



Studienordnung für den Zertifikatslehrgang mit Certificate of Advanced Studies (CAS) Digital Marketing

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 Marketing“ (CAS Digital Marketing) der ZHAW School of Management and Law.

2. Kosten

Die Kosten für den CAS Digital Marketing werden in den Anmeldeunterlagen veröffentlicht.

3. Zulassung

3.1 Allgemeine Zulassungsbedingungen

Die Zulassung zum CAS Digital Marketing 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 zum Programm CAS Digital Marketing mindestens 2 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 ECTS-Credits. Es wird als berufsbegleitendes Studium angeboten und dauert in der Regel ca. vier Monate. Für den Erhalt des Zertifikats sind beide Module erfolgreich zu absolvieren.

In begründeten Fällen kann die Studienleitung eine Verlängerung der Studienzzeit bewilligen.

5. Anrechnung von Vorkenntnissen

Andernorts erworbene Credits können während 5 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

Das Studium besteht aus folgenden Modulen:

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Digitales Marketing Management	Pflichtmodul	Note	6
Unternehmensführung in der digitalen Realität	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 Studierenden 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 Studium beinhaltet die Anmeldung für die zwei Module sowie die zugehörigen Leistungsnachweise und verpflichtet dazu, diese zu erbringen.

10. Studienabschluss

Das CAS Digital Marketing 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 (CAS) in Digital Marketing“ verliehen.

Der Absolvent bzw. die Absolventin erhält ein Zeugnis mit folgenden Inhalten:

- besuchte Module mit den erworbenen Credits
- Modulbewertungen

Wird ein einzelnes Modul gemäss Ziffer 6 erfolgreich absolviert, wird eine Modulbestätigung ausgestellt.

13. Inkrafttreten

Diese Studienordnung tritt am 01.08.2021 in Kraft.