



Studienordnung für den Zertifikatslehrgang Certificate of Advanced Studies (CAS) Marketing Analytics

Die Departementsleitung,

gestützt auf die Rahmenstudienordnung für Diplom- und Zertifikatslehrgänge an der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften' vom 25. August 2016,

beschliesst:

1. Geltung

Diese Studienordnung regelt in Ergänzung zur ‚Rahmenstudienordnung für Diplom- und Zertifikatslehrgänge an der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften' vom 25. August 2016 den Zertifikatslehrgang „Marketing Analytics“ der ZHAW School of Management and Law.

2. Kosten

Die Kosten für den Lehrgang werden in den Anmeldeunterlagen veröffentlicht.

3. Zulassung

a. Reguläre Zulassung

Zum Lehrgang wird zugelassen, wer folgende Voraussetzungen erfüllt:

- Abschlussdiplom einer staatlich anerkannten Fachhochschule bzw. einer Vorgängerschule wie ZHW, HWV, HTL oder Abschlusszeugnis einer staatlich anerkannten Universität oder einer Technischen Hochschule (Diplom, Lizentiat, Bachelor oder Masterabschlüsse) sowie
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung zum Lehrgang mindestens 3 Jahre Berufserfahrung und eine aktuelle Führungsposition in Marketing, Vertrieb oder Service.

b. ‚Sur Dossier‘ Zulassung

Personen, die nicht über einen Hochschulabschluss verfügen, werden zugelassen, wenn sie folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Ein der regulären Zulassung vergleichbaren Abschluss
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung zum Lehrgang mindestens 5 Jahre Berufserfahrung und eine aktuelle Führungsposition in Marketing, Vertrieb oder Service

Bei Interessierten ohne Hochschulabschluss erfolgt eine Beurteilung der Aus- und Weiterbildung sowie der beruflichen Erfahrungen. Auf der Basis dieser Gleichwertigkeitsprüfung wird über die Zulassung zum Lehrgang entschieden. Die Studienleitung behält sich zudem vor, Referenzen einzuholen sowie die Interessierten zu einem Gespräch einzuladen.

c. Entscheid über die Zulassung

Die Studienleitung entscheidet über Aufnahme oder Ablehnung.

4. Dauer und Art des Lehrgangs

Der Lehrgang umfasst 12 ECTS-Credits. Es wird als berufsbegleitender Lehrgang angeboten und dauert in der Regel ca. vier Monate.

In begründeten Fällen kann die Studienleitung eine Verlängerung der Studienzeit bewilligen.

5. Anrechnung von Vorkenntnissen

Anderorts erworbene Credits können während 10 Jahren ab dem Semester ihres Erwerbs durch die Studienleitung angerechnet werden. Credits, die für die Aufnahme qualifizierend sind, können nicht angerechnet werden. Eine Anrechnung beruflicher Tätigkeit ist nicht möglich.

6. Modulplan

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Verankerung im Unternehmen	Pflichtmodul	Note	6
Anwendungsfälle im Marketingmanagement	Pflichtmodul	Note	6

7. Leistungserbringung und Modulbewertung

Die geforderte Leistungserbringung muss für jedes Modul lückenlos erbracht werden.

Die Modulbewertung basiert auf den Leistungsnachweisen des Moduls und erfolgt mittels Noten in Viertelnotenschritten. Details dazu sind in der Modulbeschreibung ersichtlich.

Es werden keine Modulgruppen gebildet.

Eine ungenügende Prüfungsleistung einzelner Module kann im Einzelfall durch Nachprüfung oder Nachbesserung (kostenpflichtig) verbessert werden. Durch Nachbesserungen kann maximal die Note 4.0 erreicht werden.

8. Präsenz

Die Teilnehmenden müssen den Kontaktunterricht pro Modul zu mindestens 80% besucht haben. Bei gewissen Modulen kann die Studienleitung eine Anwesenheit von 100% verlangen, was in der Modulbeschreibung ersichtlich ist. Abwesenheiten werden nur aus zwingenden Gründen (gemäss § 17 der Rahmenstudienordnung begründbar) anerkannt. In begründeten Ausnahmefällen können höhere Absenzzzeiten durch alternative Leistungen kompensiert werden. Über die Modalitäten entscheidet die Studienleitung.

9. Modulanmeldung

Die Anmeldung zum Lehrgang beinhaltet die Anmeldung für die zwei Module sowie die zugehörigen Leistungsnachweise und verpflichtet dazu, diese zu erbringen.

10. Abschluss

Der Lehrgang ist erfolgreich abgeschlossen, wenn gesamthaft 12 Credits aus den Modulen gemäss Modulplan erworben sind.

11. Abschlussbewertung

Die Note der Abschlussbewertung (Abschlussnote) ergibt sich aus dem nach Credits gewichteten arithmetischen Durchschnitt der numerischen Modulnoten gemäss Modulplan.

Die Abschlussnote wird auf Viertelnoten gerundet.

12. Abschlussdokumente

Nach erfolgreichem Abschluss des Zertifikatslehrgangs wird von der ZHAW das Zertifikat „Certificate of Advanced Studies in Marketing Analytics“ verliehen.

Der Absolvent bzw. die Absolventin erhält ein Zeugnis mit folgenden Inhalten:

- besuchte Module mit den erworbenen Credits
- Modulbewertungen

13. Inkrafttreten

Diese Studienordnung tritt am 21. Mai 2017 in Kraft.