



Studienordnung für den Weiterbildungs-Masterstudiengang in Marketing 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 in Marketing Management der School of Management and Law an der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

2. Kosten

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

3. Zulassung

3.1 Zulassungsbedingungen für Personen mit Hochschulabschluss

Die Zulassung zum Weiterbildungs-Masterstudiengang 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 Weiterbildungs-Masterstudiengang 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 einzuholen sowie die Interessierten 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, werden die Teilnehmenden des MAS in Marketing Management auf andere CAS aus demselben Wahlpflichtbereich 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 höchstens 10 Jahren ab dem Semester ihres Erwerbs angerechnet werden. Die Anrechnung beschränkt sich auf den Umfang von maximal vier Modulen (24 ECTS). Noten werden ausschliesslich bei Anrechnung von Vorkenntnissen aus ZHAW-Weiterbildungsangeboten übernommen.

Mindestens 40% der Credits müssen zwingend an der ZHAW im Weiterbildungs-Masterstudiengang Marketing Management absolviert werden. Zudem muss die Masterarbeit zwingend im selben Weiterbildungs-Masterstudiengang verfasst werden.

7. Modulplan und Modulbewertung

Insgesamt müssen vier CAS und die Masterarbeit absolviert werden, wobei der CAS Strategisches Marketing zwingend erfolgreich absolviert werden muss. Mindestens ein CAS muss aus dem Wahlpflichtbereich A absolviert werden. Aus den Wahlpflichtbereichen B und C darf maximal je ein CAS absolviert werden.

Der MAS Marketing Management startet in der Regel mit dem Pflicht-CAS Strategisches Marketing. In begründeten Fällen kann die Studienleitung Ausnahmen bewilligen.

7.1 Pflichtmodule

Pflicht-CAS: Strategisches Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Kernaufgaben des Marketing	Pflichtmodul	Note	6
Potenzialanalyse	Pflichtmodul	Note	6

7.2 Wahlpflichtbereich A

Wahlpflicht-CAS: Marketing Analytics (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Verankerung im Unternehmen	Pflichtmodul	Note	6
Anwendungsfälle im Marketingmanagement	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Digital Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Digitales Marketing Management	Pflichtmodul	Note	6

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Unternehmensführung in der digitalen Realität	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Digital Brand Management (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Strategisches Markenmanagement	Pflichtmodul	Note	6
Interne und externe Markenführung	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Content Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Content Marketing Process	Pflichtmodul	Note	6
Content Creation Skills	Pflichtmodul	Note	6

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

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Behavioral Insights Basics	Pflichtmodul	Note	6
Behavioral Insights Applications	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Health Care Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Besonderheiten und Akteure im Gesundheitsmarkt	Pflichtmodul	Note	6
Marketing und Kommunikation im Gesundheitsmarkt	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Immersive Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Immersive Workbench	Pflichtmodul	Note	6
Immersive Strategy	Pflichtmodul	Note	6

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

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Planung der Marketing- & Unternehmenskommunikation	Pflichtmodul	Note	6
Kommunikation & Medien	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Sponsoring Management (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Sponsoring Management – Grundlagen	Pflichtmodul	Note	6

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Sponsoring Management – Vertiefung und Themenfelder	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Event Management (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Eventdesign und Konzeptentwicklung	Pflichtmodul	Bestanden / nicht bestanden	6
Eventführung und Umsetzung	Pflichtmodul	Note	6

7.3 Wahlpflichtbereich B

Wahlpflicht-CAS: AI-driven Innovation & Service Design (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Innovation	Pflichtmodul	Note	6
Service Design	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: AI-driven Customer Experience Management (12 ECTS)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
AI-driven Customer Experience Management	Pflichtmodul	Note	6
AI-driven Customer Experience Design	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Pricing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Preisfindung und Preisstrategie	Pflichtmodul	Note	6
Preisdurchsetzung und Preisanpassung	Pflichtmodul	Note	6

7.4 Wahlpflichtbereich C

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

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

Wahlpflicht-CAS: AI Marketing Organisation (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Moderne Marketingorganisation im Zeitalter von KI	Pflichtmodul	Note	6

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Organisatorische Transformation mit KI vorantreiben	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Marketing Technology (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Management & Communication	Pflichtmodul	Note	6
Impact & Infrastructure	Pflichtmodul	Note	6

7.5 Masterarbeit (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	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 (Master)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 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**

Die Betreuung der Masterarbeit findet unter Beizug einer Expertin oder eines Experten statt. Die Benotung erfolgt einvernehmlich mit der prüfenden Dozentin bzw. dem prüfenden Dozenten. Kommt keine Einigung zustande, steht der Stichtscheid 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 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 arithmetischen Durchschnitt der numerischen Modulnoten gemäss Modulplan. Die Modulnoten werden nach Credits gewichtet.

Die Abschlussnote wird auf Viertelnoten gerundet.

16. **Diplom**

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

17. **Schlussbestimmung**

Diese Studienordnung tritt nach Genehmigung durch die Hochschulleitung der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften am 01. Mai 2022 in Kraft und ersetzt die Studienordnung vom 13. Mai 2021.

18. **Übergangsbestimmungen**

18.1 **Übergangsbestimmungen vom 30. Mai 2017**

Studierende, welche ihr Studium unter der Studienordnung vom 25. November 2015 aufgenommen haben oder in jene überführt wurden, unterstehen für das weitere Studium dieser Studienordnung.

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

18.2 Übergangsbestimmungen vom 10. November 2018

Studierende, welche ihr Studium unter der Studienordnung vom 30. Mai 2017 aufgenommen haben oder in jene überführt wurden, unterstehen für das weitere Studium dieser Studienordnung.

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

18.3 Übergangsbestimmungen vom 12. Dezember 2018

Studierende, welche ihr Studium unter der Studienordnung vom 10. November 2018 aufgenommen haben oder in jene überführt wurden, unterstehen für das weitere Studium dieser Studienordnung.

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

18.4 Übergangsbestimmungen vom 10. Juli 2019

Studierende, welche ihr Studium unter der Studienordnung vom 12. Dezember 2018 aufgenommen haben oder in jene überführt wurden, unterstehen für das weitere Studium dieser Studienordnung.

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

18.5 Übergangsbestimmungen vom 2. Juli 2020

Studierende, welche ihr Studium unter der Studienordnung vom 10. Juli 2019 aufgenommen haben oder in jene überführt wurden, unterstehen für das weitere Studium dieser Studienordnung.

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

18.6 Übergangsbestimmungen vom 13. Mai 2021

Studierende, welche ihr Studium unter der Studienordnung vom 2. Juli 2020 aufgenommen haben oder in jene überführt wurden, unterstehen für das weitere Studium dieser Studienordnung.

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 30. Mai 2017

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

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Corporate Communication	Pflichtmodul	Note	6

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Marketing Communication	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Sport Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Strategic Sport Marketing	Pflichtmodul	Note	6
Operational Sport Marketing	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Big Data im Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Big Data Big Picture	Pflichtmodul	Note	6
Smarte Datenanwendung	Pflichtmodul	Note	6

19.2 Ab 10. November 2018

Wahlpflicht-CAS: Werkzeuge der Kundenorientierung (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
CRM-Projekttools	Pflichtmodul	Note	6
Kundenorientierte Kultur und Organisation	Pflichtmodul	Note	6

19.3 Ab 12. Dezember 2018

Wahlpflicht-CAS: Sales & Produkt Life Cycle Management (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Sales Excellence	Pflichtmodul	Note	6
Product Lifecycle Management	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Pricing & Go-to-Market (6 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Go-to-Market	Pflichtmodul	Note	6

19.4 Ab 10. Juli 2019

Wahlpflicht-CAS: Integrated Campaign Management (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Dialog-Kompetenz	Pflichtmodul	Note	6
Kampagnen-Exzellenz	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Markenemotionalisierung (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Grundlagen der Markenemotionalisierung	Pflichtmodul	Note	6
Strategien der Markenemotionalisierung	Pflichtmodul	Note	6

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

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Service Design	Pflichtmodul	Note	6
Customer Experience Management & Innovation	Pflichtmodul	Note	6

19.5 Ab 02.Juli 2020

Wahlpflicht-CAS: Agile Marketingorientierung (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Aufbau einer agilen Marketingorganisation	Pflichtmodul	Note	6
Agile Marketingprozesse	Pflichtmodul	Note	6

19.6 Ab 13. Mai 2021

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

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Customer Lifecycle Management	Pflichtmodul	Note	6
Cross-Channel CRM	Pflichtmodul	Note	6

19.7 Ab 30 Juni 2023:

Wahlpflicht-CAS: Community & Influencer Marketing (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Community Marketing	Pflichtmodul	Note	6
Influencer Marketing	Pflichtmodul	Note	6

19.8 Ab 17. Juli 2023:

Wahlpflicht-CAS: Customer-Centric Transformation (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Transforming Yourself & the Team	Pflichtmodul	Note	6
Transforming the Organization	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Customer Experience Management (12 ECTS)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Strategisches Customer Experience Management	Pflichtmodul	Note	6
Kundenorientierte Gestaltung von Touchpoints	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Service Design & Innovation (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Service Design	Pflichtmodul	Note	6
Innovation	Pflichtmodul	Note	6

19.9 Ab 27. November 2023

Wahlpflicht-CAS: Pricing & Sales (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Pricing	Pflichtmodul	Note	6
Sales	Pflichtmodul	Note	6

19.10 Ab 21. Dezember 2023

Wahlpflicht-CAS: AI Marketing Organisation (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Maturity of AI and customer centricity	Pflichtmodul	Note	6
Empowering the organisation leveraging AI	Pflichtmodul	Note	6

19.11 Ab 24. Juni 2024

Wahlpflicht-CAS: Customer Experience Management (12 ECTS)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Customer Experience Management	Pflichtmodul	Note	6
Customer Experience Design	Pflichtmodul	Note	6

19.12 Ab 04. November 2024

Wahlpflicht-CAS: AI Marketing Organisation (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Using AI tools in marketing organizations	Pflichtmodul	Note	6
Customer-centric organization leveraging AI	Pflichtmodul	Note	6

Wahlpflicht-CAS: Service Design & Innovation (12 Credits)

Neu: CAS AI-driven Innovation & Service Design (Modultitel bleiben gleich)

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
Publikationsort	Public

20.2 Erlassverlauf

Version	Beschluss	Beschlussinstanz	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
1.0.0	05.11.2013	HSL	05.11.2013	Originalversion
1.0.1	-	-	-	28.05.2014: Überarbeitung für GPM
1.0.2	19.06.2014	Generalsekretär/-in	01.08.2014	Formale Anpassungen
1.1.0	-	-	03.11.2014	Anpassung aufgrund der Inkraftsetzung des HFKG: Im Abschnitt 14 „Diplom“ wurde der Begriff „eidgenössisch geschützter“ - Titel gestrichen.
2.0.0	25.11.2015	HSL	01.12.2015	Abs. 6 Anpassungen Modulplan/Modulbewertungen Abs. 15 und Abs. 16 ergänzt
2.0.1	-	-	07.04.2015	Formale Anpassungen im Abschnitt 6
2.1.0	-	Generalsekretär/-in	10.06.2016	Anpassung aufgrund der Inkraftsetzung der neuen RSO für Weiterbildungsmasterstudiengänge der ZFH: Im Abschnitt 1 „Geltung“ sowie im Titel wurde das Erlassdatum der neuen RSO aktualisiert. Anpassung im Abschnitt 5
2.2.0	30.05.2017	HSL	01.06.2017	Erweiterung um 4 zusätzliche Wahlpflicht-CAS: CAS Big Data im Marketing, CAS Behavioral Insights for Marketing, CAS Health Care Marketing, CAS Brand Management. Umbenennung von CAS und/oder Modulbezeichnungen in folgenden 4 CAS: CAS Markenemotionalisierung (ehem. CAS Sport Marketing), CAS Integrated Campaign Management (ehem. CAS Kundendialogmarketing), CAS Marketing- & Corporate Communications (neue Modulbezeichnungen), CAS Marketing Analytics (ehem. CAS Big Data im Marketing)
2.2.1	-	-	-	Umbenennung CAS Marketing Analytics (ehem. CAS Big Data im Marketing) inkl. Umbenennung der Modulnamen, 26.07.2017
2.3.0	10.11.2018	-	15.11.2018	Umbenennung und inhaltliche Erweiterung des CAS Werkzeuge der Kundenorientierung in CAS Marketing Technology und CAS Agile Marketingorganisation
2.4.0	12.12.2018	Rektor	01.01.2019	Umbenennung und inhaltliche Überarbeitung des CAS Pricing & Go-to-Market in CAS Pricing & Sales. Reduktion des Portfolios um den bisherigen CAS Sales & Product Lifecycle Management. Erweiterung des Portfolios um die CAS Event Management und CAS Sponsoring Management. Einführung von Wahlpflichtbereichen
2.5.0	10.07.2019	Rektor	01.02.2020	Anpassungen von CAS in den Wahlpflichtbereichen: - Anpassung CAS Integrated Campaign Management in

Version	Beschluss	Beschlussinstanz	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
				CAS Content Marketing - Anpassung CAS Markenemotionalisierung in CAS Community & Influencer Marketing - Anpassung CAS Innovation, Customer Experience Management & Service Design in CAS Service Design & Innovation und CAS Customer Experience Management - Titelanpassung des CAS Brand Management in CAS Digital Brand Management
2.6.0	02.07.2020	Rektor	07.07.2020	Umbenennung und inhaltliche Überarbeitung des CAS Agile Marketingorientierung -> NEU: CAS Customer-Centric Transformation
2.6.1	-	-	-	Entfernung RSO-Datum Anpassung Layout, 07.12.2020
2.7.0	13.05.2021	Rektor	19.05.2021	Umbenennung und inhaltliche Überarbeitung des CAS CAS Customer Lifecycle Management & Cross Channel CRM in neu CAS Marketing Automation & Artificial Intelligence
2.8.0	30.03.2022	Rektor	01.05.2022	Anpassung Struktur und Untertitel Ziff. 3 sowie Präzisierung der Zulassungsbedingungen für Personen mit und ohne Hochschulabschluss
2.8.1	-	-	-	Dateiname angepasst (ehem. Z-SO-W Studienordnung MAS Marketing Management), 2.9.2022
2.8.2	-	-	-	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
2.8.3	-	-	-	Umbenennung CAS Community & Influencer Marketing; in neu CAS Immersive Marketing vom 30.06.2023
2.8.4	-	-	-	Änderungen vom 17.07.2023: <ul style="list-style-type: none"> • Umbenennung CAS Customer-Centric Transformation in neu CAS AI Marketing Organisation sowie Umbenennung Modultitel • Umbenennung Modultitel im CAS Customer Experience Management: • Umbenennung Modultitel im CAS Service Design & Innovation
2.8.5	-	-	-	Änderungen vom 27.11.2023: <ul style="list-style-type: none"> • Umbenennung CAS Pricing & Sales in neu CAS Pricing sowie Umbenennung Modultitel • Ergänzung Ziff 19: Übersichtstabelle: Module, welche nicht mehr angeboten werden
2.8.6	-	-	-	Änderungen vom 21.12.2023: <ul style="list-style-type: none"> • Umbenennung Modultitel im CAS AI Marketing Organisation
2.8.7	-	-	-	Änderungen vom 24.06.2024: <ul style="list-style-type: none"> • Umbenennung CAS Customer Experience Management in neu CAS AI-driven Customer Experience Management sowie Umbenennung Modultitel.



Version	Beschluss	Beschlussinstanz	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
2.8.8	-	-	-	Änderungen vom 04.11.2024: <ul style="list-style-type: none">• CAS AI Marketing Organisation: Umbenennung Modultitel• Umbenennung CAS Service Design & Innovation --> Neu CAS AI-driven Innovation & Service Design