

Règlement

concernant

l'examen professionnel fédéral de spécialiste en marketing*

Date: *31 octobre 2017*

Vu l'art. 28, al. 2, de la loi fédérale du 13 décembre 2002 sur la formation professionnelle, l'organe responsable au sens du ch. 1.3 arrête le règlement d'examen suivant:

1. Dispositions générales

1.1 But de l'examen

L'examen professionnel fédéral a pour but de vérifier de manière exhaustive si les candidats ont acquis les compétences nécessaires pour exercer de manière responsable une activité professionnelle exigeante.

1.2 Profil de la profession

1.21 Domaine d'activité

Les spécialistes en marketing travaillent dans tous les secteurs de l'économie, ils analysent le marché, conçoivent et planifient des activités marketing et les mettent en œuvre eux-mêmes ou avec l'aide de spécialistes. Leur domaine d'activité s'étend à tous les types de biens économiques et à tous les instruments marketing. Ils assistent la direction marketing dans ses tâches ou assument de façon autonome la responsabilité d'un aspect du marketing, par exemple dans le domaine du marketing numérique ou du product management. Ils représentent un lien central entre les clients et tous les groupes d'intérêt impliqués dans la chaîne de création de valeur.

1.22 Principales compétences opérationnelles

Les spécialistes en marketing sont en mesure:

- d'établir des concepts à partir des objectifs de marketing;
- de se fixer des objectifs réalisables dans le cadre de ces concepts, d'en déduire des stratégies, de définir les mesures nécessaires en fonction du budget ainsi que d'en contrôler la mise en œuvre;
- de réaliser un plan cross media intégré couvrant la totalité des instruments de communication tout en pondérant correctement chacun de ces instruments d'après les objectifs;
- de mettre en œuvre les mesures prévues de manière conforme à la législation et de travailler avec des spécialistes externes;
- de couvrir le domaine du marketing numérique sur le plan stratégique et opérationnel;

* Pour faciliter la lecture du document, le masculin est utilisé pour désigner les deux sexes.

- de planifier des campagnes numériques et d'exploiter systématiquement les instruments et les canaux nécessaires;
- d'accomplir leurs tâches de manière interdisciplinaire;
- de recueillir des informations concernant le marché, sa situation ainsi que ses différents acteurs, de les analyser et d'en tirer les conclusions qui s'imposent;
- de planifier la prestation de marché, y compris la structure de l'offre et du prix, et d'en suivre la réalisation, d'assurer la qualité de manière systématique et de l'adapter si nécessaire;
- de planifier les différents instruments de communication, de les relier entre eux puis de se charger de la mise en œuvre et du contrôle;
- de concevoir la distribution sur le plan opérationnel, de créer des partenariats appropriés ainsi que de continuellement optimiser les processus de distribution;
- de rassembler informations et connaissances et d'organiser leur travail de manière pertinente et efficace en utilisant des techniques de travail appropriées, des compétences méthodologiques, un savoir-faire en matière de gestion de projet ainsi qu'un réseau professionnel adéquat, à l'interne comme à l'externe.

1.23 Exercice de la profession

Les spécialistes en marketing sont autonomes dans la manière de prendre leur domaine d'activité en charge et coordonnent fréquemment des spécialistes externes. Dans l'exercice de leurs attributions, qui ont une influence significative sur le processus entrepreneurial de fourniture des prestations, ils assument une responsabilité importante et remplissent une fonction de lien au sein de l'organisation.

1.24 Apport de la profession à la société, à l'économie, à la nature et à la culture

Par leur travail, les spécialistes en marketing contribuent de façon notable au maintien et à l'amélioration de la compétitivité de l'entreprise et concourent ainsi à la prospérité économique. Ils identifient rapidement les besoins et les tendances au sein de la société et sont en mesure d'y répondre grâce à une offre adaptée. Leurs actions se caractérisent par une approche respectueuse de l'environnement et une utilisation économe des ressources.

1.3 Organe responsable

L'organisation du monde du travail suivante constitue l'organe responsable:

Association faitière suisse pour l'examen professionnel pour spécialistes en marketing (SpMa) avec brevet fédéral

L'organe responsable est compétent pour toute la Suisse.

2. Organisation

2.1 Composition de la commission d'examen

2.11 Toutes les tâches liées à l'octroi du brevet fédéral sont confiées à une commission d'examen. Celle-ci se compose de 5 personnes au minimum et est nommée par l'organe responsable pour une période administrative de trois ans.

2.12 Les membres de la commission d'examen témoignent d'un rapport de proximité avec le secteur économique concerné par le profil de la profession.

- 2.13 La commission d'examen se constitue elle-même. Le quorum est atteint lorsque la majorité des membres sont présents. Les décisions se prennent à la majorité des membres présents. Le président tranche en cas d'égalité des voix.
- 2.14 La commission d'examen peut déléguer des tâches administratives à un secrétariat.

2.2 Tâches de la commission d'examen

- 2.21 La commission d'examen:
- a) arrête les directives relatives au présent règlement et les met à jour périodiquement;
 - b) fixe la taxe d'examen;
 - c) fixe la date et le lieu de l'examen;
 - d) détermine le programme de l'examen;
 - e) donne l'ordre de préparer les énoncés de l'examen et organise l'examen;
 - f) nomme et engage les experts, et les forme pour accomplir leurs tâches;
 - g) décide de l'admission à l'examen ainsi que d'une éventuelle exclusion de l'examen;
 - h) décide de l'octroi du brevet;
 - i) traite les requêtes et les recours;
 - j) s'occupe de la comptabilité et de la correspondance;
 - k) décide de la reconnaissance ou de la prise en compte d'autres diplômes et d'autres prestations;
 - l) rend compte de ses activités aux instances supérieures et au Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation (SEFRI);
 - m) veille au développement et à l'assurance de la qualité, et en particulier à l'actualisation régulière du profil de qualification en fonction des besoins du marché du travail.

2.3 Publicité et surveillance

- 2.31 L'examen est placé sous la surveillance de la Confédération. Il n'est pas public. Dans des cas particuliers, la commission d'examen peut autoriser des dérogations à cette règle.
- 2.32 Le SEFRI est invité suffisamment tôt à assister à l'examen et reçoit les dossiers d'examen.

3. Publication, inscription, admission et frais d'examen

3.1 Publication

- 3.11 L'examen est annoncé publiquement dans les trois langues officielles (français, allemand, italien) cinq mois au moins avant le début des épreuves.
- 3.12 La publication informe au moins sur:
- a) les dates des épreuves;
 - b) la taxe d'examen;
 - c) l'adresse d'inscription;
 - d) le délai d'inscription;
 - e) le déroulement de l'examen.

3.2 Inscription

L'inscription doit comporter:

- a) un résumé de la formation et des activités professionnelles du candidat;
- b) les copies des titres et des certificats de travail requis pour l'admission;
- c) la mention de la langue d'examen;
- d) la copie d'une pièce d'identité officielle munie d'une photo;
- e) la mention du numéro d'assurance sociale (numéro AVS)¹.

3.3 Admission

3.31 Sont admis à l'examen les candidats qui:

- a) possèdent un certificat fédéral de capacité sanctionnant une formation professionnelle initiale d'une durée de trois ans au minimum, un diplôme reconnu d'une école de commerce, un diplôme reconnu d'une école de culture générale ou d'une école de degré diplôme ayant un cursus d'une durée de trois ans au minimum, ou un certificat de maturité (tous profils)

et

- b) peuvent justifier d'au moins deux années de pratique dans le domaine professionnel.

3.32 Sont également admis à l'examen les candidats qui:

- a) possèdent une attestation fédérale de formation professionnelle (AFP) sanctionnant une formation professionnelle initiale d'une durée de deux ans au minimum

et

- b) peuvent justifier d'au moins trois années de pratique dans le domaine professionnel.

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

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

3.4 Frais

3.41 Après avoir reçu confirmation de son admission, le candidat acquitte la taxe d'examen. Les taxes pour l'établissement du brevet et pour l'inscription de son titulaire dans le registre officiel des titulaires de brevets, ainsi qu'une éventuelle contribution pour frais de matériel sont perçues séparément. Ces frais sont à la charge du candidat.

3.42 Le candidat qui, conformément au ch. 4.2, se retire dans le délai autorisé ou pour des raisons valables, a droit au remboursement du montant payé, déduction faite des frais occasionnés.

3.43 L'échec à l'examen ne donne droit à aucun remboursement.

¹ La base juridique de ce relevé est l'ordonnance sur les relevés statistiques (RS 431.012.1; n° 70 de l'annexe). La commission ou le SEFRI relève, sur mandat de l'Office fédéral de la statistique, les numéros AVS utiles à des fins purement statistiques.

- 3.44 Pour le candidat qui répète l'examen, la taxe d'examen est fixée dans chaque cas par la commission d'examen, compte tenu du nombre d'épreuves répétées.
- 3.45 Les frais de déplacement, de logement, de subsistance et d'assurance pendant la durée de l'examen sont à la charge du candidat.

4. Organisation de l'examen

4.1 Convocation

- 4.11 L'examen a lieu si, après sa publication, 70 candidats au moins remplissent les conditions d'admission ou au moins tous les deux ans.
- 4.12 Les candidats peuvent choisir de passer l'examen dans l'une des trois langues officielles: le français, l'allemand ou l'italien.
- 4.13 Les candidats sont convoqués 30 jours au moins avant le début de l'examen écrit et 20 jours au moins avant le début de l'examen oral. La convocation comprend:
- a) le programme de l'examen, avec l'indication du lieu, de la date, de l'heure des épreuves et des moyens auxiliaires dont les candidats sont autorisés ou invités à se munir;
 - b) la liste des experts.
- 4.14 Toute demande de récusation d'un expert doit être motivée et adressée à la commission d'examen sept jours au moins avant le début de l'examen. La commission prend les mesures qui s'imposent.

4.2 Retrait

- 4.21 Les candidats ont la possibilité d'annuler leur inscription jusqu'à huit semaines avant le début de l'examen.
- 4.22 Passé ce délai, le désistement n'est possible que si une raison valable le justifie. Sont notamment réputées raisons valables:
- a) la maternité;
 - b) la maladie et l'accident;
 - c) le décès d'un proche;
 - d) le service militaire, le service de protection civile ou le service civil imprévu.
- 4.23 Le retrait doit être communiqué sans délai et par écrit à la commission d'examen, assorti de pièces justificatives.

4.3 Non-admission et exclusion

- 4.31 Le candidat qui, en rapport avec les conditions d'admission, donne sciemment de fausses informations ou tente de tromper la commission d'examen de toute autre manière, n'est pas admis à l'examen.
- 4.32 Est exclu de l'examen quiconque:
- a) utilise du matériel ou des documents non autorisés;
 - b) enfreint gravement la discipline de l'examen;
 - c) tente de tromper les experts.

- 4.33 La décision d'exclure un candidat incombe à la commission d'examen. Le candidat a le droit de passer l'examen sous réserve, jusqu'à ce que la commission d'examen ait arrêté une décision formelle.

4.4 Surveillance de l'examen et experts

- 4.41 Au moins une personne compétente surveille l'exécution des travaux d'examen écrits. Elle consigne ses observations par écrit.
- 4.42 Deux experts au moins évaluent les travaux écrits. Ils s'entendent sur la note à attribuer.
- 4.43 Deux experts au moins procèdent aux examens oraux, prennent des notes sur l'entretien d'examen et sur le déroulement de l'examen, apprécient les prestations fournies et fixent en commun la note.
- 4.44 Les experts se récuse s'ils sont enseignants aux cours préparatoires, s'ils ont des liens de parenté avec le candidat ou s'ils sont ou ont été ses supérieurs hiérarchiques ou ses collaborateurs.

4.5 Séance d'attribution des notes

- 4.51 La commission d'examen décide de la réussite ou de l'échec des candidats lors d'une séance mise sur pied après l'examen. La personne représentant le SEFRI est invitée suffisamment tôt à cette séance.
- 4.52 Les experts se récuse lors de la prise de décision sur l'octroi du brevet s'ils sont enseignants aux cours préparatoires, s'ils ont des liens de parenté avec le candidat ou s'ils sont ou ont été ses supérieurs hiérarchiques ou ses collaborateurs.

5. Examen

5.1 Épreuves d'examen

5.11 L'examen est organisé selon les épreuves et les durées suivantes:

Épreuve	Forme d'examen	Durée
1 Connaissances de base	écrit	120 minutes
2 Étude de cas guidée, marketing et vente	écrit	180 minutes
3 Étude de cas guidée, planification	écrit	180 minutes
4 Étude de cas guidée, mise en œuvre	écrit	120 minutes
5 Exercice de la boîte aux lettres	écrit	90 minutes
6 Présentation et entretien professionnel		
6.1 Présentation (dont 120 minutes de préparation)	oral	140 minutes
6.2 Entretien professionnel	oral	30 minutes
7 Situations critiques	oral	30 minutes
	Total	890 minutes

L'épreuve 1 correspond à un examen écrit ayant pour but de vérifier les connaissances de base en matière de vente et de marketing.

L'épreuve 2 correspond à une étude de cas guidée, axée sur les processus principaux et les tâches majeures des spécialistes en marketing dans les champs d'action «Pratiquer l'autogestion et la gestion de projet» (CdA 1), «Procéder à des analyses» (CdA 2), «Réaliser la prestation de marché» (CdA 3), «Concevoir la communication» (CdA 4) et «Concevoir la distribution» (CdA 5).

L'épreuve 3 correspond à une étude de cas guidée, centrée sur la conception et la planification, tout en étant axée sur les processus principaux et les tâches majeures des spécialistes en marketing dans tous les champs d'action de l'option, à savoir «Etablir des concepts» (CdA 6), «Gérer le marketing numérique» (CdA 7) et «Mettre en œuvre des instruments de communication» (CdA 8).

L'épreuve 4 correspond à une étude de cas guidée, centrée sur la mise en œuvre, tout en étant axée sur les processus principaux et les tâches majeures des spécialistes en marketing dans tous les champs d'action de l'option, à savoir «Etablir des concepts» (CdA 6), «Gérer le marketing numérique» (CdA 7) et «Mettre en œuvre des instruments de communication» (CdA 8).

L'épreuve 5 correspond à un exercice de la boîte aux lettres dans lequel les spécialistes en marketing organisent et planifient différentes activités se présentant au cours d'une journée de travail.

L'épreuve 6 correspond à une épreuve en deux volets (points d'appréciation). Elle comprend une étude de cas ou un exercice que les spécialistes en marketing traitent et dont ils exposent les résultats dans le cadre d'une présentation avant de les discuter au cours d'un entretien professionnel.

L'épreuve 7 correspond à des situations critiques dans lesquelles les spécialistes en marketing démontrent qu'ils sont en mesure de réagir rapidement et de manière appropriée lorsqu'ils sont dans une situation problématique.

- 5.12 Chaque épreuve peut être subdivisée en points d'appréciation. La commission d'examen fixe cette subdivision et la pondération des points d'appréciation dans les directives relatives au présent règlement.

5.2 Exigences

- 5.21 La commission d'examen arrête les dispositions détaillées concernant l'examen final figurant dans les directives relatives au règlement d'examen (au sens du ch. 2.21, let. a).

- 5.22 La commission d'examen décide de l'équivalence des épreuves ou des modules effectués dans le cadre d'autres examens du degré tertiaire ainsi que de la dispense éventuelle des épreuves correspondantes du présent règlement d'examen. Les candidats ne peuvent être dispensés des épreuves qui portent, conformément au profil de la profession, sur les compétences principales.

6. Évaluation et attribution des notes

6.1 Généralités

L'évaluation des épreuves et de l'examen est basée sur des notes. Les dispositions des ch. 6.2 et 6.3 du règlement d'examen sont applicables.

6.2 Évaluation

- 6.21 Une note entière ou une demi-note est attribuée pour les points d'appréciation, conformément au ch. 6.3.

- 6.22 La note d'une épreuve est la moyenne des notes des points d'appréciation correspondants. Elle est arrondie à la première décimale. Si le mode d'appréciation permet de déterminer directement la note de l'épreuve sans faire usage de points d'appréciation, la note de l'épreuve est attribuée conformément au ch. 6.3.

- 6.23 La note globale de l'examen correspond à la moyenne des notes des épreuves. Elle est arrondie à la première décimale.

6.3 Notation

Les prestations des candidats sont évaluées au moyen de notes échelonnées de 6 à 1. Les notes supérieures ou égales à 4,0 désignent des prestations suffisantes. Seules les demi-notes sont admises comme notes intermédiaires.

6.4 Conditions de réussite de l'examen et de l'octroi du brevet

6.41 L'examen est réussi si:

- a) la note globale est égale ou supérieure à 4,0;
- b) une note inférieure à 4,0 n'a pas été obtenue dans plus de deux épreuves;
- c) aucune note inférieure à 3,0 n'a été obtenue.

6.42 L'examen est considéré comme non réussi si le candidat:

- a) ne se désiste pas à temps;
- b) ne se présente pas à l'examen ou à une épreuve, et ne donne pas de raison valable;
- c) se retire après le début de l'examen sans raison valable;
- d) est exclu de l'examen.

6.43 La commission d'examen décide de la réussite de l'examen uniquement sur la base des prestations fournies par le candidat. Le brevet fédéral est décerné aux candidats qui ont réussi l'examen.

6.44 La commission d'examen établit un certificat d'examen pour chaque candidat. Le certificat doit contenir au moins les données suivantes:

- a) les notes des différentes épreuves d'examen et la note globale de l'examen;
- b) la mention de réussite ou d'échec à l'examen;
- c) les voies de droit si le brevet est refusé.

6.5 Répétition

6.51 Le candidat qui échoue à l'examen est autorisé à le repasser à deux reprises.

6.52 Les examens répétés ne portent que sur les épreuves dans lesquelles le candidat a fourni une prestation insuffisante.

6.53 Les conditions d'inscription et d'admission au premier examen s'appliquent également aux examens répétés.

7. Brevet, titre et procédure

7.1 Titre et publication

7.11 Le brevet fédéral est délivré par le SEFRI à la demande de la commission d'examen et porte la signature de la direction du SEFRI et du président de la commission d'examen.

7.12 Les titulaires du brevet sont autorisés à porter le titre protégé de:

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

Traduction du titre en anglais:

- **Marketing Specialist, Federal Diploma of Higher Education**

7.13 Le nom des titulaires du brevet sont inscrits dans un registre tenu par le SEFRI.

7.2 Retrait du brevet

- 7.21 Le SEFRI peut retirer tout brevet obtenu de manière illicite. La poursuite pénale est réservée.
- 7.22 La décision du SEFRI peut être déférée dans les 30 jours suivant sa notification au Tribunal administratif fédéral.

7.3 Voies de droit

- 7.31 Les décisions de la commission d'examen concernant la non-admission à l'examen ou le refus du brevet peuvent faire l'objet d'un recours auprès du SEFRI dans les 30 jours suivant leur notification. Le recours doit mentionner les conclusions et les motifs du recourant.
- 7.32 Le SEFRI statue en première instance sur les recours. Sa décision peut être déférée dans les 30 jours suivant la notification au Tribunal administratif fédéral.

8. Couverture des frais d'examen

- 8.1 Sur proposition de la commission d'examen, l'organe responsable fixe le montant des indemnités versées aux membres de la commission d'examen et aux experts.
- 8.2 L'organe responsable assume les frais d'examen qui ne sont pas couverts par la taxe d'examen, la subvention fédérale ou d'autres ressources.
- 8.3 Conformément aux directives relatives au présent règlement, la commission d'examen remet au SEFRI un compte de résultats détaillé au terme de l'examen. Sur cette base, le SEFRI définit le montant de la subvention fédérale accordée pour l'organisation de l'examen.

9. Dispositions finales

9.1 Abrogation du droit en vigueur

Le règlement d'examen du 19 septembre 2008 concernant l'examen professionnel fédéral de spécialiste en marketing est abrogé.

9.2 Dispositions transitoires

Les candidats qui ont échoué à l'examen en vertu du règlement du 19 septembre 2008 ont la possibilité de le répéter une première fois et, le cas échéant, une seconde fois jusqu'en 2020.

9.3 Entrée en vigueur

Le présent règlement d'examen entre en vigueur au 1^{er} juillet 2018.

10. Édiction

Zurich, 28. 9. 2017

Association faîtière suisse pour l'examen professionnel pour spécialistes en marketing (SpMa)


Andreas Balazs
Président


Robert Wernli
Vice-président

Le présent règlement d'examen est approuvé.

Berne, le 31. 10. 2017

Secrétariat d'Etat à la formation,
à la recherche et à l'innovation (SEFRI)



Rémy Hübschi
Chef de la division Formation professionnelle supérieure