

L'esame di professione di agente commerciale per stampa e media

Le direttive entrano in vigore il 30 ottobre 2023.

Indice

A INFORMAZIONI GENERALI

- 1 Scopo dell'esame
- 2 Ammissione
- 3 Preparazione
- 4 Iscrizione all'esame di professione

B LIVELLO RICHIESTO / INQUADRAMENTO ALL'INTERNO DEL SISTEMA

C PARTI D'ESAME E REQUISITI

- 1 Lavoro di progetto
- 2 Marketing/Vendite
- 3 PPS/Tecnica
- 4 Economia

D ALLEGATI

- 1 Profilo professionale, carta delle competenze operative, criteri legati alle prestazioni (in conformità agli allegati)
- 2 Livello professionale richiesto
- 3 Indirizzi delle associazioni mantello
- 2 Indirizzo della segreteria d'esame

Il presente documento contiene i livelli C assegnati ai significati e rappresenta un ausilio per elaborare le domande dell'esame e per consentire ai candidati di prepararsi all'esame.

A INFORMAZIONI GENERALI

Sulla base della regola linguistica dei nuovi regolamenti d'esame, anche all'interno delle direttive la denominazione professionale e il titolo professionale sono indicati sia in forma maschile sia in forma femminile.

Le direttive illustrano il regolamento d'esame relativo allo svolgimento dell'esame di professione di agente commerciale per stampa e media con attestato professionale federale (APF).

1 Scopo dell'esame

Attraverso l'esame di professione, i candidati dimostrano di possedere le competenze necessarie in materia di vendita e realizzazione di prodotti di stampa da un punto di vista economico-aziendale, tecnico, economico di mercato ed ecologico, nonché di essere in grado di comunicare in modo professionale e orientato alle vendite internamente con la produzione ed esternamente con la clientela.

2 Ammissione

L'ammissione è definita al punto 3.3 del regolamento d'esame.

2.21 All'esame è ammesso chi:

- a) è in possesso di un attestato federale di capacità in una professione del settore grafico, di un attestato federale di capacità di impiegato/a di commercio oppure di un altro attestato riconosciuto dalla commissione d'esame come equivalente;
- b) può attestare almeno due anni di pratica professionale nel settore grafico; oppure
- c) ha maturato almeno sei anni di pratica professionale nel settore della stampa, degli imballaggi o dei prodotti multimediali.

È fatta riserva del pagamento entro i termini della tassa d'esame di cui al punto 3.41 e della consegna puntuale del lavoro di progetto completo.

2.22 La decisione in merito all'ammissione all'esame è comunicata al candidato per iscritto almeno tre mesi prima dell'inizio dell'esame. La decisione negativa deve indicare la motivazione e i rimedi giuridici.

3 Preparazione

Il candidato che soddisfa le condizioni di cui al punto 3.3 del regolamento d'esame ha di norma frequentato il percorso di studi classico in preparazione all'esame di professione. Tuttavia, il candidato può acquisire le competenze necessarie anche da autodidatta.

Ulteriori informazioni sono disponibili presso la segreteria d'esame o gli uffici delle associazioni mantello viscom e VSD, i cui indirizzi sono riportati nell'allegato.

4 Iscrizione all'esame di professione

L'iscrizione deve essere presentata per iscritto alla segreteria d'esame unitamente ai documenti necessari di cui al punto 3.2 del regolamento d'esame. Il relativo indirizzo è indicato nell'allegato. Con riferimento agli anni di pratica richiesti, si calcola il periodo compreso fino all'inizio dell'esame. Il termine d'iscrizione è vincolante. La decisione in merito all'ammissione viene comunicata per iscritto ai candidati. Con temporaneamente, è necessario effettuare il pagamento della tassa d'esame, di cui al punto 3.4 del regolamento d'esame. Al più tardi 30 giorni prima dell'inizio dell'esame il candidato riceve informazioni dettagliate in merito all'organizzazione dell'esame e agli ausili.

B LIVELLO RICHIESTO / INQUADRAMENTO ALL'INTERNO DEL SISTEMA

Obiettivi chiave

Gli obiettivi chiave descrivono le parti d'esame del regolamento d'esame di agente commerciale per stampa e media con attestato professionale federale (APF). Inoltre, indicano il motivo per cui tali tematiche risultano importanti per il suddetto gruppo professionale.

Obiettivi di valutazione

Gli obiettivi di valutazione descrivono le singole competenze, classificate sulla base della tassonomia di B.S. Bloom.

Il modello a livelli C è costruito in modo che ogni livello superiore includa i contenuti di tutti i livelli inferiori.

Livello	Denominazione	Significato
C1	Sapere	Riprodurre le nozioni apprese. Conoscere una cosa, nominarla.
C2	Comprensione	Individuare, spiegare, suddividere, descrivere.
C3	Applicazione	Trasferire quanto appreso in una nuova situazione (transfer).
C4	Analisi	Esaminare una situazione complessa. Derivare le strutture e i principi di base.
C5	Sintesi	Continuare a pensare. Unione creativa di diversi fatti, concetti, temi, metodi.
C6	Valutazione	Sviluppare un giudizio in merito a una fattispecie complessa. Sviluppo di punti di vista individuali ai fini della valutazione.

C PARTI D'ESAME E REQUISITI

Il punto 5 del regolamento d'esame definisce l'ambito delle parti d'esame. Ogni parte d'esame può essere suddivisa in voci. Spetta alla commissione d'esame definire tale suddivisione.

Parte d'esame	Scritta	Orale
1 Lavoro di progetto	3 h	½ h
2 Marketing/Vendite	1 h	½ h
3 PCP (Pianificazione e controllo della produzione)/Tecnica	1 h	½ h
4 Economia	1 h	½ h
Totale	6 h	2 h

Parte d'esame 1 con ponderazione doppia, parti d'esame 2-4 con ponderazione singola.

La nota complessiva è la media derivante dalle quattro parti d'esame.

La media della nota complessiva deve essere almeno pari a 4.0 (si confronti il punto 6.41 a) del regolamento d'esame).

1 Parte d'esame relativa al lavoro di progetto

Obiettivo chiave

L'agente commerciale per stampa e media APF è in grado di comprendere i nessi generali e, sulla base degli strumenti della gestione del progetto, di concepire e attuare i rispettivi progetti.

Obiettivi di valutazione

1.1 Basi della gestione del progetto

- Conoscere e attuare i metodi (3-4)
- Conoscere e attuare le tipologie di progetto (3-4)
- Conoscere e attuare l'organizzazione e la gestione dei progetti (3-4)

1.2 Fasi del progetto

- Analisi della situazione: valutazione della situazione
Scomporre la fattispecie, comprendere le esigenze e gli obiettivi dei clienti, elaborare i nessi, individuare le cause, comunicare in modo orientato agli obiettivi (3-4)
- Definizione degli obiettivi
Chiarire e strutturare gli obiettivi, verificarne la completezza e formularli in modo neutrale in termini di soluzioni (3-4)
- Valutazione
Applicazione di tecniche creative (3-4)
- Valutazione della variante/decisione (3-4)
- Creazione di una pianificazione (3-4)
- Realizzazione dei progetti (3-4)
- Controlling dei progetti (3-4)

1.3 Lavoro interdisciplinare (caso di studio)

- Collegamento delle parti d'esame 1-4 e conseguente elaborazione di una proposta di soluzione (C5)
- Presentazione delle proposte elaborate e capacità di argomentare in modo convincente nell'ambito della discussione tecnica (C5)

2 Parte d'esame relativa a Marketing/Vendite

Obiettivo chiave

L'agente commerciale per stampa e media APF impiega efficacemente gli aspetti legati alla commercializzazione portati avanti dall'azienda nell'ambito del marketing. Comprende e illustra le basi del marketing e delle vendite. L'agente commerciale per stampa e media APF combina gli elementi della pianificazione/progettazione marketing e gli strumenti del marketing mix e delle vendite, concentrandosi sul successo dell'azienda sul mercato.

Obiettivi di valutazione

2.1. Basi del marketing

- Illustrare i concetti fondamentali del marketing (1)
- Conoscere i compiti e i campi d'azione del marketing (2)
- Illustrare le relazioni e situazioni inerenti al mercato (2)

2.2 Piano marketing e strumenti di marketing

- Elencare e descrivere gli elementi del piano marketing (1)
- Descrivere gli obiettivi e i metodi della ricerca di mercato (1)
- Indicare, spiegare e analizzare gli eventi del mercato e i vari attori (3)
- Definire gli obiettivi del marketing e i gruppi target (3)
- Sviluppare strategie di marketing, da cui derivare le relative strategie di elaborazione del mercato (3)
- Adattare gli strumenti di marketing e di vendita alle prestazioni dell'azienda (3)

2.3 Comunicazione

- Spiegare e applicare gli effetti e le tecniche della comunicazione (3)
- Differenziare la comunicazione verbale, non verbale e paraverbale (2)
- Illustrare le cause di possibili fraintendimenti (2)
- Applicare i principi della scrittura orientata ai gruppi target e alle varie situazioni (3)

2.4 Vendite

- Conoscere e applicare i fattori della gestione dei rapporti con i clienti (CRM) (3)
- Individuare le esigenze dei clienti (3)
- Preparare e svolgere colloqui di vendita specifici per i singoli clienti (3)
- Impiegare le tecniche di presentazione in modo mirato (3)
- Individuare e gestire situazioni critiche nell'ambito delle vendite (3)
- Realizzare una situazione win-win durante le trattative (3)
- Individuare i segnali di acquisto del cliente e applicare le tecniche di chiusura delle vendite (3)
- Realizzare offerte su misura per i clienti (3)
- Gestire correttamente i reclami (2)

3 Parte d'esame relativa a PCP (Pianificazione e controllo della produzione)/Tecnica

Obiettivo chiave

L'agente commerciale per stampa e media APF conosce le procedure tecnico-produttive così bene da essere in grado di assumere incarichi complessi come interfaccia tra l'organizzazione e la produzione. L'agente commerciale per stampa e media APF conosce le misure aziendali a tutela dell'ambiente ed è informato in merito ai processi di produzione economici ed ecologici.

Obiettivi di valutazione

3.1 Pianificazione della produzione (PP)

- Indicare i settori della PP (2)
- Organizzare i processi sulla base dei principi di un'azienda organizzata in modo sistemico (2)
- Illustrare i contenuti e le finalità dei seguenti sottosectori della PP: (2)
 - Pianificazione delle esigenze a livello di personale
 - Pianificazione degli incarichi
 - Pianificazione dei processi di lavoro
 - Pianificazione delle esigenze in termini di spazio e posti di lavoro
 - Pianificazione dei mezzi d'esercizio
 - Pianificazione dell'orario di lavoro, gestione del tempo, classi di tempo, catalogo delle prestazioni
 - Pianificazione del fabbisogno di materiali
 - Management information system (MIS)
 - Attuali norme e standard dal punto di vista economico ed ecologico

3.2 Controllo della produzione (CP)

- Illustrare, esporre e documentare i contenuti e le finalità dei seguenti sottosectori: (2-3)
 - Calcolo (tempo e costi)
 - Nessi legati all'elaborazione informatizzata, degli incarichi al fine di realizzare istruzioni di produzione (calcolo preventivo, elaborazione dell'incarico, pianificazione, monitoraggio, fatturazione, calcolo consuntivo)
 - Gestione degli incarichi
 - Pianificazione, istruzioni di lavoro e pianificazione degli appuntamenti
 - Gestione dei materiali (logistica)
 - Indicazione delle possibilità di gestione e verifica della qualità (2)

3.3 Produzione in generale

- Individuare e descrivere i nessi relativi agli aspetti tecnici dell'elaborazione, dallo sviluppo dell'idea alla consegna (2)
- Indicare i processi di produzione ottimali (utilizzo dei dati trasversale alle piattaforme, procedure di produzione alternative) (2)
- Descrivere il collegamento delle singole fasi produttive (2)
- Valutare i processi di produzione rispetto all'efficienza energetica e alla sostenibilità ambientale (2-3)
- Offrire consulenza ai clienti in merito alle possibilità di elaborazione tecnica (2)
- Illustrare la logistica e la gestione del magazzino (2)
- Conoscere e descrivere le diverse opzioni della logistica e delle spedizioni (3)

3.4 Risorse aziendali

- Illustrare le possibilità legate ai vari formati di dati di testo e delle immagini e alla relativa elaborazione (2)
- Individuare le possibilità tecniche legate ai macchinari per la stampa e l'ulteriore lavorazione (2)
- Illustrare le modalità di funzionamento delle macchine da stampa tradizionali e digitali (2)
- Individuare gli errori di produzione e i problemi di stampa (2)
- Definire la garanzia e gestione della qualità (2)

3.5 Materiali

- Evidenziare la qualità, le modalità di utilizzo e la sostenibilità ambientale dei vari materiali di stampa (4)
- Illustrare le basi ecologiche ed economiche del processo di stampa (2)
- Evidenziare i vantaggi e gli svantaggi dei materiali di finitura (effetto metallico, lacca, laminatura, ecc.) (3-4)
- Descrivere e illustrare i vantaggi e gli svantaggi delle varie possibilità di rilegatura (punto metallico, filo, colla) (2-3)
- Conoscere diverse tipologie di carta e illustrare i relativi vantaggi e svantaggi a livello di tecnica di stampa (2)
- Conoscere e impiegare i principali marchi di carta (ecologici e tecnici) (2-3)
-

3.6 Informatica

- Conoscere i programmi applicativi di uso corrente e le applicazioni multimediali interattive per il layout di testi, immagini e grafici (1)
- Illustrare le disposizioni in materia di sicurezza informatica (2)

4 Parte d'esame relativa all'economia

Obiettivo chiave

L'agente commerciale per stampa e media APF conosce le basi dell'economia aziendale, dell'ordinamento giuridico e dei nessi fondamentali dell'economia politica. Tra questi rientrano la contabilità finanziaria e aziendale, la contabilità analitica, l'economia e la giurisprudenza.

Obiettivi di valutazione

4.1 Contabilità finanziaria

- Enunciare le strutture e gli elementi della contabilità nonché i relativi nessi (2)
- Conoscere i principali compiti della contabilità generale e finanziaria (1)
- Conoscere il bilancio, il conto economico e le tipologie di conti (1)
- Illustrare l'impostazione e la struttura della contabilità finanziaria sulla base dei piani dei conti (2)
- Conoscere i sistemi di contabilità e le relative finalità di utilizzo (1)
- Portare a termine casi aziendali elementari sulla base delle disposizioni e chiudere conti (3)
- Descrivere la struttura, la funzione e gli obiettivi delle contabilità ausiliarie (2)
- Illustrare ammortamenti e rettifiche di valore (contabilità finanziaria) (2)
- Applicare e interpretare importanti indicatori della contabilità finanziaria (2-3)
- Conoscere e illustrare il principio dell'IVA e i rispettivi tassi (1-2)

4.2 Contabilità aziendale

- Illustrare la struttura, la funzione e gli obiettivi della contabilità d'esercizio (2)
- Illustrare la funzione della contabilità analitica (2)
- Individuare i nessi e le ripercussioni tra i costi e le prestazioni (2)
- Conoscere gli ammortamenti e le rettifiche di valore della contabilità finanziaria (1)
- Analisi dei costi:
 - illustrare le tipologie di costo e la relativa registrazione (2)
 - differenziare e applicare costi specifici e costi comuni (3)
 - effettuare ratei e risconti rispetto alla contabilità finanziaria (3)
- Contabilità per centri di costo:
 - descrivere la struttura di un piano dei centri di costo e le varie tipologie di centro di costo (1)
 - effettuare l'allocazione dei costi comuni e la relativa distribuzione/ripartizione (3)
- Calcolo dei fattori di costo:
 - illustrare la finalità del calcolo dei fattori di costo (2)
 - ricavare i criteri per la creazione di gruppi di fattori di costo (3)
 - identificare e valutare il rendimento dei singoli gruppi di fattori di costo (3)

- Calcolo delle prestazioni:
- conoscere i principi del calcolo delle prestazioni (2)
- indicare i metodi relativi alla registrazione delle prestazioni e dei costi (1)
- creare e interpretare i calcoli dei costi relativi ai centri di lavoro (3)
- illustrare le classi di tempo e la relativa registrazione (2)
- comprendere, interpretare e valutare i fogli della contabilità d'esercizio di un'azienda (2)
- determinare le tariffe orarie e i supplementi (3)
- determinare il rendimento per singolo gruppo di fattori di costo (2)
- determinare l'utile e il risultato di esercizio (cashflow) (2)
- determinare e interpretare gli indicatori (2-3)

4.3 La contabilità aziendale come base del calcolo

- Illustrare le caratteristiche e i nessi del calcolo preventivo e consuntivo (2)
- Applicare lo schema di calcolo e il calcolo dei contributi di copertura (3)
- Distinguere e assegnare i costi fissi e variabili (3)
- Offrire una panoramica delle basi e dei sistemi di calcolo (2)
- Evidenziare le differenze e i nessi tra i dati relativi ai costi e alle prestazioni specifici dell'azienda e rilevanti per il mercato (2)
- Individuare e applicare il significato dei costi specifici eccezionali come sconti, ribassi, commissione dei consulenti, trasporto, magazzino, ecc. (2-3)
- Calcolare e offrire servizi da impresa generale (3)

4.4 Diritto

- Introduzione al diritto con particolare riguardo per i concetti di diritto e giustizia: da un'esperienza diretta ricavare il senso e la finalità di un sistema giuridico e, sotto forma di esempio, evidenziare la necessità di una gerarchia di promulgazione (2)
- Illustrare varie fonti giuridiche, i tratti fondamentali dell'amministrazione della giustizia e i principi giuridici generali e valutarli criticamente rispetto al proprio sistema di valori (2-3)
- Applicare e attuare il Codice delle obbligazioni (CO) e il Codice civile (CC) come utili strumenti di lavoro (2)
- Descrivere le caratteristiche fondamentali della contrattualistica generale; illustrare e comparare fra loro la definizione e il significato dei concetti legali di base in ambito commerciale e privato; risolvere autonomamente brevi casi di applicazione (2-3)
- Descrivere e interpretare i principi fondamentali e le disposizioni della Legge sul lavoro; evidenziare il significato della protezione della salute e della sicurezza sul lavoro (2-3)
- Descrivere e interpretare i principi fondamentali e le disposizioni del contratto collettivo di lavoro relativo al settore (2-3)
- Delimitare gli ambiti delle singole forme giuridiche sulla base dei criteri distintivi sostanziali e documentarle con esempi tratti dalla pratica commerciale (SA, società a responsabilità limitata, ditta individuale, società in nome collettivo) (2-3)
- Descrivere e interpretare i principi fondamentali e le disposizioni della Legge sulla protezione dei dati (2-3)

4.5 Economia politica

- Analizzare in modo approfondito i principi fondamentali di economia politica ed evidenziare, tramite esempi, nessi economici basilari (3-4)
- Evidenziare le differenze e caratteristiche tipiche di microeconomia e macroeconomia (2)
- Comprendere, spiegare e applicare in termini di economia politica ambiti di applicazione significativi come il ciclo economico, la formazione del capitale e dei prezzi, il valore interno ed esterno del denaro (incl. inflazione e deflazione), la politica monetaria e congiunturale e l'economia esterna; illustrare e interpretare adeguatamente i collegamenti all'interno delle attività economiche (2-3)

4.6 Organizzazione

- Evidenziare le diverse forme di organizzazione e le relative peculiarità (2)
- Definire gli ausili organizzativi e indicare le finalità d'utilizzo (descrizione delle mansioni, capitolato d'onori, diagramma funzionale, organigramma, missione) (2-1)
- Evidenziare la situazione dei singoli settori gestionali rispetto al loro collocamento e ai loro compiti all'interno di un'azienda (3)

D ALLEGATI

- 1** **Profilo professionale, carta delle competenze operative, criteri legati alle prestazioni**
(in conformità agli allegati)

2 Livello professionale richiesto

Ambiti di competenza

- A Pianificare la preparazione al lavoro
- B Sviluppare l'idea, il progetto e la bozza
- C Definire l'impostazione
- D Coordinare e attuare la realizzazione
- E Utilizzare le conoscenze tecniche in tutti i settori
- F Impiegare le competenze personali e sociali
(in conformità agli allegati)

3 Indirizzi delle associazioni mantello

1.1 viscom

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

1.2 VSD

Verband der Schweizer Druckindustrie
Schosshaldenstrasse 20
3006 Berna
Tel. 031 351 15 11
Fax 031 352 37 38
www.vsd.ch

2 Indirizzo della segreteria d'esame

Segreteria d'esame

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