Associazione promotrice svizzera per l'esame di professione di specialista in marketing

Regolamento d'esame

per

l'esame federale di professione di specialista in marketing*

del 31 ottobre 2017

Visto l'articolo 28 capoverso 2 della legge federale del 13 dicembre 2002 sulla formazione professionale, l'organo responsabile di cui al punto 1.3 emana il seguente regolamento d'esame.

1. Disposizioni generali

1.1 Scopo dell'esame

Obiettivo dell'esame federale di professione è stabilire se i candidati hanno le competenze necessarie per l'esercizio di un'attività professionale complessa e che comporta un elevato grado di responsabilità.

1.2 Profilo professionale

1.21 Campo d'attività

Gli specialisti in marketing lavorano in tutti i settori, analizzando gli sviluppi di mercato, ideando e pianificando attività di marketing e realizzandole personalmente o con il ricorso a specialisti. Il loro campo d'attività abbraccia tutte le tipologie di beni commerciali e tutti gli strumenti di marketing. Assistono la direzione del marketing nei suoi compiti o rispondono personalmente di un sottosettore, ad esempio del marketing digitale o del product management. Costituiscono l'interfaccia centrale tra tutti i gruppi di interesse coinvolti nel processo di creazione del valore aggiunto e i clienti.

1.22 Principali competenze operative professionali

Gli specialisti in marketing sono in grado di:

- creare progetti in base agli obiettivi di marketing;
- prefiggersi obiettivi ragionevoli nei progetti, dedurre strategie, definire le necessarie misure nell'ambito del budget e controllarle di conseguenza;
- realizzare una pianificazione crossmediale che coinvolga tutti gli strumenti di comunicazione, ponderando correttamente i singoli strumenti in base agli obiettivi predefiniti;
- attuare le misure previste prestando la dovuta attenzione alla correttezza giuridica e collaborare con gli specialisti esterni;
- coprire dal punto di vista progettuale e operativo il settore del marketing digitale;
- pianificare le campagne digitali utilizzando sistematicamente i canali e gli strumenti necessari;
- elaborare i propri compiti in modo interdisciplinare;

---

* In un'ottica di leggibilità e scorrevolezza, all'interno del testo il genere maschile è impiegato per ambo i sessi.

- raccogliere informazioni sugli sviluppi di mercato con i diversi attori di mercato, analizzarle e trarne le corrette conclusioni;
- pianificare e realizzare la prestazione di mercato, inclusa la politica delle offerte e dei prezzi, e garantire sempre la qualità adeguandola all'occorrenza;
- pianificare i singoli strumenti di comunicazione, metterli in rete, applicarli e controllarli;
- configurare la distribuzione operativa, avviare partenariati ragionevoli e ottimizzare continuamente i processi di distribuzione;
- raccogliere informazioni e conoscenze e organizzare in modo efficiente e mirato il proprio lavoro mediante appropriate tecniche di lavoro, competenze metodologiche, know-how in materia di project management e con la corretta rete interna all'azienda ed extra-aziendale.

1.23 Esercizio della professione

Gli specialisti in marketing gestiscono autonomamente il proprio campo d'attività, spesso coordinando specialisti esterni. Nell'esercizio dei propri compiti, che incidono in modo determinante sul processo aziendale di fornitura delle prestazioni, si assumono una grande responsabilità e fungono da interfaccia nell'organizzazione.

1.24 Contributo della professione alla società, all'economia, alla cultura e alla natura

Con il loro lavoro, gli specialisti in marketing contribuiscono in modo fondamentale al mantenimento e alla promozione della competitività aziendale, concorrendo al benessere dell'economia nazionale. Riconoscono tempestivamente le esigenze e le tendenze all'interno della società e sono in grado di soddisfarle con l'offerta corretta. Il loro comportamento è caratterizzato dal rispetto per l'ambiente e dall'uso sostenibile delle risorse.

1.3 Organo responsabile

L'organo responsabile è costituito dalla seguente organizzazione del mondo del lavoro:

Associazione promotrice svizzera per l'esame di professione di specialista in marketing con attestato professionale federale

L'organo responsabile è competente per tutta la Svizzera.

2. Organizzazione

2.1 Composizione della commissione d'esame

2.11 Tutti i compiti relativi al rilascio dell'attestato professionale sono affidati a una commissione d'esame composta da almeno 5 membri e nominata dal comitato direttivo dell'organo responsabile per un periodo di 3 anni.

2.12 I membri della commissione d'esame sono vicini al mondo del lavoro in cui opera il profilo professionale oggetto dell'esame.

2.13 La commissione d'esame si autocostituisce. Essa è in grado di deliberare se è presente la maggioranza dei membri. Le decisioni richiedono la maggioranza dei membri presenti. A parità di voti è il presidente a decidere.

2.14 La commissione d'esame può delegare compiti amministrativi a una segreteria.

2.2 Compiti della commissione d'esame

2.21 La commissione d'esame:

a) emana le direttive inerenti al regolamento d'esame e le aggiorna periodicamente;
b) stabilisce le tasse d'esame;
c) stabilisce la data e il luogo d'esame;
d) definisce il programma d'esame;
e) predispone la preparazione dei compiti d'esame e cura lo svolgimento dell'esame;
f) nomina i periti, li forma per le loro funzioni e li impiega;
g) decide l'ammissione all'esame e l'eventuale esclusione dallo stesso;
h) decide il conferimento dell'attestato professionale;
i) tratta le domande e i ricorsi;
j) si occupa della contabilità e della corrispondenza;
k) decide in merito al riconoscimento di altri titoli o altre prestazioni;
l) rende conto della sua attività alle istanze superiori e alla Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione (SEFRI);
m) provvede allo sviluppo e alla garanzia della qualità, in particolare al regolare aggiornamento del profilo di qualificazione in conformità con le esigenze del mercato del lavoro.

2.3 Svolgimento non pubblico/vigilanza

2.31 L'esame si svolge sotto la vigilanza della Confederazione. Non è pubblico. In casi particolari, la commissione d'esame può concedere delle deroghe.

2.32 La SEFRI riceve tempestivamente l'invito all'esame e la relativa documentazione.

3. Pubblicazione, iscrizione, ammissione, spese

3.1 Pubblicazione

3.11 L'esame è pubblicato almeno cinque mesi prima del suo inizio nelle tre lingue ufficiali (tedesco, francese e italiano).

3.12 La pubblicazione deve almeno indicare:

- le date d'esame;
- la tassa d'esame;
- l'ufficio d'iscrizione;
- il termine d'iscrizione;
- le modalità di svolgimento dell'esame.

3.2 Iscrizione

All'iscrizione devono essere allegati:

a) un riepilogo del percorso professionale assolto e della pratica professionale svolta;
b) le copie dei titoli e dei certificati di lavoro richiesti ai fini dell'ammissione;
c) l'indicazione della lingua d'esame;
d) la copia di un documento d'identità con fotografia;
e) l'indicazione del numero di assicurazione sociale (numero AVS)[1].

3.3 Ammissione

3.31 All'esame è ammesso chi:

a) è in possesso di un attestato federale di capacità con una formazione professionale di base di almeno tre anni, fornisce un diploma di una scuola media di commercio riconosciuta dallo Stato, un diploma di una scuola di diploma o una scuola media specializzata riconosciuta dallo Stato della durata almeno triennale o possiede un certificato di maturità (tutti i profili)

e

b) può attestare almeno due anni di pratica professionale specifica.

3.32 È altresì ammesso all'esame chi:

a) è in possesso di un certificato federale di formazione pratica (CFP) con una formazione professionale di base di almeno due anni

e

b) può attestare almeno tre anni di pratica professionale specifica.

3.33 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.

È fatta riserva del pagamento della tassa d'esame entro i termini fissati al punto 3.41.

3.4 Spese

3.41 Il candidato versa la tassa d'esame secondo la tempistica indicata nella convocazione. Le tasse di stampa dell'attestato professionale e di iscrizione nel registro dei titolari di attestato professionale nonché l'eventuale contributo alle spese per il materiale sono a carico dei candidati e vengono riscossi separatamente.

3.42 Ai candidati che, conformemente al punto 4.2, si ritirano entro i termini prescritti o devono ritirarsi dall'esame per motivi validi viene rimborsato l'importo pagato, dedotte le spese sostenute.

3.43 Chi non supera gli esami non ha diritto ad alcun rimborso.

3.44 La tassa d'esame per i candidati ripetenti è fissata dalla commissione d'esame caso per caso, tenendo conto delle parti d'esame da ripetere.

---

[1] La base legale è contenuta nell'ordinanza sulle rilevazioni statistiche (RS 431.012.1; n. 70 dell'allegato). La commissione d'esame o la SEFRI rileva il numero AVS per conto dell'Ufficio federale di statistica e lo utilizza a fini puramente statistici.

3.45 Le spese di viaggio, vitto, alloggio e assicurazione durante gli esami sono a carico dei candidati.

4. Svolgimento dell'esame

4.1 Convocazione

4.11 L'esame ha luogo se, dopo la pubblicazione, almeno 70 candidati adempiono alle condizioni d'ammissione o almeno ogni due anni.

4.12 I candidati possono essere esaminati in una delle tre lingue ufficiali: italiano, francese o tedesco.

4.13 I candidati sono convocati almeno 30 giorni prima dell'inizio dell'esame scritto e almeno 20 giorni prima dell'inizio dell'esame orale. La convocazione contiene:

a) il programma d'esame con l'indicazione precisa del luogo, della data e dell'ora dell'esame e degli ausili che il candidato è autorizzato a usare e a portare con sé;
b) l'elenco dei periti.

4.14 Le richieste di ricusazione dei periti opportunamente motivate devono essere presentate alla commissione d'esame almeno sette giorni prima dell'inizio dell'esame. La commissione d'esame adotta le disposizioni necessarie.

4.2 Ritiro

4.21 I candidati possono ritirare la propria iscrizione entro otto settimane prima dell'inizio dell'esame.

4.22 Trascorso questo termine, il ritiro deve essere giustificato da motivi validi. Sono considerati motivi validi:

a) maternità;
b) malattia e infortunio;
c) lutto nella cerchia ristretta;
d) servizio militare, civile o di protezione civile imprevisto.

4.23 Il candidato deve immediatamente notificare per iscritto alla commissione d'esame il suo ritiro allegando i documenti giustificativi.

4.3 Mancata ammissione ed esclusione

4.31 I candidati che, in relazione alle condizioni di ammissione, forniscono deliberatamente indicazioni false o cercano in altri modi di ingannare la commissione d'esame non sono ammessi all'esame.

4.32 È escluso dall'esame chi:

a) utilizza ausili non autorizzati;
b) infrange in modo grave la disciplina dell'esame;
c) tenta di ingannare i periti.

4.33 L'esclusione dall'esame deve essere decisa dalla commissione d'esame. Il candidato ha il diritto di sostenere l'esame con riserva fino al momento in cui la commissione d'esame non ha deliberato al riguardo.

4.4 Sorveglianza degli esami, periti

4.41 L'esecuzione dei lavori d'esame scritti è sorvegliata da almeno una persona competente nella materia d'esame la quale annota le proprie osservazioni.

4.42 La valutazione dei lavori d'esame scritti è effettuata da almeno due periti che determinano la nota congiuntamente.

4.43 Almeno due periti presenziano agli esami orali, prendono nota del colloquio d'esame e dello svolgimento generale, valutano le prestazioni e determinano la nota congiuntamente.

4.44 I periti recedono dall'incarico se sono parenti, superiori o ex superiori, collaboratori o colleghi del candidato, oppure suoi docenti nei corsi di preparazione.

4.5 Riunione conclusiva per l'attribuzione delle note

4.51 La commissione d'esame delibera il superamento dell'esame in una riunione indetta al termine dello stesso. La persona che rappresenta la SEFRI è invitata per tempo alla riunione.

4.52 I parenti e i superiori o ex superiori, collaboratori o colleghi del candidato nonché i docenti dei corsi di preparazione da lui frequentati recedono dall'incarico per la delibera sul conferimento dell'attestato professionale.

5. Esame

5.1 Parti d'esame

5.11 L'esame è costituito dalle seguenti parti e dura:

Parte d'esame			Tipo d'esame	Durata
1	Fondamenti		scritto	120 minuti
2	Studio guidato di un caso, marketing e vendite		scritto	180 minuti
3	Studio guidato di un caso, pianificazione		scritto	180 minuti
4	Studio guidato di un caso, attuazione		scritto	120 minuti
5	Prova del cestino della posta in arrivo		scritto	90 minuti
6	Presentazione e colloquio tecnico			
	6.1	Presentazione (di cui 120 minuti per la preparazione)	orale	140 minuti
	6.2	Colloquio tecnico	orale	30 minuti
7	Situazioni critiche per il successo		orale	30 minuti
			Totale	890 minuti

La parte d'esame 1 consiste in un esame scritto con il quale vengono verificate le conoscenze dei fondamenti nell'ambito della vendita e del marketing.

La parte d'esame 2 consiste nello studio guidato di un caso, focalizzandosi sui processi e sui compiti centrali degli specialisti in marketing nei campi operativi «Autogestione e project management» (CO 1), «Effettuazione di analisi» (CO 2), «Realizzazione della prestazione di mercato» (CO 3), «Configurazione della comunicazione» (CO 4) e «Configurazione della distribuzione» (CO 5).

La parte d'esame 3 consiste nello studio guidato di un caso, focalizzandosi sulla concezione e pianificazione e tenendo conto in via integrativa dei processi e dei compiti centrali degli specialisti in marketing in tutti i campi operativi con particolare attenzione ai campi «Creazione di progetti» (CO 6), «Gestione del marketing digitale» (CO 7) e «Realizzazione degli strumenti di comunicazione» (CO 8).

La parte d'esame 4 consiste nello studio guidato di un caso, focalizzandosi sull'attuazione e tenendo conto in via integrativa dei processi e dei compiti centrali degli specialisti in marketing in tutti i campi operativi con particolare attenzione ai campi «Creazione di progetti» (CO 6), «Gestione del marketing digitale» (CO 7) e «Realizzazione degli strumenti di comunicazione» (CO 8).

La parte d'esame 5 consiste nella prova del cestino della posta in arrivo, nella quale gli specialisti in marketing devono mettere in ordine di priorità e pianificare le diverse attività di una giornata di lavoro.

La parte d'esame 6 è costituita da due voci d'esame e comprende un caso pratico o un problema che gli specialisti in marketing devono elaborare, illustrandone i risultati in una presentazione e discutendoli nel colloquio tecnico.

La parte d'esame 7 consiste in situazioni critiche per il successo, nelle quali gli specialisti in marketing dimostrano di essere in grado di trattare in modo rapido e corretto situazioni problematiche.

5.12 Ogni parte d'esame può essere suddivisa in voci. La commissione d'esame definisce questa suddivisione e la ponderazione delle voci nelle direttive inerenti al regolamento d'esame.

5.2 Requisiti per l'esame

5.21 La commissione d'esame emana le disposizioni dettagliate in merito all'esame finale nelle direttive inerenti al regolamento d'esame (di cui al punto 2.21 lett. a).

5.22 La commissione d'esame decide l'equivalenza di parti d'esame o moduli di altri esami di livello terziario già conclusi e l'eventuale esonero dall'esame nelle corrispondenti parti previste dal presente regolamento. Non è consentito l'esonero dalle parti d'esame che, secondo il profilo professionale, rappresentano le competenze principali dell'esame.

6. Valutazione e attribuzione delle note

6.1 Disposizioni generali

La valutazione delle singole parti d'esame e dell'esame viene espressa in note. Si applicano le disposizioni di cui ai punti 6.2 e 6.3 del regolamento.

6.2 Valutazione

6.21 Le note delle voci sono espresse con punti interi o mezzi punti, conformemente al punto 6.3.

6.22 La nota di una parte d'esame corrisponde alla media, arrotondata a un decimale, delle note delle voci in cui la parte d'esame è suddivisa. Se il metodo di valutazione non contempla note di voci, la nota della parte d'esame viene calcolata direttamente in conformità con il punto 6.3.

6.23 La nota complessiva è data dalla media delle note delle singole parti d'esame. Essa è arrotondata a un decimale.

6.3 Valore delle note

Le prestazioni sono valutate con note da 6 a 1. Il 4,0 e le note superiori designano prestazioni sufficienti. Non sono ammesse note intermedie diverse dai mezzi punti.

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

6.41 L'esame è superato se:

a) la nota complessiva è pari ad almeno 4,0;
b) non più di due parti d'esame sono state valutate con una nota inferiore a 4,0;
c) nessuna parte d'esame è stata valutata con una nota inferiore a 3,0.

6.42 L'esame non è superato se il candidato

a) non si ritira entro il termine previsto;
b) si ritira dall'esame o da una parte d'esame pur non avendo motivi validi;
c) si ritira dopo l'inizio dell'esame pur non avendo motivi validi;
d) deve essere escluso dall'esame.

6.43 La commissione d'esame si basa esclusivamente sulle prestazioni fornite durante l'esame per decidere in merito al superamento di quest'ultimo. Chi supera l'esame ottiene l'attestato professionale federale.

6.44 La commissione d'esame rilascia a ogni candidato un certificato d'esame, dal quale risultano almeno:

a) le note delle singole parti d'esame e la nota complessiva dell'esame;
b) il superamento o il mancato superamento dell'esame;
c) l'indicazione dei rimedi giuridici in caso di mancato rilascio dell'attestato professionale.

6.5 Ripetizione

6.51 Chi non ha superato l'esame può ripeterlo due volte.

6.52 La ripetizione si limita alle parti d'esame nelle quali è stata fornita una prestazione insufficiente.

6.53 Per la ripetizione si applicano le stesse condizioni d'iscrizione e d'ammissione valide per il primo esame.

7. Attestato professionale, titolo e procedura

7.1 Titolo e pubblicazione

7.11 L'attestato professionale federale è rilasciato dalla SEFRI su richiesta della commissione d'esame e porta le firme della direzione della SEFRI e del presidente della commissione d'esame.

7.12 I titolari dell'attestato professionale sono autorizzati a portare il seguente titolo protetto:

– Specialista in marketing con attestato professionale federale
– Marketingfachfrau/Marketingfachmann mit eidgenössischem Fachausweis
– Spécialiste en marketing avec brevet fédéral

Per la versione inglese si usa la dicitura:

– Marketing Specialist, Federal Diploma of Higher Education

7.13 I nominativi dei titolari dell'attestato professionale sono iscritti in un registro tenuto dalla SEFRI.

7.2 Revoca dell'attestato professionale

7.21 La SEFRI può revocare un attestato professionale conseguito illegalmente con riserva di avviare una procedura penale.

7.22 Contro la decisione della SEFRI può essere interposto ricorso dinanzi al Tribunale amministrativo federale entro 30 giorni dalla notifica.

7.3 Rimedi giuridici

7.31 Contro le decisioni della commissione d'esame relative all'esclusione dall'esame o al rifiuto di rilasciare l'attestato professionale può essere inoltrato ricorso presso la SEFRI entro 30 giorni dalla notifica. Il ricorso deve contenere le richieste del ricorrente e le relative motivazioni.

7.32 In prima istanza la decisione sui ricorsi spetta alla SEFRI. Contro la sua decisione può essere interposto ricorso dinanzi al Tribunale amministrativo federale entro 30 giorni dalla notifica.

8. Copertura delle spese d'esame

8.1 L'organo responsabile dell'esame fissa su richiesta della commissione d'esame le tariffe secondo le quali vengono remunerati i membri della commissione d'esame e i periti.

8.2 L'organo responsabile dell'esame si fa carico delle spese d'esame, nella misura in cui non sono coperte dalle tasse d'esame, dal contributo federale o da altre fonti.

8.3 Al termine dell'esame la commissione d'esame invia alla SEFRI, conformemente alle sue direttive, un rendiconto dettagliato. Su questa base la SEFRI stabilisce il contributo federale per lo svolgimento dell'esame.

9. Disposizioni finali

9.1 Abrogazione del diritto previgente

Il regolamento del 19 settembre 2008 concernente l'esame federale di professione di specialista in marketing è abrogato.

9.2 Disposizioni transitorie

I ripetenti in base al regolamento previgente del 19 settembre 2008 possono ripetere l'esame una prima e/o una seconda volta entro il 2020 incluso.

9.3 Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore il 1° luglio 2018.

10. Emanazione

Zurigo, 28.9.2017

Associazione promotrice svizzera per l'esame di professione di specialista in marketing

Andreas Balazs
Presidente

Robert Wernli
Vicepresidente

Il presente regolamento è approvato.

Berna, 31.10.2017

Segreteria di Stato per la formazione,
la ricerca e l'innovazione SEFRI

Rémy Hübschi
Capodivisione Formazione professionale superiore