

Présentation à l'OFFT

Berne, 24 juin 2009

Mireille E. Saucy

Directrice des examens

Commission des examens SSRP



Organe responsable

Société Suisse de Relations Publiques (SSRP)

Depuis 1954, association des spécialistes en relations publiques.

Organisation faîtière réunissant sept sociétés régionales et comptant 1600 membres

Dès le 1^{er} janvier 2010, nouvelle désignation :

Association Suisse de Relations Publiques « pr suisse »

Deux examens par année, en français et en allemand



Examen professionnel supérieur de conseiller en RP :
env. 20 participants

Depuis 1979 : **662 diplômes fédéraux**



Examen professionnel de spécialiste en RP :
env. 160 participants

Depuis 1984 : **2586 brevets fédéraux**



Qu'entend-on par « relations publiques » (RP) ?

Les relations publiques, aussi appelées communication institutionnelle, désignent la gestion des processus de communication d'organisations avec leurs groupes de référence

Professions RP (présentes dans des agences RP ou intégrées dans des entreprises, des administrations, des organes publics ou des organisations à but non lucratif) :



conseiller en RP ou responsable des RP



porte-parole



rédacteur RP








spécialiste en RP



secrétaire RP



Profil de la profession de spécialiste en RP

-  être un/e collaborateur/trice qualifié/e dans sa spécialité
-  mettre en œuvre les moyens et les mesures RP planifiés
-  disposer d'un savoir technique relatif à l'élaboration conceptuelle de moyens et de mesures RP
-  concevoir les RP comme faisant partie de la communication intégrée
-  participer à l'élaboration de concepts partiels RP



planifier et réaliser ces concepts partiels de manière autonome



être responsable du déroulement sans faille sur le plan technique et administratif des mandats destinés aux fournisseurs et aux spécialistes



effectuer des contrôles des coûts, des échéances et de la qualité relatifs à la conception et à la production de moyens RP









veiller à la mise en œuvre technique et rédactionnelle de moyens RP et participer à leur conception



Compétences des spécialistes en RP

Ils savent :

-  collaborer au développement de concepts partiels RP, planifier l'application de ceux-ci et les réaliser de manière autonome
-  faire partager leur savoir technique lors de l'élaboration conceptuelle des mesures RP
-  procéder à la mise en œuvre technique et rédactionnelle de moyens et de mesures RP et participer à leur conception
-  concevoir les RP comme faisant partie de la communication intégrée
-  planifier l'attribution réussie sur le plan technique et administratif des mandats aux fournisseurs et aux spécialistes, exécuter celle-ci et procéder aux contrôles requis
-  effectuer des contrôles des coûts, des échéances et de la qualité concernant la conception et la production de moyens et de mesures RP

Examen professionnel de spécialiste en RP

Épreuves d'examen

Epreuves		Mode d'interrogation	Durée
1.	Production de moyens et de mesures en RP	écrit	4 heures
2.	Relations avec les médias	écrit	3 heures
3.	Ecriture et rédaction	écrit	4 heures
4.	Aspects conceptuels des RP	oral	25 minutes
5.	Paysage des médias	oral	25 minutes
6.	Principes fondamentaux et éthique en RP	oral	25 minutes
Total: 12 heures et 15 minutes			

Conditions d'admission (depuis 2009) :

Réussite de l'**examen d'admission MarKom** (*marketing communication*), un examen préalable portant sur le savoir de base dans les domaines suivants : économie d'entreprise, économie politique, droit ; vente ; marketing ; publicité ; relations publiques



Examen professionnel de spécialiste en RP

Matières d'examen

Production de moyens et de mesures RP (par écrit, 4 heures) **C2 à C4**

Planification, réalisation et évaluation de moyens et de mesures RP, tout particulièrement de manifestations, de publications et de mesures en ligne

Relations avec les médias (par écrit, 3 heures) **C2 à C5**

Réalisation et évaluation, d'une part, de mesures RP visant à transmettre des messages sous toutes les formes médiatiques et, d'autre part, de méthodes RP permettant de développer et de soigner des contacts avec les médias et leurs représentants

Écriture et rédaction (par écrit, 4 heures) **C2 à C5**

Écriture et rédaction de textes répondant à différents besoins et destinés à divers groupes cibles

Aspects conceptuels des RP (oralement, 25 minutes) **C2 à C5**

Formulation d'objectifs, de groupes cibles et de mesures RP sur la base de situations peu complexes

Paysage des médias (oralement, 25 minutes) **C2 à C3**

Description des principaux médias écrits dans les trois régions linguistiques de notre pays, des médias audiovisuels et électroniques, de la presse spécialisée ; établissement de listes de distribution aux médias à partir de situations initiales simples

Principes fondamentaux et éthique des RP (oralement, 25 minutes)
C2 à C3

Description des activités de relations publiques, de leurs objectifs principaux, de leurs sous-domaines, de leurs tâches ; délimitation par rapport aux disciplines apparentées que sont la communication marketing, le marketing, le marketing direct et la vente ; description des bases éthiques ayant cours dans les relations publiques et leurs organisations professionnelles

Examen professionnel de spécialiste en RP

Exemple concret

Production de moyens et de mesures RP

Présentation d'une situation initiale complexe et axée sur la pratique (exposé de la situation)

1^{re} partie (par écrit, 2 heures ; pondération : 35 %)

Présentation d'une situation initiale complexe et axée sur la pratique (exposé de la situation) :

- « PME en forme », promotion de la santé en entreprise
- manifestations, filières de formation, programmes scolaires, guides, check-lists, etc.
- contact avec des conseillers et des spécialistes
- Internet (aides au téléchargement)

Énoncé : spécialiste en RP dans une agence chargé d'assumer la planification, l'organisation et la réalisation de divers éléments d'un projet

Nouveauté : « Personal Swiss », la foire spécialisée dans la gestion du personnel





DVD d'information sur la promotion de la santé en entreprise destiné aux chefs d'entreprises, aux cadres et aux spécialistes des ressources humaines (15 %) :

- étapes de production, spécialistes
- calendrier, quoi ? qui ? quand ?
- 5 propositions de distribution du DVD



Stand dans une foire spécialisée (20%) :

- check-list avec calendrier d'exécution, y c. préparation et travaux consécutifs
- budget sommaire réaliste pour trois jours de foire spécialisée
- 10 mesures de communication à l'intention des principaux groupes cibles



2^e partie (par écrit, 4 heures; pondération : 65 %)

Rappel de la situation initiale :



Organisation d'un symposium de 2 jours dans une foire spécialisée (35 %) :

- check-lists « préparation » et « exécution »
- thèmes, points du programme et exposés
- site internet du symposium (phases du projet, responsabilités, échéances)
- plan du site
- 10 mesures relatives au marketing Internet



Brochure pour le symposium ou la foire spécialisée (20 %) :

- table des matières
- planification de la production (phases du projet, responsabilités, échéances)



Prix « promotion de la santé » (10 %) :

- forme, cadre financier
- liste de sponsors et de partenaires potentiels



Examen professionnel de spécialiste en RP

Grille des solutions / appréciation :



tâche d'abord effectuée par une équipe



critères : proche de la pratique, réaliste, réalisable



répartition des points par tâche partielle



réponses obligatoires/facultatives



malus/bonus

Exemple relatif à la tâche C : organisation d'un symposium (1)

Conditions générales : concept et budget, réservation, élaboration du programme

Préparatifs concernant le programme : recherche de conférenciers, confirmation des échéances et des thèmes aux conférenciers, moyens audiovisuels, appel d'offres, nuités/restauration pour les conférenciers et les invités, cadeaux/présents, photographe, traductions et installations de traduction simultanée

Accueil : matériel d'information, étiquettes nominatives, documentation à l'intention des médias

Promotion: site internet, invitations, courriels, communiqués de presse

Stand : constructeur de stand, coûts, calendrier, infrastructure, marquage, pupitre de conférencier, premiers secours

Exemple relatif à la tâche C : organisation d'un symposium (2)

Repas : restauration (offres/commande), locaux, tables pour repas sur le pouce

Organisation du personnel : organisation globale, direction du projet, interlocuteur(s) pour les conférenciers, « dépanneur », personnel de stand et de garde-robe, interprète(s)

Organisation : séance d'information, numéros de portables

Travaux consécutifs : bilan (debriefing), lettres de remerciement (conférenciers, sponsors, collaborateurs, partenaires, fournisseurs), communiqué de presse, décompte, contrôle des résultats, évaluation

Relevé de notes / contrôle de la qualité

Berufsprüfung für PR-Fachleute
Examen professionnel
des Spécialistes en Relations Publiques



Schweizerische Public Relations Gesellschaft SPRG
Société Suisse de Relations Publiques SSRP
Società Svizzera di Relazioni Pubbliche SSRP

NOTENBLATT 2007

17.1 schriftlich
Produktion von PR-Mitteln

Expertenteam I

Hiermit bestätigen wir, dass alle Angaben gewissenhaft ausgeführt worden sind (bitte unten auf jeder Seite visieren):

Datum

6. August 2007

Unterschrift

Name Experte 1

Unterschrift

Name Experte 2

Pro Positionsnote werden maximal 100 Punkte vergeben, wobei die Unterteilung in Teilaufgaben einer Gewichtung gleichkommt.
Die Unterteilung und Gewichtung wurde in der schriftlichen Aufgabe bekannt gegeben.

Punkte	Note	Punkte	Note
0 - 8	= 1.0 - 1.4	49 - 58	= 3.5 - 3.9
9 - 18	= 1.5 - 1.9	59 - 68	= 4.0 - 4.4
19 - 28	= 2.0 - 2.4	69 - 78	= 4.5 - 4.9
29 - 38	= 2.5 - 2.9	79 - 88	= 5.0 - 5.4
39 - 48	= 3.0 - 3.4	89 - 100	= 5.5 - 6.0

Der Multiplikator der erreichten Punktzahlen ergibt die Fachnote, die durch das Programm automatisch auf eine halbe Note auf- oder abgerundet wird.

Kand. Nr.	Begründung der ungenügenden Note	Aufgabe	Punkte	Positions- Note	%	Gewichtung/ Multiplikator
101		A	71	4.6	15	6.8
		B	60	4.0	20	8.0
	Inhaltsverzeichnis weit unterdurchschnittlich für PR-Assi (Umfang, Anzahl Seiten usw. fehlen) Prod.plan ist ebenfalls zu wenig aussagefähig.	C	30	2.5	35	8.8
		D	65	4.3	20	8.5
		E	65	4.3	10	4.3
		F	0	1.0	0	
	Total Summe					100
Fachnote						3.5

Anzahl Kandidaten: I		Anzahl erfasst: I					
	A	71	4.6	15	6.8		
	B	60	4.0	20	8.0		
	C	30	2.5	35	8.8		
	D	65	4.3	20	8.5		
	E	65	4.3	10	4.3		
	F		1.0	0			
Total Summe / Durchschnitt		58		100	36.3		
Fachnoten-Durchschnitt						3.5	



Examen professionnel de spécialiste en RP

Charges

Par branche d'examen : 4 équipes de 2 experts (3 x D / 1 x F)

Période : du 10 août au 25 septembre

Coûts :

- préparation écrite de l'énoncé de l'examen :
CHF 2000.- (examen de 6 heures)
CHF 1600.- (examen de 4 heures)
- appréciation : CHF 56.25 / 37.50



- Ctrl + V → Einfügen
- Ctrl + Shift + Z → Zischentfernung anfordern
- Ctrl + Shift + N → Standardformatvorlage zuweisen
- Alt + D → Das Menü, Datum öffnen
- Alt + F4 → Schließen
- Auswahl (Strichmarke)
- Verstecken
- Symbol
- Wiederherstellen
- Vergleichsmerkmal
- Verschieben

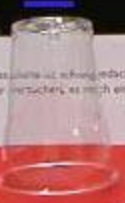


Stylus
Scheffler
0105

Stylus
Witz
0106



Alles Gesagene ist schon gedacht worden,
man muss nur versuchen, es noch einmal zu denken.
(John, Wahlspruch nach Darwin)
Viel Glück!



Danke für Ihre Aufmerksamkeit !
Merci de votre attention !

