



## **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',

beschliesst:

## **1. Geltung**

Diese Studienordnung regelt in Ergänzung zur ‚Rahmenstudienordnung für Diplom- und Zertifikatslehrgänge an der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften‘ 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**

### **3.1 Zulassungsbedingungen für Personen mit Hochschulabschluss**

Die Zulassung zum Lehrgang setzt voraus:

- Abschluss (Diplom, Lizentiat, Bachelor- oder Masterabschluss) einer staatlich anerkannten Hochschule beziehungsweise einer der Vorgängerschulen.
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung mindestens 3 Jahre Berufserfahrung in Marketing oder angrenzenden Fachgebieten.

Die Studienleitung behält sich vor, die interessierten Personen zu einem Gespräch einzuladen sowie Referenzen einzuholen.

### **3.2 Zulassungsbedingungen für Personen ohne Hochschulabschluss**

Die Zulassung zum Lehrgang setzt voraus:

- Nachweis eines Tertiär B-Abschluss (Höhere Berufsbildung): Berufsprüfung BP (eidg. Fachausweis) oder Höhere Fachprüfung HFP (eidg. Diplom) oder Höhere Fachschule HF.
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung und nach Abschluss einer ersten beruflichen Grundbildung mindestens 6 Jahre Berufserfahrung in Marketing oder angrenzenden Fachgebieten.
- Bestehen eines Zulassungsgesprächs.

### **3.3 Zulassungsgespräch**

Interessierte Personen ohne Hochschulabschluss müssen ein Zulassungsgespräch erfolgreich absolvieren. Dabei werden folgende Kriterien überprüft:

- Erhebung der notwendigen fachlichen und methodischen Kompetenzen.

- Diskussion der Motivation für den Lehrgang mit Blick auf den bisherigen und angestrebten Lebenslauf.

Die Beurteilung dieser Kriterien erfolgt durch die Studienleitung. Eine Dispensation vom Zulassungsgespräch kann erfolgen, wenn die interessierten Personen die vorstehenden Kriterien in einem vergleichbaren Zulassungsgespräch an der ZHAW bereits bestanden haben. Die Studienleitung behält sich zudem vor, Referenzen einzuholen.

### 3.4 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 Bewertung mit der Note zwischen 3.5 - 3.99 kann durch Nachprüfung oder Nachbesserung verbessert werden (kostenpflichtig). Durch Nachbesserung kann maximal die Note 4.0 erreicht werden. Bei einer ungenügenden Bewertung mit Note schlechter als 3.5 oder bei Nicht-Bestehen der Nachprüfung bzw. Nachbesserung kann das gesamte Modul einmal (kostenpflichtig) wiederholt werden.

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

## 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 Viertelpunkten 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 01.05.2022 in Kraft.



## 14. Erlassinformationen

Version	Beschluss	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
1.0.0	25.11.2015	01.01.2016	Originalversion: <i>CAS Big Data im Marketing</i>
2.0.0	21.05.2017	21.05.2017	Umbenennung: <i>CAS Marketing Analytics</i>
2.1.0	15.04.2021	01.08.2021	Anpassung Ziff. 7 Nachprüfung/Nachbesserung
2.2.0	15.03.2022	01.05.2022	Anpassung Struktur und Untertitel Ziff. 3 sowie Präzisierung der Zulassungsbedingungen für Personen mit und ohne Hochschulabschluss