

DIRECTIVE AFFÉRENTE AU RÈGLEMENT

l'examen professionnel d'agente commerciale de l'imprimerie et de médias agent commercial de l'imprimerie et des médias

La Directive rentre en vigueur le 30 octobre 2023.

Table des matières

A DISPOSITIONS GÉNÉRALES

- 1 But de l'examen
- 2 Admission
- 3 Préparation
- 4 Inscription à l'examen professionnel

B NIVEAU D'EXIGENCES / TAXONOMIE

C ÉPREUVES ET EXIGENCES

- 1 Travail de projet
- 2 Marketing / vente
- 3 PP-GP / technique
- 4 Économie

D ANNEXES

- 1 Profil de la profession, charte des compétences opérationnelles, critères de performance (selon les annexes)
- 2 Niveau d'exigences
- 3 Adresses des associations responsables
- 2 Adresse du secrétariat d'examen

Ce document contient les niveaux de complexité attribués aux significations et sert d'outil d'aide pour l'élaboration des questions d'examen et pour la préparation des candidates et candidats.

A DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Conformément au régime linguistique du nouveau règlement d'examen, les dénominations de professions et titres professionnels sont indiqués dans les directives au féminin et au masculin.

Les directives apportent des explications sur le règlement d'examen en ce qui concerne la mise en application de l'examen professionnel d'agent commercial de l'imprimerie et des médias BF.

1 But de l'examen

La candidate ou le candidat doit, par le biais de l'examen professionnel, apporter la preuve qu'elle ou il dispose des compétences nécessaires en matière de vente et de production de produits imprimés du point de vue commercial, technique, écologique et de l'économie de marché et qu'elle ou il est en mesure de communiquer en interne avec la production et en externe avec la clientèle dans les règles de l'art et de manière orientée sur la vente.

2 Admission

L'admission à l'examen est décrite à l'article 3.3 du règlement d'examen.

2.21 Est admise à l'examen toute personne qui:

- a) est titulaire d'un certificat fédéral de capacité dans une profession de l'industrie graphique ou d'agent commercial ou autres, d'un certificat équivalent reconnu par

la commission d'examen,

- b) a au moins 2 ans de pratique dans le secteur graphique
ou
- c) a au moins 6 ans de pratique professionnelle dans le secteur de l'impression, de l'emballage ou des médias.

Les candidates et candidats sont admis sous réserve du paiement de la taxe d'examen, dans les délais impartis, selon le ch. 3.41, et de la remise du travail de projet complet dans les délais.

2.22 Les décisions concernant l'admission à l'examen sont communiquées par écrit aux candidates et candidats au moins trois mois avant le début de l'examen. Les décisions négatives indiquent les motifs et les voies de droit.

3 Préparation

La candidate ou le candidat qui remplit les conditions mentionnées à l'art. 3.3. du règlement d'examen a généralement suivi un cours classique de préparation à l'examen professionnel. La candidate ou le candidat peut cependant également opter pour une voie autodidacte et acquérir ainsi les compétences nécessaires.

De plus amples renseignements sont disponibles auprès du secrétariat d'examen ou

des bureaux des associations responsables viscom et IGS, dont les adresses figurent en annexe.

4 Inscription à l'examen professionnel

La demande écrite doit être envoyée au secrétariat d'examen avec les documents nécessaires indiqués au ch. 3.2. du règlement d'examen. L'adresse figure en annexe. En ce qui concerne les années de pratiques exigées, la période jusqu'au début de l'examen peut être comptée. Les délais d'inscription doivent être respectés. La décision d'admission est notifiée par écrit aux candidates et candidats. Parallèlement, la taxe d'examen mentionnée au ch. 3.4. du règlement d'examen doit être réglée. Au plus tard 30 jours avant le début des examens, la candidate ou le candidat recevra des informations détaillées sur l'organisation de l'examen et les moyens à disposition.

B NIVEAU D'EXIGENCES / TAXONOMIE

Objectifs généraux

Les objectifs généraux décrivent les épreuves du règlement d'examen pour l'examen professionnel d'agent commercial de l'imprimerie et des médias BF. Par ailleurs, l'importance de ces branches thématiques pour ce groupe professionnel est démontrée.

Objectifs évaluateurs

Les objectifs évaluateurs décrivent les différentes compétences, selon la taxonomie de B.S. Bloom.

Le modèle des niveaux de complexité est conçu de manière à ce que chaque niveau comprenne les contenus de tous les niveaux inférieurs.

Niveau	Désignation	Signification
N1	Connaissance	Restituer les connaissances acquises. Connaître, nommer quelque chose.
N2	Compréhension	Reconnaître, expliquer, fractionner, décrire.
N3	Application	Appliquer les compétences acquises dans une nouvelle situation (transfert).
N4	Analyse	Analyser une situation complexe. Déduire des structures et principes élémentaires.
N5	Synthèse	Approfondir la réflexion. Association créative de divers faits, termes, thèmes, méthodes.
N6	Évaluation	Se forger un jugement sur des faits complexes. Développer des critères personnels pour l'évaluation.

C ÉPREUVES ET EXIGENCES

Le chiffre 5 du règlement d'examen décrit l'étendue des épreuves.
Chaque épreuve peut être subdivisée en points d'appréciation. La commission d'examen définit ces subdivisions.

Épreuve	Écrit	Oral
1 Travail de projet	3 h	½ h
2 Marketing / vente	1 h	½ h
3 PP-GP / technique	1 h	½ h
4 Économie	1 h	½ h
Total	6 h	2 h

Coefficient 2 pour l'épreuve 1 et coefficient 1 pour les épreuves 2 à 4.
La note globale correspond à la moyenne des 4 épreuves.
La note globale ne doit pas être inférieure à 4.0, voir ch. 6.41 a du règlement d'examen.

1 Épreuve travail de projet

Objectif général

L'agent commercial de l'imprimerie et des médias BF est en mesure de comprendre des corrélations globales et de concevoir et de mettre en œuvre des projets correspondants grâce aux outils de la gestion de projets.

Objectifs évaluateurs

1.1 Bases de la gestion de projets

- Connaître et appliquer les méthodes (3-4)
- Connaître et appliquer les types de projets (3-4)
- Connaître et appliquer l'organisation et la direction de projets (3-4)

1.2 Phases de projet

- Analyse de la situation: évaluation de la situation
Fractionner les faits, comprendre les besoins et les objectifs de la clientèle, élaborer des corrélations, communiquer les causes, informer de manière ciblée (3-4)
- Définition d'objectifs
Rectifier, structurer les objectifs, vérifier leur exhaustivité et s'y tenir de manière neutre en termes de solutions (3-4)
- Évaluation
Appliquer les techniques de créativité (3-4)
- Évaluation des variantes / décision (3-4)
- Établir une planification (3-4)
- Réalisation des projets (3-4)
- Contrôle des projets (3-4)

1.3 Travail interdisciplinaire (étude de cas)

- Imbrication des épreuves 1 à 4 et élaboration d'une proposition de solution sur cette base (N5)
- Présentation des propositions élaborées et argumentation convaincante dans le cadre d'un entretien technique (N5)

2 Épreuve de marketing / vente

Objectif général

L'agent commercial de l'imprimerie et des médias BF utilise efficacement les aspects marketing de l'entreprise dans le cadre du marketing. Elle ou il comprend et explique les bases du marketing et de la vente. L'agent commercial de l'imprimerie et des médias BF combine à la fois les éléments de la planification / conception marketing et les instruments du marketing mix et des ventes en se concentrant sur le succès commercial de l'entreprise.

Objectifs évaluateurs

2.1. Base du marketing

- Expliquer les concepts de base du marketing (1)
- Connaître les tâches et les champs d'action du marketing (2)
- Expliquer les mécanismes de marché et la situation du marché (2)

2.2 Concept et instruments de marketing

- Énumérer et décrire les éléments du concept de marketing (1)
- Décrire les objectifs et les méthodes de l'étude de marché (1)
- Nommer, expliquer et analyser la situation du marché avec les différents acteurs du marché (3)
- Définir des objectifs marketing et des groupes cibles (3)
- Développer des stratégies de marketing et en déduire des stratégies de développement du marché (3)
- Adapter les instruments de marketing et de vente aux domaines de prestations de l'entreprise (3)

2.3 Communication

- Expliquer et appliquer les effets et les techniques de communication (3)
- Distinguer la communication verbale, non verbale et paraverbale (2)
- Refléter les causes des malentendus (2)
- Appliquer les principes de l'écriture adaptée au groupe cible et à la situation (3)

2.4 Vente

- Connaître et appliquer les facteurs de gestion des relations clients (CRM) (3)
- Identifier les besoins de la clientèle (3)
- Préparer et mener des entretiens de vente personnalisés pour la clientèle (3)
- Appliquer les techniques de présentation en fonction de la situation (3)
- Identifier et maîtriser les situations critiques dans la vente (3)
- Créer une situation gagnant-gagnant lors d'entretiens de négociation (3)
- Identifier les signaux d'achat du client et appliquer les techniques de conclusion de vente (3)
- Concevoir des offres sur mesure (3)
- Traiter correctement les réclamations (3)

3 Épreuve PP-GP / technique

Objectif général

L'agent commercial de l'imprimerie et des médias BF dispose de solides connaissances dans la technique de production lui permettant d'assurer des tâches exigeantes entre l'organisation et la production. L'agent commercial de l'imprimerie et des médias BF est familiarisé avec les mesures de protection de l'environnement appliquées par l'entreprise. Elle ou il connaît les procédés de production économiques et écologiques.

Objectifs évaluateurs

3.1 Planification de la production (PP)

- Nommer les domaines de la PP (2)
- Organisation des processus selon les principes de l'entreprise en réseau (2)
- Expliquer les contenus et objectifs des sous-domaines suivants de la PP: (2)
 - Planification du personnel
 - Planification des commandes
 - Planification du déroulement du travail
 - Planification des locaux et des places de travail
 - Planification des ressources de production
 - Planification des horaires, gestion du temps, catégories de temps, catalogue de prestations
 - Planification des besoins matériels
 - Système d'informations de gestion (SIG)

Normes actuelles et standards dans leurs aspects économiques et écologiques

3.2 Gestion de la production (GP)

- Expliquer, appliquer et documenter les contenus et objectifs des sous-domaines suivants: (2-3)
 - Calcul (coûts et temps)
 - Interactions de la gestion des commandes informatisée pour l'établissement des instructions de production (calcul préalable, gestion des commandes, organisation, surveillance, facturation, calcul rétrospectif)
 - Traitement des commandes
 - Organisation, directives de travail et planification des délais
 - Gestion du matériel (logistique)
 - Démontrer les possibilités de la gestion et du contrôle de la qualité (2)

3.3 Production en général

- Connaître et décrire les caractéristiques techniques de la production, de la création jusqu'à la livraison (2)
- Déterminer les processus de production optimaux (utilisation multiplateforme des données, procédés de fabrication alternatifs) (2)
- Décrire l'interconnexion des différentes étapes de production (2)
- Évaluer les processus de production en termes d'efficacité énergétique et d'impact environnemental (2-3)
- Conseiller la clientèle sur les possibilités techniques de finition (2)
- Expliquer la logistique et la gestion des stocks (2)
- Connaître et décrire différentes possibilités d'expédition et d'envoi (3)

3.4 Moyens de production

- Expliquer les possibilités des différents formats de fichiers de texte et d'images ainsi que leur traitement (2)
- Identifier les possibilités techniques des machines d'impression et de finition (2)
- Expliquer les modes de fonctionnement des machines d'impression conventionnelles et numériques (2)
- Identifier les erreurs de production et les problèmes d'impression (2)
- Expliquer l'assurance et la gestion de la qualité (2)

3.5 Matières

- Démontrer la qualité, les possibilités d'utilisation et l'impact environnemental des divers supports d'impression (4)
- Expliquer les bases écologiques et économiques du processus d'impression (2)
- Démontrer les avantages et les inconvénients des matériaux d'ennoblissement (effets métallisé, vernis, laminage, etc.) (3-4)
- Expliquer les avantages et les inconvénients des différentes possibilités de reliure (agrafes, couture au fil, colle) (2-3)
- Connaître différentes sortes de papier et expliquer leurs avantages et inconvénients dans le processus d'impression (2)
- Connaître et appliquer les principaux labels de papier (écologiques, techniques) (2-3)
-

3.6 Informatique

- Connaître les logiciels d'application courants sur le marché et les applications médias interactives pour la mise en page de textes, d'images et de graphiques (1)
- Expliquer les prescriptions en termes de sécurité informatique (2)

4 Épreuve d'économie

Objectif général

L'agent commercial de l'imprimerie BF dispose de connaissances de base en économie d'entreprise, sur le système juridique et en économie politique. Cela comprend la comptabilité financière et industrielle, la comptabilité analytique, l'économie politique et le droit.

Objectifs évaluateurs

4.1 Comptabilité financière

- Présenter les structures et éléments de la comptabilité générale ainsi que les liens entre eux (2)
- Connaître les principales tâches en termes de finances et de comptabilité (1)
- Connaître le bilan, le compte de résultats et les types de comptes (1)
- Expliquer l'élaboration et la structure d'une comptabilité financière sur la base d'un plan comptable (2)
- Connaître les systèmes de comptabilité et leur utilisation (1)
- Exécuter des transactions élémentaires sur la base d'instructions et clôturer des comptes (3)
- Décrire la mise en place, la fonction et l'objectif des comptabilités auxiliaires (2)
- Expliquer les amortissements et corrections de valeur (comptabilité financière) (2)
- Appliquer et interpréter les principaux chiffres clés de la comptabilité financière (2-3)
- Connaître et expliquer le système de la TVA et les taux correspondants (1-2)

4.2 Comptabilité industrielle

- Expliquer la mise en place, la fonction et les objectifs des comptes d'exploitation (2)
- Expliquer la fonction de la comptabilité analytique (2)
- Identifier les liens et les répercussions entre les coûts et la performance (2)
- Connaître les amortissements et les ajustements de valeur de la comptabilité financière (1)
- Calcul par type de coûts:
 - Expliquer les types de coûts et leur saisie (2)
 - Distinguer et appliquer les frais individuels et les frais généraux (3)
 - Savoir les délimiter par rapport à la comptabilité financière (3)
- Calcul par centre de coûts:
 - Connaître la structure d'un plan de centres des coûts et décrire les différents types de centre de coûts (1)
 - Répartition des frais généraux et leur répartition / effectuer des prélèvements (3)
- Calcul par unité d'imputation:
 - Expliquer le but de la facturation par unité d'imputation (2)
 - Définir les critères pour la création d'un groupe d'unités d'imputation (3)
 - Démontrer et évaluer le résultat des différents groupes d'unités d'imputation (3)

- Calcul des prestations:
- Connaître les principes du calcul des prestations (2)
- Connaître les méthodes de saisie des prestations et des coûts (1)
- Établir et interpréter les coûts de prix de revient par place de travail (3)
- Expliquer les types de temps et leur saisie (2)
- Comprendre, interpréter et analyser les comptes d'exploitation d'une entreprise (2)
- Déterminer le taux horaire et de majoration (3)
- Déterminer le résultat par groupe d'unités d'imputation (2)
- Déterminer le résultat d'exploitation et le résultat de l'entreprise (flux de trésorerie) (2)
- Interpréter et identifier les chiffres clés (2-3)

4.3 Comptabilité industrielle comme base de calcul

- Expliquer les caractéristiques et les liens du calcul préalable et rétrospectif (2)
- Appliquer le schéma de calcul et le calcul des marges contributives
- Différencier et classer les coûts fixes et variables (3)
- Donner un aperçu des bases et systèmes de calcul (2)
- Démontrer les différences et les liens entre les données sur les coûts et les prestations spécifiques à l'entreprise et relatives au marché (2)
- Connaître et tenir compte de l'importance des coûts individuels spéciaux comme les rabais, les escomptes, les commissions-conseils, le transport, le stockage, etc. (2-3)
- Calculer et présenter une offre de services d'entreprise générale

4.4 Droit

- Introduction au droit avec une sensibilisation aux notions de droit et de justice: déduire par ses propres moyens le sens et le but d'un système juridique et démontrer la nécessité d'une structure hiérarchique (2)
- Expliquer les différentes sources du droit, les principales orientations juridiques ainsi que les principes généraux du droit et porter dessus un regard critique en fonction de ses propres convictions (2-3)
- Utiliser le Code des obligations (CO) et le Code Civil (CC) comme instruments de travail utiles et les appliquer (2)
- Décrire les caractéristiques élémentaires du droit contractuel; expliquer la définition et l'importance des notions juridiques de base dans le contexte commercial et privé et les comparer; résoudre des cas d'application simples de manière autonome (2-3)
- Décrire et interpréter les dispositions et principes importants du Code du travail; démontrer l'importance de la protection de la santé et de la sécurité au travail (2-3)
- Décrire et interpréter les dispositions et principes importants de la Convention collective de travail en vigueur pour le secteur (2-3)
- Distinguer les différentes formes juridiques des sociétés à l'aide de leurs principales caractéristiques distinctives et les illustrer par des exemples liés à la pratique commerciale (SA, Sàrl, entreprise individuelle, société en nom collectif) (2-3)
- Décrire et interpréter les dispositions et principes importants de la loi sur la protection des données (2-3)

4.5 Économie politique

- Se pencher en profondeur sur les questions de fond de l'économie politique et les illustrer par des exemples économiques élémentaires (3-4)
- Démontrer les caractéristiques spécifiques de la micro-économie et de la macro-économie ainsi que ce qui les différencie (2)
- Expliquer et appliquer en terme d'économie politique les domaines d'application importants tels que l'économie de marché, la formation du capital et des prix, les capitaux intérieurs et extérieurs (notamment inflation et déflation), les politiques monétaires et conjoncturelles et la politique économique extérieure; expliquer et interpréter correctement l'interconnexion dans les opérations économiques (2-3)

4.6 Organisation

- Présenter les différentes formes d'organisation et leurs particularités (2)
- Expliquer les outils d'organisation et leurs applications (description du poste, cahier des charges, diagramme des fonctions, organigramme, charte d'entreprise) (2-1)
- Présenter la situation des divers secteurs opérationnels en termes de position et de tâches au sein d'une entreprise (3)

D Annexes

- 1 Profil de la profession, charte des compétences opérationnelles, critères de performance**
(selon les annexes)

2 Niveau d'exigences

Domaines de compétence

- A Planifier la préparation du travail
- B Développer une idée, un concept et un plan
- C Déterminer la conception
- D Coordonner et mettre en œuvre la réalisation
- E Utiliser les connaissances techniques dans tous les domaines
- F Utiliser les compétences personnelles et sociales
(selon les annexes)

3 Adresses des associations responsables

1.1 viscom

Weiherrmattstrasse 94
5000 Aarau
Tél. 058 225 55 00
www.viscom.ch

1.2 IGS

Association de l'industrie graphique suisse
Schosshaldenstrasse 20
3006 Berne
Tél. 031 351 15 11
Fax 031 352 37 38
www.vsd.ch/fr/

2 Adresse du secrétariat d'examen

Secrétariat d'examen

viscom
Weiherrmattstrasse 94
5000 Aarau
Tél. 058 225 55 00
info@viscom.ch