



Studienordnung für den Executive Masterstudiengang in Marketing Leadership

(als Anhang zur Rahmenstudienordnung für Weiterbildungs-
Masterstudiengänge der Zürcher Fachhochschule)

Die Hochschulleitung,

gestützt auf die Rahmenstudienordnung für Weiterbildungs-Masterstudiengänge der Zürcher Fachhochschule, beschliesst:

1. Geltung

Dieser Anhang regelt in Ergänzung zur Rahmenstudienordnung für Weiterbildungs-Masterstudiengänge der Zürcher Fachhochschule den Executive Masterstudiengang in Marketing Leadership des Departements School of Management and Law der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

2. Kosten

Die Kosten für den Executive Masterstudiengang in Marketing Leadership werden in den Anmeldeunterlagen veröffentlicht.

3. Zulassung

3.1 Zulassungsbedingungen für Personen mit Hochschul-Masterabschluss

Die Zulassung zum Executive Masterstudiengang setzt voraus:

- Masterabschluss (Diplom, Lizentiat, MSc, MA oder WB-Master) einer staatlich anerkannten Hochschule beziehungsweise einer der Vorgängerschulen.
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung mindestens 10 Jahre Berufserfahrung z.B. in General Management, Marketing, Kommunikation, Vertrieb oder Service, davon mindestens 3 Jahre in einer Führungsposition.
- Nachweis über ausreichende Englischkenntnisse (Niveau B2).
- Bestehen eines Zulassungsgesprächs.

Bei einzelnen Wahlpflichtmodulen können erweiterte Zulassungsvoraussetzungen bestehen. Diese sind in den Studienordnungen der zugehörigen CAS ersichtlich.

3.2 Zulassungsbedingungen für Personen ohne Hochschul-Masterabschluss

In Ausnahmefällen können Personen ohne Masterabschluss einer staatlich anerkannten Hochschule zugelassen werden, wenn sich deren Befähigung zur Teilnahme aus ausgewiesenen ausserordentlichen beruflichen Leistungen ergibt. Die Beurteilung erfolgt durch die Studienleitung.

Des Weiteren müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein:

- Zum Zeitpunkt der Anmeldung und nach Abschluss einer ersten beruflichen Grundbildung mindestens 15 Jahre Berufserfahrung z.B. in General Management, Marketing, Kommunikation, Vertrieb oder Service, davon mindestens 3 Jahre in einer Führungsposition.
- Nachweis über ausreichende Englischkenntnisse (Niveau B2).
- Nachweis über die Fähigkeit zu wissenschaftsbasiertem Arbeiten. Dieser Nachweis muss spätestens vor Beginn der Masterarbeit erbracht sein.
- Bestehen eines Zulassungsgesprächs.

Bei einzelnen Wahlpflichtmodulen können erweiterte Zulassungsvoraussetzungen bestehen. Diese sind in den Studienordnungen der zugehörigen CAS ersichtlich.

3.3 Zulassungsgespräch

Im Zulassungsgespräch werden folgende Kriterien überprüft:

- Erhebung der notwendigen fachlichen und methodischen Kompetenzen.
- Diskussion der Motivation für den Studiengang mit Blick auf den bisherigen und angestrebten Lebenslauf.

Die Beurteilung dieser Kriterien erfolgt durch die Studienleitung. Die Studienleitung behält sich zudem vor, Referenzen, Motivations- und/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 geführt.

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

Können aufgrund mangelnder Nachfrage einzelne Module nicht durchgeführt werden oder sind bereits ausgebucht, müssen die Teilnehmenden auf die nächste Durchführung warten. Bei Modulen aus dem Wahlpflichtbereich können Teilnehmende auf andere Module aus demselben Wahlpflichtbereich wechseln.

5. Gleichzeitige Anmeldung auf MAS und dazugehörigen CAS-Module

Sind Studierende sowohl auf einen Weiterbildungs-Masterstudiengang wie auch auf einen oder mehrere Module von zugehörigen CAS angemeldet, so gelten für die einzelnen Module 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 Semester ihres Erwerbs angerechnet werden.

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

Die Masterarbeit muss zwingend an der ZHAW im Executive Masterstudiengang in Marketing Leadership verfasst werden.

7. Modulplan und Modulbewertung

Die sechs Pflichtmodule nach Ziff. 7.1 sowie die Masterarbeit sind Pflicht für alle Teilnehmenden des Masterstudiengangs. Zudem sind drei Wahlpflichtmodule aus dem Wahlpflichtbereich nach Ziff. 7.2 auszuwählen und zu bestehen.

Der Masterstudiengang startet in der Regel mit einem der Pflichtmodule. In begründeten Fällen kann die Studienleitung Ausnahmen bewilligen.

7.1 Pflichtmodule

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Transforming marketing in the Age of AI	Pflichtmodul	Note	3
Marketing Leadership Excellence	Pflichtmodul	Note	6
Creating and Capturing Value	Pflichtmodul	Note	6
Marketing Technology and AI-driven Marketing	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6
AI-driven Branding and Communication	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	3
Next level Marketing	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6

7.2 Wahlpflichtmodule¹

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
AI & Innovative Sales	Wahlpflichtmodul	Note	6
AI in Digital Commerce	Wahlpflichtmodul	Note	6
Digital B2B Marketing	Wahlpflichtmodul	Note	6
E-Commerce Management	Wahlpflichtmodul	Note	6
Business and customers in the loop	Wahlpflichtmodul	Note	6
Behavioral insights basics	Wahlpflichtmodul	Note	6
Customer centric organization leveraging AI	Wahlpflichtmodul	Note	6
Strategische Grundlagen des datenbasierten Produkt Managements	Wahlpflichtmodul	Note	6
Preisfindung und Preisstrategie	Wahlpflichtmodul	Note	6
Preisdurchsetzung und Preisanpassung	Wahlpflichtmodul	Note	6

¹ Die Wahlpflichtmodule gemäss Ziff. 7.2 sind Bestandteil bestehender CAS, insofern gelten für diese Module die Bestimmungen gemäss Ziff. 5. «Gleichzeitige Anmeldung auf MAS und dazugehörigen CAS-Module»

7.3 Masterarbeit

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Masterarbeit	Pflichtmodul	Note	12

8. Benotung

Die Bewertung mittels Noten bewertete Module und der Leistungsnachweise erfolgt entlang der Skala von 6 bis 1 in Viertelnoten-Schritte

9. Wiederholung von Modulen

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

- Nicht bestandene Leistungsnachweise können einmal wiederholt werden. Die Wiederholung von Leistungsnachweisen wird in Rechnung gestellt.

10. Präsenz im Unterricht

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 Modulen kann die Studienleitung eine Anwesenheit von 100% verlangen, was in der Modulbeschreibung ersichtlich ist. Abwesenheiten werden nur aus zwingenden Gründen (gemäss § 19 Abs. 2 der Rahmenstudienordnung begründbar) anerkannt.
- In begründeten Ausnahmefällen können höhere Absenzen durch alternative Leistungen kompensiert werden. Über die Modalitäten entscheidet die Studienleitung.

11. Modulanmeldung

Die Anmeldung zum Executive Masterstudiengang beinhaltet auch die Anmeldung für die Module sowie die zugehörigen 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 mindestens 48 Credits erworben sind. Weitere Details sind in der Modulbeschreibung und im Leitfaden zur Masterarbeit ersichtlich. In begründeten Fällen kann die Studienleitung eine Ausnahme bewilligen.

14. Studienabschluss

Die Weiterbildung ist bestanden, wenn die Präsenzplicht 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 Viertelpunkten gerundet.

16. Diplom

Nach erfolgreich absolviertem Studiengang wird der Titel „Executive Master ZHAW in Marketing Leadership“ verliehen.

17. Schlussbestimmung

Diese Studienordnung tritt nach Genehmigung durch die Hochschulleitung der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften am 01. März 2024 in Kraft und ersetzt die Studienordnung vom 01. Mai 2022.

18. Erlassinformationen

18.1 Metadaten Erlass

Betreff	Inhalt
Erlassverantwortliche/r	Leiter/in Stabsbereich Strategie, Qualität & Projekte
Beschlussinstanz	HSL
Ablageort	5.01.00 Konzeption und Genehmigung WB
Publikationsort	Public

18.2 Erlassverlauf

Version	Beschluss	Beschlussinstanz	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
1.0.0	24.01.2019	HSL	19.03.2019	Originalversion, Genehmigung FHR am 19.03.2019
1.0.1	-	-	-	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 Hochschul-Masterabschluss
1.1.1	-	-	-	Dateiname angepasst (ehem. Z-SO-W Studienordnung ExM Marketing Leadership), 2.9.2022
1.1.2	-	-	-	Redaktionelle Anpassung per 1.1.2023 aufgrund Auflösung ZFH Zürcher Fachhochschule. Neu wird der Titel von der ZHAW vergeben. Anpassung auf die neusten Formulierung-Standards gemäss Vorlage MAS.
2.0.0	05.02.2024	Rektor	01.03.2024	Überarbeitung Modulplan: Einführung Pflicht- und Wahlpflichtmodule