



Studienordnung für den Zertifikatslehrgang mit Certificate of Advanced Studies (CAS) in AI Marketing Organisation

Die Departementsleitung,

gestützt auf die Rahmenstudienordnung für Diplom- und Zertifikatslehrgänge an der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften',

beschliesst:

1. Geltung

Diese Studienordnung regelt in Ergänzung zur ‚Rahmenstudienordnung für Diplom- und Zertifikatslehrgänge an der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften‘ den Zertifikatslehrgang „CAS AI Marketing Organisation“ der ZHAW School of Management and Law.

2. Kosten

Die Kosten für den Zertifikatslehrgang werden in den Anmeldeunterlagen veröffentlicht.

3. Zulassung

3.1 Zulassungsbedingungen für Personen mit Hochschulabschluss

Die Zulassung zum Lehrgang setzt voraus:

- Abschluss (Diplom, Lizentiat, Bachelor- oder Masterabschluss) einer staatlich anerkannten Hochschule beziehungsweise einer der Vorgängerschulen.
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung mindestens 3 Jahre Berufserfahrung in Marketing oder angrenzenden Fachgebieten.

Die Studienleitung behält sich vor, die interessierten Personen zu einem Gespräch einzuladen sowie Referenzen einzuholen.

3.2 Zulassungsbedingungen für Personen ohne Hochschulabschluss

Die Zulassung zum Lehrgang setzt voraus:

- Nachweis eines Tertiär B-Abschluss (Höhere Berufsbildung): Berufsprüfung BP (eidg. Fachausweis) oder Höhere Fachprüfung HFP (eidg. Diplom) oder Höhere Fachschule HF. In Ausnahmefällen können weitere Personen zugelassen werden, wenn sich deren Befähigung zur Teilnahme aus einem anderen Nachweis ergibt.
- Zum Zeitpunkt der Anmeldung und nach Abschluss einer ersten beruflichen Grundbildung mindestens 6 Jahre Berufserfahrung in Marketing oder angrenzenden Fachgebieten.
- Bestehen eines Zulassungsgesprächs.

3.3 Zulassungsgespräch

Interessierte Personen ohne Hochschulabschluss müssen ein Zulassungsgespräch erfolgreich absolvieren. Dabei werden folgende Kriterien überprüft:

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

Die Beurteilung dieser Kriterien erfolgt durch die Studienleitung. Eine Dispensation vom Zulassungsgespräch kann erfolgen, wenn die interessierten Personen die vorstehenden Kriterien in einem vergleichbaren Zulassungsgespräch an der ZHAW bereits bestanden haben. Die Studienleitung behält sich zudem vor, Referenzen einzuholen.

3.4 Entscheid über die Zulassung

Die Studienleitung entscheidet über Aufnahme oder Ablehnung.

4. Dauer und Art des Lehrgangs

Der Lehrgang umfasst 12 Credits. Es wird als berufsbegleitender Lehrgang angeboten und dauert ca. 4 Monate. Die Höchststudiendauer beträgt 2 Jahre.

In begründeten Fällen kann die Studienleitung eine Verlängerung der Studienzeit bewilligen.

5. Anrechnung von Vorkenntnissen

Andernorts erworbene Credits können während 10 Jahren ab dem Semester ihres Erwerbs durch die Studienleitung angerechnet werden. Credits, die für die Aufnahme qualifizierend sind, können nicht angerechnet werden. Eine Anrechnung beruflicher Tätigkeit ist nicht möglich.

6. Modulplan

Der Lehrgang besteht aus folgenden Modulen:

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

7. Leistungserbringung und Modulbewertung

Die geforderte Leistungserbringung muss für beide Module lückenlos erbracht werden.

Die Noten der numerischen Leistungsnachweise werden auf Viertelnoten gerundet.

Die numerische Modulbewertung ergibt sich aus den nach dem Arbeitsaufwand gewichteten numerischen Leistungsnachweisen und wird in Viertelnotenschritten ausgewiesen.

Die Studienleitung gibt die Termine und Modalitäten der Leistungsnachweise spätestens zu Beginn des jeweiligen Moduls bekannt.

Ein Modul gilt als bestanden und die entsprechende Anzahl Credits als erworben, wenn:

- alle massgebenden Leistungsnachweise erbracht und die Präsenzplicht erfüllt wurden,
- die numerische Modulbewertung 4.0 oder besser ist,
- alle nicht numerisch bewerteten Kurse bestanden sind.

Eine ungenügende Bewertung mit der Note zwischen 3.5 - 3.99 kann durch Nachprüfung oder Nachbesserung verbessert werden (kostenpflichtig). Durch Nachbesserung kann maximal die Note 4.0 erreicht werden. Bei einer ungenügenden Bewertung mit Note schlechter als 3.5 oder bei Nicht-Bestehen der Nachprüfung bzw. Nachbesserung kann das gesamte Modul einmal (kostenpflichtig) wiederholt werden.

Bei Nicht-Bestehen des Moduls sind alle nicht bestandenen Leistungsnachweise zu wiederholen.

8. Präsenz

Es gilt bei allen Kursen eine Präsenzplicht von mindestens 80%. Bei gewissen Kursen kann die Studienleitung eine Anwesenheit von 100% verlangen (siehe Modul- und/oder Kursbeschreibungen). Abwesenheiten werden nur aus zwingenden Gründen (gemäss §17 der Rahmenstudienordnung) anerkannt.

Die Studienleitung behält sich vor, bei mangelnder Präsenz zusätzliche Vorgaben zu machen.

9. Modulanmeldung

Die Anmeldung zum Lehrgang beinhaltet die Anmeldung für beide Module sowie die zugehörigen Leistungsnachweise und verpflichtet dazu, diese Leistungsnachweise zu erbringen.

10. Abschluss des Lehrgangs

Der Zertifikatslehrgang ist erfolgreich abgeschlossen, wenn die 12 Credits gemäss Modulplan erworben sind.

11. Abschlussbewertung

Die Note der Abschlussbewertung (Abschlussnote) ergibt sich aus dem nach Credits gewichteten arithmetischen Durchschnitt der numerischen Modulnoten gemäss Modulplan.

Die Abschlussnote wird auf Viertelpnoten gerundet.

12. Abschlussdokumente

Nach erfolgreichem Abschluss des Zertifikatslehrgangs wird von der ZHAW das Zertifikat „Certificate of Advanced Studies ZHAW in AI Marketing Organisation“ verliehen.

Der Absolvent bzw. die Absolventin erhält ein Zeugnis mit folgenden Inhalten:

- besuchte Module mit den erworbenen Credits



- Modulbewertungen

13. Inkrafttreten

Diese Studienordnung tritt am 01. Februar 2024 in Kraft.

14. Erlassinformationen

Version	Beschluss	Inkrafttreten	Beschreibung Änderung
1.0.0	29.06.2018	31.10.2018	Originalversion: <i>CAS Agiler Marketingorientierung</i>
2.0.0	20.05.2020	20.05.2020	Umbenennung: <i>CAS Customer-Centric Transformation</i>
2.0.1	15.04.2021	01.08.2021	Anpassung Ziff. 7: Nachprüfungen nur noch ab Note 3.5 möglich
2.1.0	15.03.2022	01.05.2022	Anpassung Struktur und Untertitel Ziff. 3 sowie Präzisierung der Zulassungsbedingungen für Personen mit und ohne Hochschulabschluss
2.2.0	17.07.2023	01.08.2023	Umbenennung: <i>CAS AI Marketing Organisation</i> Änderung Modultitel <ul style="list-style-type: none"> • Neu: Maturity of AI and customer centricity (bisher: Transforming Yourself & the Team) • Neu: Empowering the organisation leveraging AI (bisher: Transforming the Organization)
2.2.1	-	-	Redaktionelle Anpassung per 1.8.2023 gemäss HSL-Beschluss. Neuer Titelzusatz «ZHAW»
2.3.0	12.12.2023	12.12.2023	Ergänzung einer Ausnahmeregelung bei den Zulassungsbedingungen für Personen ohne Hochschulabschluss
2.4.0	21.12.2023	01.02.2024	Änderung Modultitel <ul style="list-style-type: none"> • Neu: Using AI tools in marketing organizations (bisher: Maturity of AI and customer centricity) • Neu: Customer-centric organization leveraging (bisher: Empowering the organisation leveraging AI)