



## **Studienordnung für den Zertifikatslehrgang mit Certificate of Advanced Studies (CAS) in Digital Brand Management**

*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 „CAS Digital Brand Management“ 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 3 Jahre Berufserfahrung z.B. in General Management, Marketing, Kommunikation, 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 5 Jahre Berufserfahrung z.B. in General Management, Marketing, Kommunikation, 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 die Zulassung. Die Zulassung zu einem CAS-Angebot, das Bestandteil eines MAS-Programms ist, umfasst nicht gleichzeitig die Zulassung zum entsprechenden MAS.

## **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**

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**

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modultyp</b>	<b>Modulbewertung</b>	<b>Anzahl Credits</b>
Strategisches Markenmanagement	Pflichtmodul	Note	6
Interne- und externe Markenführung	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 Viertelnoten gerundet.

## 12. Abschlussdokumente

Nach erfolgreichem Abschluss des Zertifikatslehrgangs wird von der ZHAW das Zertifikat „Certificate of Advanced Studies in Digital 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 01.08.2021 in Kraft.