



**Studienordnung für den Zertifikatslehrgang mit  
Certificate of Advanced Studies (CAS) in Marketing- & Corporate Com-  
munications**

*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 „CAS Marketing- & Corporate Communications“ der ZHAW School of Management and Law.

## **2. Kosten**

Die Kosten für den Zertifikatslehrgang werden in den Anmeldeunterlagen veröffentlicht.

## **3. Zulassung**

### 3.1 Allgemeine Zulassungsbedingungen

Die Zulassung zum Zertifikatslehrgang setzt voraus:

- 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 mindestens 3 Jahre Berufserfahrung.
- Oder einen vergleichbaren Abschluss sowie mindestens 5 Jahre Berufserfahrung.

Die Studienleitung entscheidet über die Zulassung.

### 3.2 Zusätzliche Zulassungsbedingungen bei Fehlen eines Hochschulabschlusses

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.

## **4. Dauer und Art des Lehrgangs**

Der Lehrgang umfasst 12 Credits. Es wird als berufsbegleitender Lehrgang angeboten und dauert ca. vier Monate. Die Höchststudiendauer beträgt 2 Jahre. 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

Der Lehrgang besteht aus folgenden Modulen:

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Planung der Marketing- & Unternehmenskommunikation	Pflichtmodul	Note	6
Kommunikation & Medien	Pflichtmodul	Note	6

## 7. Leistungserbringung und Modulbewertung

Die geforderte Leistungserbringung muss für beide Module lückenlos erbracht werden.

Die Noten der numerischen Leistungsnachweise werden auf Viertelnoten gerundet.

Die numerische Modulbewertung ergibt sich aus den nach dem Arbeitsaufwand gewichteten numerischen Leistungsnachweisen und wird in Viertelnotenschritten ausgewiesen.

Die Studienleitung gibt die Termine und Modalitäten der Leistungsnachweise spätestens zu Beginn des jeweiligen Moduls bekannt.

Ein Modul gilt als bestanden und die entsprechende Anzahl Credits als erworben, wenn:

- alle massgebenden Leistungsnachweise erbracht und die Präsenzpflicht erfüllt wurden,
- die numerische Modulbewertung 4.0 oder besser ist,
- alle nicht numerisch bewerteten Kurse bestanden sind.

Bei Nicht-Bestehen des Moduls sind alle nicht bestandenen Leistungsnachweise zu wiederholen (kostenpflichtig).

## 8. Präsenz

Es gilt bei allen Kursen eine Präsenzpflicht von mindestens 80%. Bei gewissen Kursen kann die Studienleitung eine Anwesenheit von 100% verlangen (siehe Modul- und/oder Kursbeschreibungen).

Abwesenheiten werden nur aus zwingenden Gründen (gemäss § 17 der Rahmenstudienordnung) anerkannt.

Die Studienleitung behält sich vor, bei mangelnder Präsenz zusätzliche Vorgaben zu machen.

## 9. Modulanmeldung

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

## 10. Abschluss des Lehrgangs

Der Zertifikatslehrgang ist erfolgreich abgeschlossen, wenn die 12 Credits 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- & Corporate Communications“ 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 27. September 2016 in Kraft.

Sie ersetzt die Studienordnung vom 8. Mai 2014.

## 14. Übergangsbestimmungen

Studierende, welche ihr Studium unter der Studienordnung vom 8. Mai 2014 aufgenommen haben und nicht bis zum 31. Dezember 2016 abgeschlossen haben, werden für das weitere Studium dieser Studienordnung unterstellt.