporter la preuve qu'ils ont suivi l'une des formations mentionnées ci-après :

- certificat fédéral de capacité d'employé/e de commerce
- une formation de base d'au moins trois ans dans un métier graphique
- une formation de base d'au moins trois ans dans un métier de vente
- diplôme d'une école de commerce reconnue par l'OFFT
- diplôme d'une école de culture générale d'au moins trois ans reconnue sur le plan cantonal
- maturité (tous les types)
- diplôme d'un examen professionnel supérieur dans une profession commerciale
- diplôme d'une université ou d'une haute école spécialisée dans le domaine commercial
- brevet fédéral de spécialiste en marketing, brevet fédéral de spécialiste en relations publiques, brevet fédéral de technicien/technicienne de vente,

ou

b) d'une expérience professionnelle d'au moins 3 ans dans les domaines de la publicité, des relations publiques, du marketing, de la vente ou du marketing direct.

La date-repère pour le calcul de la durée de l'expérience professionnelle est celle du début de l'examen.



Schweizer Werbung SW  
Publicité Suisse PS

Pubblicità Svizzera PS  
Swiss Advertising SA

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

## **Examen professionnel supérieure de conseil en communication (CC)**

Examen écrit: mi-septembre de chaque année / Examen oral: mi-octobre de chaque année

### **1.11 But de l'examen**

L'examen a pour but d'établir si la candidate ou le candidat dispose des compétences nécessaires, en qualité responsable de la communication, pour être responsable d'un service chargé d'élaborer et de mettre en œuvre la stratégie de communication ou, en qualité de conseil d'une agence de communication ou de publicité, de la stratégie et du suivi de mandats de clients.

Ce but implique en particulier

- a) la connaissance et l'interprétation correcte des relations de cause à effet tant macro- que microéconomiques ;
- b) des connaissances approfondies dans les domaines des études de marchés, de la stratégie de marketing, du marketing mix ainsi que de leur implémentation ;
- c) la capacité d'analyser correctement la situation en accord avec les buts de l'entreprise et les contraintes du marketing et de l'interpréter correctement en relation avec la communication;
- d) la capacité d'élaborer une stratégie de communication systématique, basée sur des analyses et des conclusions/déductions, comportant les groupes-cibles, les objectifs et le positionnement correspondants ;
- e) la capacité de mettre en œuvre les différents instruments de communication (comme par ex. la publicité classique dans les médias, les relations publiques, le marketing direct, la promotion des ventes, les foires et expositions, le sponsoring, le marketing événementiel, le multimédias etc.) de manière intégrée ou, par extension, de développer, à cet effet, des concepts et des mesures correspondantes ;
- f) une bonne connaissance des différents médias publicitaires et de leur mise en œuvre en fonction des groupes-cibles; la capacité d'évaluer et d'interpréter correctement les chiffres et les faits nécessaires à cet effet ;
- g) la capacité de superviser et de coordonner la mise en œuvre des mesures et des instruments de communication dans les domaines de la création, de la réalisation, de la production, des médias et d'autres domaines spéciaux et, par extension, d'établir des budgets à cet effet ;
- h) la capacité de se présenter comme interlocuteur compétent vis-à-vis de cadres de direction internes et externes des entreprises, comme par exemple la direction générale et la direction du marketing et, par extension, de communiquer ses objectifs et ses travaux de manière compétente ;

1.12 En outre, l'examen a pour but de créer un titre protégé au niveau de la formation avancée pour les spécialistes en communication de marketing qui occupent une fonction dirigeante et qui ont acquis les connaissances théoriques et les aptitudes pratiques requises.



Schweizer Werbung SW  
Publicité Suisse PS

Pubblicità Svizzera PS  
Swiss Advertising SA

- 1.13 Pour obtenir un diplôme fédéral, la candidate ou le candidat doit posséder les connaissances et les aptitudes professionnelles exigées et décrites de façon détaillée dans les directives relatives au règlement d'examen. Le contenu de l'examen tient compte des qualifications nécessaires à l'exercice de cette profession.

### **Art. 3.3 Admission à l'examen professionnel supérieur de «conseil en communication»**

- 3.31 Sont admis à l'examen les candidates et les candidat/e/s qui peuvent justifier
- a) d'un brevet fédéral de planificateur/trice en communication, de planificateur/trice en communication de ou, par extension, d'assistant/e en publicité ou de spécialiste en relations publiques ou d'assistant/e en relations publiques et qui, depuis l'obtention de ce brevet, ont été actifs comme chef de publicité ou chef de communication ou conseiller/ère en publicité depuis au moins 2 ans dans une fonction dirigeante ;  
*ou*
  - b) d'un diplôme délivré par une université ou une haute école spécialisée ou d'un diplôme reconnu sur le plan fédéral (examen professionnel supérieur, Haute Ecole Spécialisée) dans le secteur commercial et qui disposent d'au moins 3 ans d'expérience professionnelle dans la communication d'entreprise et de marketing (notamment dans le secteur de la publicité) dont au moins 2 ans comme chef de publicité ou comme conseiller/ère en communication ou en publicité dans une fonction dirigeante ;  
*ou*
  - c) d'au moins 5 ans d'expérience professionnelle dans la communication d'entreprise et de marketing (notamment dans le secteur de la publicité), dont au moins 2 ans comme chef de publicité ou comme conseiller/ère en communication ou en publicité dans une fonction dirigeante ;  
*et*
  - d) du paiement dans les délais de la taxe d'examen selon l'art. 3.41.

La date déterminante pour le calcul de la durée de l'expérience professionnelle est celle du début de l'examen. Les candidat/e/s sont admis/es sous réserve du dépôt, dans le délai imparti, d'un mini-mémoire de diplôme.

- 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 candidat/e/s au moins 3 mois avant le début de l'examen. Les décisions négatives indiquent les motifs et les voies de droit.

### **Renseignements**

Commission des examens / Secrétariat des examens de la publicité Suisse  
Kappelergasse 14  
Case postale 3021  
8022 Zurich

E-mail: [info@examens-de-publicite.ch](mailto:info@examens-de-publicite.ch)  
[www.sw-ps.ch](http://www.sw-ps.ch)