



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 Zulassungsverfahren

Bewerberinnen und Bewerber, welche die Voraussetzungen von Ziffer 3.2 oder 3.3 erfüllen, werden zu einem Zulassungsgespräch mit der Studienleitung eingeladen.

3.2 Reguläre Zulassung

Zum Zulassungsgespräch für den Executive Masterstudiengang in Marketing Leadership wird zugelassen, wer folgende Voraussetzungen erfüllt.

- Masterabschluss einer staatlich anerkannten Fachhochschule oder Abschlusszeugnis einer staatlich anerkannten Universität oder einer Technischen Hochschule (Diplom, Lizentiat, MSc, MA, MAS)
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung mindestens 10 Jahre Berufserfahrung, z.B. in General Management, Marketing, Kommunikation, Vertrieb oder Service, davon im Minimum 3 Jahre in einer Führungsposition
- Ausreichende Englischkenntnisse (Niveau B2)

3.3 ‚Sur Dossier‘ Zulassung

Personen, welche nicht über einen Masterabschluss verfügen, werden zugelassen, wenn sie folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Vergleichbarer Abschluss
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung mindestens 15 Jahre Berufserfahrung, z.B. in General Management, Marketing, Kommunikation, Vertrieb oder Service, davon im Minimum 3 Jahre in einer Führungsposition
- Ausreichende Englischkenntnisse (Niveau B2)
- Ausgewiesene ausserordentliche berufliche Leistungen vorausgesetzt
- Nachweis über die Fähigkeit zu wissenschaftsbasiertem Arbeiten



Bewerberinnen und Bewerber müssen auf Verlangen zusätzlich ein Empfehlungsschreiben des aktuellen Arbeitgebers oder einer anderen Referenzperson vorlegen, welche die berufliche Situation der Bewerberinnen und Bewerber kennt und glaubwürdig beurteilen kann.

3.4 Zulassungsgespräch

Im Zulassungsgespräch werden folgende Schwerpunkte gesetzt:

- Erhebung der notwendigen kommunikativen Kompetenzen
- Diskussion der Motivationslage zum Studium mit Blick auf den bisherigen und den angestrebten Lebenslauf

Die Beurteilung dieser Kriterien erfolgt durch die Studienleitung.

3.5 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.

5. 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.

6. Modulplan und Modulbewertung**Case Challenge (6 Credits)**

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Insight-driven Company	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6

Marketing Tools for a Shifting Landscape (18 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Value-based Marketing	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6
Generating Impact	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6
Marketing Trends & Scenarios	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6

Case Challenge (6 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Marketing Transformation	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6

Study Trips (18 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Marketing Leadership Excellence	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6
Technology Impact & Innovation	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6
International Marketing& Intercultural Business	Pflichtmodul	bestanden / nicht bestanden	6

Masterarbeit (12 Credits)

Modulbezeichnung	Modultyp	Modulbewertung	Anzahl Credits
Masterarbeit	Pflichtmodul	Note	12

Die Bewertung der mittels Noten bewerteten Module erfolgt in Viertelnoten.

7. **Wiederholung von Modulen**

Nicht bestandene Leistungsnachweise können einmal wiederholt werden.

Die Wiederholung von Leistungsnachweisen wird in Rechnung gestellt.

8. **Präsenz im Unterricht**

Für den Unterricht ist eine Präsenz von 80% obligatorisch.

9. **Modulanmeldung**

Die Anmeldung zum Executive Masterstudiengang beinhaltet auch die Anmeldung für die Leistungsnachweise und verpflichtet dazu, diese zu erbringen.

10. **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 Stichtscheid 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 Stichtscheid der prüfenden Dozentin bzw. dem prüfenden Dozenten zu.

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

11. **Masterarbeit**

Studierende sind zur Masterarbeit zugelassen, wenn mindestens 48 Credits erworben sind. Weitere Details sind in der Modulbeschreibung und im Leitfaden zur Masterarbeit ersichtlich.

12. **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.

13. **Abschlussbewertung**

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

Die Abschlussnote wird auf Viertelnoten gerundet.

14. **Diplom**

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

15. **Schlussbestimmung**

Diese Studienordnung tritt nach Genehmigung durch die Hochschulleitung der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften am 19. März 2019 in Kraft.



16. Erlassinformationen

16.1 Metadaten Erlass

Betreff	Inhalt
ErlassverantwortlicheR	LeiterIn Stabsbereich Steuerung, Entwicklung, Strategie
Beschlussinstanz	HSL
Ablageort	1.04.01 Führungsgrundlagen
Publikationsort	Public

16.2 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