



Studienordnung für den Weiterbildungs-Masterstudiengang in Fundraising Management

(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 Fundraising Management der School of Management and Law der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

2. Kosten

Die Kosten für den Masterstudiengang in Fundraising Management werden in den Anmeldeunterlagen veröffentlicht.

3. Zulassung

3.1 Zulassungsbedingungen für Personen mit Hochschulabschluss

Die Zulassung zum Studiengang setzt voraus:

- Erfüllung der Zulassungsbedingungen der CAS, die gemäss Modulplan zu belegen sind. Diese sind in den [Studienordnungen der CAS](#) ersichtlich.

3.2 Zulassungsbedingungen für Personen ohne Hochschulabschluss

Die Zulassung zum Studiengang setzt voraus:

- Erfüllung der Zulassungsbedingungen der CAS, die gemäss Modulplan zu belegen sind. Diese sind in den [Studienordnungen der CAS](#) ersichtlich.
- Nachweis über die Fähigkeit zu wissenschaftsbasiertem Arbeiten. Dieser Nachweis muss spätestens vor Beginn der Masterarbeit erbracht sein.

3.3 Zulassungsgespräch

Die Studienleitung behält sich vor, Referenzen, Motivations- und/oder Empfehlungsschreiben einzuholen sowie die interessierten Personen zu einem Gespräch einzuladen.

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

Können aufgrund mangelnder Nachfrage einzelne CAS nicht durchgeführt werden oder sind einzelne CAS ausgebucht, werden die Teilnehmenden des Studiengangs auf andere CAS verwiesen oder müssen auf die nächste Durchführung des CAS 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 ihrem Erwerb angerechnet werden.

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

Die Masterarbeit muss zwingend an der ZHAW im Weiterbildungs-Masterstudiengang Fundraising Management verfasst werden.

7. Modulplan und Modulbewertung

Die CAS Fundraising Operations, CAS Fundraising Strategies, CAS Fundraising Leadership sowie die Masterarbeit sind Pflicht für alle Teilnehmenden des Masterstudiengangs in Fundraising Management. Des Weiteren ist ein CAS aus dem Wahlpflichtbereich auszuwählen und zu absolvieren. In begründeten Fällen kann die Studienleitung Ausnahmen bewilligen.

7.1 Pflichtbereich

CAS Fundraising Operations (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Introduction to Fundraising	Pflichtmodul	Note	6
Public and Institutional Fundraising	Pflichtmodul	Note	6

CAS Fundraising Strategies (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
High Value Fundraising	Pflichtmodul	Note	6
Strategic Fundraising Management	Pflichtmodul	Note	6

CAS Fundraising Leadership (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Philanthropy Management	Pflichtmodul	Note	6
Leadership Management	Pflichtmodul	Note	6

7.2 Wahlpflichtbereich

CAS Event Management (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Eventdesign und Konzeptentwicklung	Pflichtmodul	Prädikat	6
Eventführung und Umsetzung	Pflichtmodul	Note	6

CAS Sponsoring Management (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Sponsoring Management - Grundlagen	Pflichtmodul	Note	6
Sponsoring Management - Vertiefung und Themenfelder	Pflichtmodul	Note	6

CAS Circular Economy Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Business and Consumers in the Loop	Pflichtmodul	Note	6
Communicating Sustainability	Pflichtmodul	Note	6

CAS Digital Marketing (12 Credits)

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

CAS Marketing Automation & Artificial Intelligence (12 Credits)

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

CAS Strategisches Marketing (12 Credits)

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

CAS Human Capital & Leadership (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul- bewertung	Anzahl Credits
Organisationale Einflüsse auf Führung	Pflichtmodul	Prädikat	6
Leadership im Kontext von New Work	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 Arbeiten eine Nachbesserung möglich.
- Nachgebesserte Arbeiten können höchstens die Note 4 erreichen.
- Bei Leistungsnachweisen mit einer Note unter 3.5 oder bei Nicht-Bestehen der Nachbesserung ist das Modul zu wiederholen. Bei Wiederholung eines Moduls ist eine Nachbesserung der einzelnen Leistungsnachweise gemäss den vorstehenden Bestimmungen abermals möglich.
- Nicht bestandene Leistungsnachweise können einmal wiederholt werden.
- Die 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 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

(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 CAS oder zur Masterarbeit 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 mindestens 48 Credits gemäss Modulplan erworben sind. Weitere Details sind in der Modulbeschreibung und im Leitfaden zur Masterarbeit ersichtlich.

14. Studienabschluss

Die Weiterbildung ist bestanden, wenn die 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 arithmetischen Durchschnitt der numerischen Modulnoten gemäss Modulplan. Die Modulnoten werden nach Credits gewichtet.

Die Abschlussnote wird auf Viertel-Noten gerundet.

16. Diplom

Nach erfolgreich absolviertem Studiengang wird der Titel „Master of Advanced Studies ZHAW in Fundraising Management“ verliehen.

17. Schlussbestimmung

Diese Studienordnung tritt nach Genehmigung durch die Hochschulleitung der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften am 01. Juli 2022 in Kraft.

Sie ersetzt die Studienordnung vom 30. März 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.

Erfolgreich absolvierte Module, welche nicht mehr angeboten werden, werden angerechnet. Die betroffenen Module sind in der untenstehenden Übersichtstabelle aufgeführt.

19. Übersichtstabelle: Module, welche nicht mehr angeboten werden

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

19.1 ab 14. Juni 2022

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

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

19.2 ab 05. Februar 2024

CAS Digital Marketing in NPO (12 Credits)

Neu: CAS Circular Economy Marketing

Modulbezeichnung	Modultyp	Modul-bewertung	Anzahl Credits
Theoretische Grundlagen und zielgerichtete Konzepte Neu: Business and Consumers in the Loop	Pflichtmodul	Note	6
Praktische Kompetenzen und konkrete Anwendung Neu: Communicating Sustainability	Pflichtmodul	Note	6

20. Erlassinformationen

20.1 Metadaten Erlass

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

20.2 Erlassverlauf

Version	Beschluss	Beschlussinstanz	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
1.0.0	24.01.2019	HSL	19.03.2019	Originalversion, Genehmigung FHR am 19.03.2019
1.1.0	21.01.2020	HSL	01.03.2020	Redaktionelle Anpassung, 29.11.2019: Umbenennung eines CAS Digital Marketing in NPO, bisher Marketing & Kommunikation in NPO (Modulbezeichnungen bleiben gleich)
1.1.1	-	-	-	Entfernung RSO-Datum Anpassung Layout, 07.12.2020
1.2.0	30.03.2022	Rektor	01.05.2022	Anpassung Struktur und Untertitel Ziff. 3 sowie Präzisierung der Zulassungsbedingungen für Personen mit und ohne Hochschulabschluss
1.3.0	14.06.2022	Rektor	01.07.2022	Umbenennung und inhaltliche Überarbeitung CAS Customer Lifecycle Management & Cross Channel CRM: Neu CAS Marketing Automation & Artificial Intelligence
1.3.1	-	-	-	Dateiname angepasst (ehem. Z-SO-W Studienordnung MAS Fundraising Management), 2.9.2022
1.3.2	-	-	-	Redaktionelle Anpassung per 1.1.2023 aufgrund Auflösung ZFH Zürcher Fachhochschule. Neu wird der Titel von der ZHAW vergeben. Redaktionelle Anpassungen auf aktuelle Formulierungsstandards gemäss Vorlage MAS.
1.3.3	-	-	-	Änderung vom 05.02.2024: <ul style="list-style-type: none"> • Umbenennung CAS Digital Marketing in NPO → Neu CAS Circular Economy Marketing sowie Umbenennung Modultitel • Ergänzung Ziff 19: Übersichtstabelle für Module, welche nicht mehr angeboten werden