



Studienordnung für den Weiterbildungs-Masterstudiengang in Health Care & Marketing

(als Anhang zur Rahmenstudienordnung für Weiterbildungs-
Masterstudiengänge)

Die Hochschulleitung,

gestützt auf die Rahmenstudienordnung für Weiterbildungs-Masterstudiengänge, beschliesst:

1. Geltung

Dieser Anhang regelt in Ergänzung zur Rahmenstudienordnung für Weiterbildungs-Masterstudiengänge den Weiterbildungs-Masterstudiengang (MAS) in Health Care & Marketing der School of Management and Law an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

2. Kosten

Die Kosten für den Weiterbildungs-Masterstudiengang in Health Care & Marketing werden in den Anmeldeunterlagen veröffentlicht.

3. Zulassung

3.1 Zulassungsbedingungen für Personen mit Hochschulabschluss

Die Zulassung zum Studiengang 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 Gesundheitswesen oder im Marketing oder angrenzenden Fachgebieten.
- Bestehen eines Zulassungsgesprächs.

Bei einzelnen Wahlpflicht-CAS können erweiterte Zulassungsvoraussetzungen bestehen. Diese sind in den [Studienordnungen der CAS](#) ersichtlich.

3.2 Zulassungsbedingungen für Personen ohne Hochschulabschluss

Die Zulassung zum Studiengang setzt voraus:

- Tertiär B-Abschluss (Höhere Berufsbildung):
Berufsprüfung BP (eidgenössischer Fachausweis), Höhere Fachprüfung HFP (eidgenössisches Diplom), Höhere Fachschule HF oder Nachdiplomstudium Höhere Fachschule (NDS HF), beziehungsweise einer der Vorgängertitel.
In Ausnahmefällen können weitere Personen zugelassen werden, wenn sich deren Befähigung zur Teilnahme aus einem anderen Nachweis ergibt. Die Beurteilung erfolgt durch die Studienleitung.
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung und nach Abschluss einer ersten beruflichen Grundbildung mindestens 5 Jahre Berufserfahrung im Gesundheitswesen oder im Marketing oder angrenzenden Fachgebieten.
- Nachweis über die Fähigkeit zu wissenschaftsbasiertem Arbeiten respektive erfolgreicher Abschluss der Weiterbildungskurse zum wissenschaftsbasierten Arbeiten. Dieser Nachweis muss spätestens vor Beginn der Masterarbeit erbracht sein.
- Bestehen eines Zulassungsgesprächs.

Bei einzelnen Wahlpflicht-CAS können erweiterte Zulassungsvoraussetzungen bestehen. Diese sind in den [Studienordnungen der CAS](#) ersichtlich.

3.3 Zulassungsgespräch

Im Zulassungsgespräch werden folgende Kriterien überprüft:

- Die Motivation zur Absolvierung eines zwei- bis fünfjährigen, berufsbegleitenden Studiums.
- Die zeitliche Verfügbarkeit in Bezug auf die beruflichen und privaten Verpflichtungen.
- Die Sinnhaftigkeit des Studiums für die Entwicklung des beruflichen und persönlichen Werdegangs.
- Die Teamfähigkeit sowie Fähigkeiten und Wille, sich in die Studiengruppe zu integrieren und den Fortgang des Programms inhaltlich zu fördern.
- Die Ausdrucksmöglichkeiten und die sprachlichen Fähigkeiten.

Bei Bewerberinnen und Bewerbern ohne Hochschulstudium werden zusätzlich die folgenden Kriterien geprüft:

- Fähigkeit, die geforderten Leistungsnachweise zu erbringen.
- Selbsteinschätzung, inwieweit die eigene Teilnahme der zukünftigen Studiengruppe einen Mehrwert liefern kann, und umgekehrt.

Die Beurteilung dieser Kriterien erfolgt durch die Studienleitung. Die Studienleitung behält sich zudem vor, Referenzen, Motivationsschreiben oder Empfehlungsschreiben einzuholen.

3.4 Entscheid über die Zulassung

Die Studienleitung entscheidet über Aufnahme oder Ablehnung.

4. Dauer und Art des Studiums

Das Studium umfasst 60 Credits. Es wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

Die Höchststudiedauer beträgt 5 Jahre. In begründeten Fällen kann die Studienleitung Ausnahmen bewilligen.

Können aufgrund mangelnder Nachfrage einzelne CAS oder Module aus den Wahlpflichtbereichen nicht durchgeführt werden oder sind einzelne CAS oder Module bereits ausgebucht, werden die Teilnehmenden des Studiengangs auf andere CAS oder Module aus den Wahlpflichtbereichen verwiesen oder müssen auf die nächste Durchführung warten.

5. Gleichzeitige Anmeldung auf MAS und dazugehörigen CAS

Sind Studierende sowohl auf einen Weiterbildungs-Masterstudiengang wie auch auf einen oder mehrere der dazugehörigen CAS angemeldet, so gelten für die einzelnen CAS die Studienordnungen der betreffenden CAS. Dies betrifft insbesondere die Bestehensvoraussetzungen, die Expertinnen und Experten und das Erzielen einer neuen Modulbewertung.

6. Anrechnung von Vorkenntnissen

Andernorts erworbene Vorkenntnisse können während 10 Jahren ab dem Datum ihres Erwerbs angerechnet werden.

Noten werden ausschliesslich bei Anrechnung von Vorkenntnissen aus ZHAW-Weiterbildungsangeboten übernommen.

Die Masterarbeit muss zwingend an der ZHAW im Masterstudiengang in Health Care & Marketing verfasst werden.

7. Modulplan und Modulbewertung

Insgesamt müssen vier Module aus dem Bereich Fokus Health Care und vier Module aus dem Bereich Fokus Marketing, sowie die Masterarbeit absolviert werden. Aus dem Bereich Fokus Marketing müssen dabei der Pflicht-CAS und ein Wahlpflicht-CAS absolviert werden.

In der Regel sind zuerst die Integrationsmodule, dann die weiteren Module aus dem Bereich Fokus Health Care und anschliessend die Module aus dem Bereich Fokus Marketing zu absolvieren. In begründeten Fällen kann die Studienleitung Ausnahmen bewilligen.

7.1 Fokus Health Care

Je nach Vorbildung sind ein, zwei oder keines der Integrationsmodule zu besuchen. Den Entscheid über die zu absolvierenden Integrationsmodule fällt die Studienleitung in Abhängigkeit zur Vorbildung der Studierenden. Personen ohne ausreichende medizinische Vorbildung besuchen das Integrationsmodul Medizin für Nichtmediziner; Personen ohne ausreichende ökonomische Vorbildung besuchen das Integrationsmodul BWL im Gesundheitswesen.

Die weiteren Module aus dem Bereich Fokus Health Care sind abhängig von der Zahl der absolvierten Integrationsmodule festzulegen. Ist ein Integrationsmodul zu absolvieren, kann ein Wahlpflicht-CAS und ein weiteres Modul gewählt werden.

Integrationsmodule (je 6 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Integrationsmodul Medizin für Nichtmediziner	Pflichtmodul	Note	6
Integrationsmodul BWL im Gesundheitswesen	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Einführung BWL & Finanzielle Führung im Gesundheitswesen (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Integrationsmodul BWL im Gesundheitswesen	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Finanzielle Führung im Gesundheitswesen	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Gesundheitsökonomie (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Grundlagen VWL und Gesundheitsökonomie	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Interaktionen in Gesundheitsmärkten	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Gesundheitsökonomische Evaluationen und HTA (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Messung des Patientennutzens medizinischer Leistungen	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Kosten-/Nutzenbewertung medizinischer Leistungen	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-Modul (6 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Evidence-based Health Care: Methodische Grundlagen	Wahl- pflichtmodul	Note	6

7.2 Fokus Marketing**Pflicht-CAS: CAS Health Care Marketing (12 Credits)**

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Besonderheiten und Akteure im Gesundheitsmarkt	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Marketing und Kommunikation im Gesundheitsmarkt	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Pricing & Sales (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Pricing	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Sales	Pflichtmodul	Note	6

**Wahlpflicht-CAS: CAS Swiss Biodesign for HealthTech Innovators
(12 Credits)**

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Clinical Needs Analysis	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Concept Development	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Behavioral Insights for Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Behavioral Insights Basics	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Behavioral Insights Applications	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Marketing- & Corporate Communications (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Planung der Marketing- & Unternehmenskommunikation	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Kommunikation & Medien	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Advanced Digital Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Schwerpunkte des digitalen Marketings in Unternehmen	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Cases und Operationalisierung im digitalen Marketing	Pflichtmodul	Note	6

7.3 Masterarbeit (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Masterarbeit	Pflichtmodul	Note	12

8. Benotung

Die Bewertung der mittels Noten bewerteten Module und der Leistungsnachweise erfolgt entlang der Skala von 6 bis 1 in Viertelnoten-Schritten.

9. Erzielen einer neuen Modulbewertung

Für Module, die nicht Bestandteil eines CAS sind, gelten folgende Bestimmungen:

- Bei Leistungsnachweisen mit der Note zwischen 3.5 und 3.99 ist bei Prüfungen eine Nachprüfung und bei Arbeiten eine Nachbesserung möglich.
- Nachgebesserte Arbeiten können höchstens die Note 4 erreichen. Bei Nachprüfungen wird allein die in der Nachprüfung erzielte Note berücksichtigt.
- Bei Leistungsnachweisen mit einer Note unter 3.5 oder bei Nicht-Bestehen der Nachprüfung beziehungsweise Nachbesserung ist das Modul zu wiederholen. Bei Wiederholung eines Moduls ist eine Nachprüfung beziehungsweise Nachbesserung der einzelnen Leistungsnachweise gemäss den vorstehenden Bestimmungen abermals möglich.
- Nicht bestandene Leistungsnachweise können einmal wiederholt werden.
- Die Nachprüfung beziehungsweise Nachbesserung sowie die Wiederholung von Leistungsnachweisen wird in Rechnung gestellt.

10. Präsenzpflcht

Für Module, die nicht Bestandteil eines CAS sind, gelten folgende Bestimmungen:

- Es gilt bei allen Präsenzanslässen (virtuell sowie vor Ort) eine Präsenzpflcht von mindestens 80%. Bei gewissen Präsenzanslässen kann die Studienleitung eine Anwesenheit von 100% verlangen. Abwesenheiten werden nur aus zwingenden Gründen (gemäss § 19 Abs. 2 der Rahmenstudienordnung für Weiterbildungs-Masterstudiengänge) anerkannt.
- In begründeten Ausnahmefällen können höhere Absenzen durch alternative Leistungen kompensiert werden. Über die Modalitäten entscheidet die Studienleitung.

11. Modulanmeldung

Die Anmeldung zu einem Modul beinhaltet auch die Anmeldung für die Leistungsnachweise und verpflichtet dazu, diese zu erbringen.

12. Expertinnen und Experten

Mündliche Prüfungen finden unter Beizug einer Expertin oder eines Experten statt. Die Benotung erfolgt einvernehmlich mit der prüfenden Dozentin bzw. dem prüfenden Dozenten. Kommt keine Einigung zu Stande, steht der Stichentscheid der prüfenden Dozentin bzw. dem prüfenden Dozenten zu.

Die Expertin oder der Experte nimmt Einsicht in die Masterarbeit. Die Benotung der Masterarbeit erfolgt einvernehmlich mit der prüfenden Dozentin bzw. dem prüfenden Dozenten. Kommt keine Einigung zu Stande, steht der Stichentscheid der prüfenden Dozentin bzw. dem prüfenden Dozenten zu.

Die Studienleitung kann für weitere Prüfungen Expertinnen und Experten heranziehen und definiert deren Aufgaben.

13. Masterarbeit

Studierende sind zur Masterarbeit zugelassen, wenn vier Module aus dem Bereich Gesundheitsökonomie und vier Module aus dem Bereich Marketing erfolgreich absolviert wurden.

Weitere Details sind in der Modulbeschreibung und im Leitfaden zur Masterarbeit ersichtlich.

14. Studienabschluss

Die Weiterbildung ist bestanden, wenn eine allfällige Präsenzpflcht erfüllt ist, alle Module und die Masterarbeit bestanden sind und somit gesamthaft mindestens 60 Credits erworben wurden.

15. Abschlussbewertung

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

Die Abschlussnote wird auf Viertel-Noten gerundet.

16. Diplom

Nach erfolgreich absolviertem Studiengang wird der Titel „Master of Advanced Studies ZHAW in Health Care & Marketing“ verliehen.

17. Schlussbestimmung

Diese Studienordnung tritt nach Genehmigung durch die Hochschulleitung der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften am 4. November 2022 in Kraft.

Sie ersetzt die Studienordnung vom 14. Juni 2022.

18. Übergangsbestimmungen

18.1 Übergangsbestimmungen vom 14. Juni 2022

Studierende, welche ihr Studium unter der Studienordnung vom 30. März 2022 aufgenommen haben oder in jene überführt wurden, unterstehen für das weitere Studium dieser Studienordnung vom 14. Juni 2022.

Besuchte Module, welche nicht mehr angeboten werden, werden angerechnet. Dies betrifft folgende Module:

Wahlpflicht-CAS: Customer Lifecycle Management & Cross Channel CRM (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Customer Lifecycle Management (wird nicht mehr angeboten)	Pflichtmodul	Note	6
Cross Channel CRM (wird nicht mehr angeboten)	Pflichtmodul	Note	6

18.2 Übergangsbestimmungen vom 4. November 2022

Studierende, welche ihr Studium unter der Studienordnung vom 14. Juni 2022 aufgenommen haben oder in jene überführt wurden, unterstehen für das weitere Studium dieser Studienordnung vom 4. November 2022.

Die unter bisherigen Studienordnungen erfolgreich abgeschlossenen Module werden samt Bewertung und Gewichtung unverändert übernommen.

Dies betrifft folgende Module:

Integrationsmodul

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Integrationsmodul Betriebswirtschaftslehre, Finanz- und Rechnungswesen <i>-> Neu: Integrationsmodul BWL im Gesundheitswesen</i>	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Unternehmensführung im Gesundheitswesen (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Management im Gesundheitswesen	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Finanzielle Führung im Gesundheitswesen	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Koordinierte Versorgung im Gesundheitswesen (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Integrierte Versorgung	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Instrumente/Konzepte der Koordinierten Versorgung	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Personalführung im Gesundheitswesen (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Grundlagen des Personalmanagements	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Führung in Gesundheitsorganisationen	Pflichtmodul	Prädikat	6

Wahlpflicht-CAS: Strategisches Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Kernaufgaben des Marketing	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Potenzialanalyse	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Innovation, Customer Experience Management und Service Design (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Service Design	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Customer Experience Management & Innovation	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Marketing Automation & Artificial Intelligence (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Marketing Automation & AI Skill Set	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Use Cases in Marketing Automation & AI	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Digital Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Modul: Digitales Marketing Management	Pflichtmodul	Note	6
Modul: Unternehmensführung in der digitalen Realität	Pflichtmodul	Note	6

19. Erlassinformationen

19.1 Metadaten Erlass

Betreff	Inhalt
ErlassverantwortlicheR	LeiterIn Stabsbereich Steuerung, Entwicklung, Strategie
Beschlussinstanz	HSL
Themenzuordnung	1.04.01 Führungsgrundlagen
Publikationsart	Public

19.2 Erlassverlauf

Version	Beschluss	Beschlussinstanz	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
1.0.0	04.10.2016	HSL	01.11.2016	Originalversion
1.0.1	-	-	-	Redaktionelle Anpassungen vom 10.07.2017

Version	Beschluss	Beschlussinstanz	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
1.0.2	-	-	-	Entfernung RSO-Datum Anpassung Layout, 07.12.2020
1.1.0	30.03.2022	Rektor	01.05.2022	Anpassung Struktur und Untertitel Ziff. 3 sowie Präzisierung der Zulassungsbedingungen für Personen mit und ohne Hochschulabschluss
1.2.0	14.06.2022	Rektor	01.07.2022	Umbenennung und inhaltliche Überarbeitung CAS Customer Lifecycle Management & Cross Channel CRM: Neu CAS Marketing Automation & Artificial Intelligence
1.2.1	-	-	-	Dateiname angepasst (ehem. Z-SO-W Studienordnung MAS Health Care & Marketing), 2.9.2022
1.3.0	04.11.2022	Rektor	04.11.2022	<p>- Inhaltliche Überarbeitung des Curriculums:</p> <p>Aufnahme ins Portfolio:</p> <ul style="list-style-type: none"> o CAS Einführung BWL & Finanzielle Führung im Gesundheitswesen o CAS Swiss Biodesign for HealthTech-Innovation o CAS Gesundheitsökonomische Evaluationen und HTA o CAS Gesundheitsökonomie o CAS Pricing & Sales o CAS Behavioral Insights for Marketing o CAS Advanced Digital Marketing <p>Wegfall aus dem Portfolio:</p> <ul style="list-style-type: none"> o CAS Koordinierte Versorgung & Recht im Gesundheitswesen o CAS Unternehmensführung im Gesundheitswesen o CAS Personalführung im Gesundheitswesen o CAS Strategisches Marketing o CAS Innovation, Customer Experience Management & Service Design o CAS Marketing Automation & Artificial Intelligence o CAS Digital Marketing <p>- Präzisierung sowie Vereinheitlichung der Wahlpflichtbereich-Namen: Bisher: Gesundheitsökonomie -> Neu: Fokus Health Care; Bisher: Marketing -> Neu: Fokus Marketing.</p> <p>- Anpassung auf die neusten Formulierung-Standards gemäss Vorlage MAS.</p>
1.3.1	-	-	-	Redaktionelle Anpassung Modulbezeichnung/ Modulbewertung, 22.11.2022
1.3.2	-	-	-	Redaktionelle Anpassung per 1.1.2023 aufgrund Auflösung ZFH Zürcher Fachhochschule. Neu wird der Titel von der ZHAW vergeben.