



Studien- und Prüfungsordnung für den CAS in

Food Product and Sales Management

(basierend auf dem Reglement für die Weiterbildung an der Berner Fachhochschule vom 19.04.2014)



1 Geltung

Dieser Studienplan regelt den CAS in Food Product and Sales Management der Hochschule für Agrar-, Forst und Lebensmittelwissenschaften.

Der CAS ist Bestandteil eines modularen Weiterbildungsprogramms «Excellence in Food», das in Kooperation mit dem Verein foodward, einer externen Partnerorganisation, und der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) angeboten wird.

Die Studienleitung wird von der Abteilung Food Science & Management der Hochschule für Agrar-, Forst und Lebensmittelwissenschaften übernommen.

2 Kosten

Die Kosten für den CAS in Food Product and Sales Management werden in den Anmeldeunterlagen veröffentlicht.

3 Zulassung

3.1 Reguläre Zulassung

Zum CAS in Food Product and Sales Management wird zugelassen, wer folgende Voraussetzungen erfüllt:

- Abschlussdiplom einer staatlich anerkannten Fachhochschule bzw. einer Vorgängerschule wie HWV, HTL oder Abschlusszeugnis einer staatlich anerkannten Universität oder einer Technischen Hochschule (Diplom, Lizentiat, Bachelor- oder Masterabschlüsse)
- Mindestens 2 Jahre Berufserfahrung zum Zeitpunkt der Anmeldung

3.2 «Sur-Dossier»-Zulassung

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

- Einen der regulären Zulassung vergleichbaren Abschluss
- Mindestens 3 Jahre Berufserfahrung zum Zeitpunkt der Anmeldung - bevorzugt in einem Lebensmittelbetrieb oder einem der Lebensmittelbranche nahestehenden Gebiet
- Führungspersonen in verantwortlicher Position (z.B. aus der Qualitätssicherung, der Produktentwicklung, dem Marketing)
- Gute schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit in der Unterrichtssprache
- Passive Englischkenntnisse (befähigend zu Literaturstudium)

3.3 Entscheid über die Zulassung

Die Studienleitung entscheidet über Aufnahme oder Ablehnung.

4 Ziele

Die Studierenden sind nach Abschluss des Weiterbildungsstudiengangs in der Lage, folgende Kompetenzen anzuwenden:

- Sie können Chancen und Potenziale der verschiedenen Absatzkanäle für die eigenen Kommunikations- und Absatzziele bestimmen.



- Sie können Erfolgsfaktoren für die Gestaltung, die Kommunikation und das Management der Absatzkanäle benennen.
- Sie können Konzepte für neue Foodwelten entwickeln und vermitteln.
- Sie beherrschen spezifische Methoden und Instrumente des Marketingmixes für Foodwelten.
- Sie sind in der Lage, Foodkonzepte zu interpretieren und zur Umsetzung weiterzuführen.

Der Lehrgang vermittelt unter anderem folgende Kompetenzen:

- Chancen und Potenziale der verschiedenen Absatzkanäle für die eigenen Kommunikations- und Absatzziele bestimmen
- Erfolgsfaktoren für die Gestaltung, die Kommunikation und das Management der Absatzkanäle benennen
- Konzepte für neue Foodwelten entwickeln und vermitteln
- Spezifische Methoden und Instrumente des Marketingmixes für Foodwelten beherrschen
- Foodkonzepte interpretieren und zur Umsetzung weiterzuführen

5 Dauer und Art des Studiums

Der Lehrgang umfasst 12 Credits. Er wird als berufsbegleitender Weiterbildungsstudiengang geführt und kann innerhalb von 12 Monaten absolviert werden.

6 Anrechnung von Vorkenntnissen

Anderorts erworbene Vorkenntnisse können während vier Jahren ab dem Zeitpunkt ihres Erwerbs angerechnet werden.

Dabei werden nur Credits übernommen, jedoch keine Noten.

7 Modulplan und Modulbewertung

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Modul 1: Konsumenten am Point of Sale	Wahlpflichtmodul	Note	4
Modul 2: Food kaufen und verkaufen	Wahlpflichtmodul	Note	4
Modul 3: Konzeption von Foodwelten	Wahlpflichtmodul	Note	4

Die Bewertung der Module erfolgt in halben Noten.

8 Wiederholung von Modulen

Kompetenznachweise können einmal wiederholt werden.

Bei Kompetenznachweisen mit der Note 3.5 ist eine Nachbesserung bzw. eine Nachprüfung möglich. Durch Nachbesserung kann höchstens die Note 4 erreicht werden.

Bei Leistungsnachweisen mit einer Note unter 3.5 ist keine Nachprüfung oder Nachbesserung möglich, diese sind zu wiederholen.

Die Wiederholung von Leistungsnachweisen wird in Rechnung gestellt.



9 Präsenz im Unterricht

Für den Unterricht ist eine Präsenz von mindestens 80% obligatorisch. Ist die Präsenzzeit kleiner als 80% entscheidet die Studienleitung über das weitere Vorgehen.

10 Modulanmeldung

Die Anmeldung zu einem Modul oder zum gesamten CAS beinhaltet auch die Anmeldung für die Leistungsnachweise.

11 Studienabschluss

Die Weiterbildung ist bestanden, wenn die Präsenzpflcht erfüllt ist, alle Kompetenznachweise bestanden sind und somit gesamthaft 12 Credits erworben wurden.

12 Abschlussbewertung

Die Abschlussnote ergibt sich aus dem arithmetischen Durchschnitt der numerischen Modulnoten gemäss Modulplan.

Die Abschlussnote wird auf halbe Noten gerundet.

13 Abschlussdokumente

Nach erfolgreich absolviertem Lehrgang wird von der BFH der Titel „Certificate of Advanced Studies in Food Product and Sales Management“ verliehen.

Zudem stellt die BFH ein Abschlusszeugnis mit Angaben zum erhaltenen Titel, den im Lehrgang besuchten promotionsrelevanten Modulen mit den erworbenen Credits und den Bewertungen, der erzielten Abschlussbewertung und den erworbenen Credits aus.

14 Schlussbestimmung

Diese Studienordnung tritt am 01.07.2018 in Kraft.