



Studienordnung für den Zertifikatslehrgang mit Certificate of Advanced Studies (CAS) in Strategic Brand Management

Die Departementsleitung,

gestützt auf die Rahmenordnung für die Weiterbildung an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (RO WB ZHAW), beschliesst:

1. Geltung

Diese Studienordnung regelt in Ergänzung zur ‚Rahmenordnung für die Weiterbildung an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (RO WB ZHAW) den Zertifikatslehrgang „CAS Strategic Brand Management“ der ZHAW School of Management and Law.

2. Kosten

Die Kosten für den Zertifikatslehrgang werden in den Anmeldeunterlagen veröffentlicht.

3. Zulassung

3.1 Zulassungsbedingungen für Personen mit Hochschulabschluss

Die Zulassung zum Zertifikatslehrgang setzt voraus:

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

3.2 Zulassungsbedingungen für Personen ohne Hochschulabschluss

Die Zulassung zum Zertifikatslehrgang setzt voraus:

- Nachweis eines Tertiär B-Abschluss (Höhere Berufsbildung):
Berufsprüfung BP (eidgenössischer Fachausweis) oder Höhere Fachprüfung HFP (eidgenössisches Diplom) oder Höhere Fachschule HF. In Ausnahmefällen können weitere Personen zugelassen werden, wenn sich deren Befähigung zur Teilnahme aus einem anderen Nachweis ergibt.
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung und nach Abschluss einer ersten beruflichen Grundbildung mindestens 6 Jahre Berufserfahrung im Bereich Marketing oder einem angrenzenden Fachgebiet.
- 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 Credits.

Die Höchststudiendauer beträgt 2 Jahre, gerechnet ab dem ersten Kurstag des ersten Moduls. In begründeten Fällen kann die Studienleitung Ausnahmen bewilligen.

5. Anrechnung von Vorkenntnissen

Andernorts 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
Die Marke analysieren und definieren	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6
Die Marke zukunftsfähig weiterentwickeln	Pflichtmodul	Note	6

7. Leistungserbringung und Modulbewertung

Die geforderte Leistungserbringung muss für jedes Modul lückenlos erbracht werden.

Die Bewertung der mittels Noten bewerteten Module ergibt sich aus den nach dem Arbeitsaufwand gewichteten numerischen Leistungsnachweisender entlang der Skala von 6 bis 1 in Viertelnoten-Schritten.

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

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

7.1 Erzielen einer neuen Modulbewertung

Bei Leistungsnachweisen mit der Note zwischen 3.5 und 3.99 ist bei Prüfungen eine Nachprüfung und bei schriftlichen Arbeiten eine Nachbesserung möglich.

Bei Nachprüfungen wird allein die in der Nachprüfung erzielte Note berücksichtigt. Nachgebesserte Arbeiten können höchstens die Note 4 erreichen.

Bei einer Bewertung mit Note unter 3.5 oder bei Nicht-Bestehen der Nachprüfung beziehungsweise Nachbesserung muss das Modul wiederholt werden, dabei sind alle nicht bestandenen Leistungsnachweise zu wiederholen.

Nicht bestandene Module können einmal wiederholt werden.

Die Nachprüfung beziehungsweise Nachbesserung sowie eine allfällige Modul-Wiederholung wird in Rechnung gestellt.

8. Präsenz

Es gilt bei allen Präsenzanlässen (virtuell sowie vor Ort) eine Präsenzpflcht von mindestens 80%. Bei gewissen Präsenzanlässen kann die Studienleitung eine Anwesenheit von 100% verlangen. Abwesenheiten werden nur aus zwingenden Gründen 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 zu erbringen.

10. Abschluss

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 ZHAW in Strategic Brand Management“ 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 1. Oktober 2026 in Kraft.

14. Erlassinformationen

Version	Beschluss	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
1.0.0	31.08.2016	01.09.2016	Originalversion: <i>CAS Brand Management</i>
2.0.0	01.06.2019	01.06.2019	Umbenennung: <i>CAS Digital Brand Management</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
2.2.1	07.09.2022	-	Redaktionelle Anpassung in einem Modultitel.
2.2.2	-	-	Redaktionelle Anpassung per 1.8.2023 gemäss HSL-Beschluss. Neuer Titelzusatz «ZHAW»
2.3.0	12.12.2023	12.12.2023	Ergänzung einer Ausnahmeregelung bei den Zulassungsbedingungen für Personen ohne Hochschulabschluss
3.0.0	15.09.2026	01.10.2026	- Umbenennung des CAS-Titels zu neu: CAS Strategic Brand Management - Umbenennung der Module: - o Neu Modul Die Marke analysieren und definieren (bisher: <i>Strategisches Markenmanagement</i>) und zudem die Anpassung der Bewertungsmethode von «Note» zu Prädikat «bestanden / nicht bestanden» - o Neu Modul Die Marke zukunftsfähig weiterentwickeln (bisher: <i>Interne und externe Markenführung</i>) - Konkretisierung der Höchststudiendauer - Nachvollzug aufgrund Inkraftsetzung Ausführungsbestimmungen zur Rahmenordnung für die WB ZHAW (RO WB ZHAW)