

ZfU International Business School
Diplomprüfungs-Reglement
„Diplomierter Marketing-Manager ZfU“

1. Ziel der Diplomarbeit – Praktisches Lernen (Action Learning)

Ziel der Diplomarbeit ist es, das erlernte Marketing-Manager Wissen in eine schriftliche Arbeit mit direktem Praxisbezug einzubringen. Die Arbeit soll aufzeigen, dass der Kandidat Wissen und Fähigkeiten erworben hat, welche einem „Diplomierten Marketing-Manager ZfU“ gerecht werden. Die Arbeit muss ein konkretes Themenfeld aus dem Marketing-Projekt-Umfeld des eigenen Unternehmens behandeln. Damit soll sichergestellt werden, dass ein direkter Bezug zwischen dem erworbenen Wissen und der täglichen Arbeit stattfindet und zudem für das Unternehmen ein direkter praxisrelevanter Nutzen entsteht.

2. Aufgaben des Kandidaten

Die Diplomarbeit ist ein Projekt, welches in enger Abstimmung mit dem Vorgesetzten oder einem Marketingleiter/-Verantwortlichen definiert werden soll. Dieser soll auch die Rolle des Co-Korrektors übernehmen und als eine Art „Mentor“ den Kandidaten beim Erstellen der Diplomarbeit unterstützen. Es kann auch eine Person/Experte aus einer anderen Abteilung sein, welche in entsprechende Marketing-Projekte involviert ist, vom Nutzen einer Zusammenarbeit im Rahmen einer Diplomarbeit überzeugt ist und die Arbeit betreut.

Eine wesentliche Aufgabe des Kandidaten besteht in der Wahrnehmung der Funktion eines „Chief Learning Agents“. Dieser stellt sicher, dass das in den Modulen erworbene Wissen unmittelbar in das Marketing und damit in das Unternehmen eingebracht wird (Knowledge-Transfer).

3. Themenwahl

Der Kandidat nennt dem Leiter der ZfU-Academy mögliche Themen, die in engem inhaltlichem Verhältnis zu den Pflichtmodulen des Diplomlehrgangs stehen. Die Arbeit muss ein konkretes, praxisrelevantes Themenfeld aus dem Marketing-Umfeld des eigenen Unternehmens bearbeiten.

4. Prüfungsexperte und Co-Korrektor

Die Beurteilung der Diplomarbeit erfolgt durch den themenspezifischen Experten aus der ZfU-Faculty und wird von der ZfU bestimmt. Der vom Kandidaten definierte Co-Korrektor aus dem eigenen Unternehmen, welcher die Arbeit begleitend unterstützt, erstellt eine schriftliche Beurteilung der Arbeit aus der Sicht des Unternehmens. Für die Qualifizierung der Diplomarbeit und die Vergabe des Titels „Diplomierter Marketing-Manager ZfU“ ist der Experte aus der ZfU-Faculty zuständig, der Co-Korrektor (Praktiker) aus dem Unternehmen hat eine beratende Stimme.

5. Kriterien und Beurteilung der Diplomarbeit sowie Erwähnung im Diplom

Die Diplomarbeit wird nach den folgenden Kriterien beurteilt:

- 1) Erfassen und Transferieren von relevantem Marketing-Wissen in das Unternehmen
- 2) Beurteilung des Kandidaten in der Rolle als „Chief Learning Agent“ (siehe Punkt 2.)
- 3) Systematische Vorgehensweise (Analyse, Zieldefinition, Umsetzung, Schlussfolgerungen)
- 4) Effektivität und Effizienz bei der Bewältigung der Aufgabenstellung bzw. Zielerreichung
- 5) Praktischer Nutzen / Relevanz der Diplomarbeit für das Unternehmen
- 6) Persönliche Auseinandersetzung und Reflexion über das Thema

6. Mündliche Prüfung (Kolloquium)

Der Kandidat wird nach der Einreichung der Diplomarbeit zur mündlichen Prüfung eingeladen. Diese findet nach dem Besuch/Absolvieren sämtlicher Pflicht-Module, dem Einreichen der Lessons learned zu allen Modulen, dem Bestehen des Multiple Choice-Tests (Performance Monitor) auf www.myzfu.ch sowie der Annahme der schriftlichen Diplomarbeit statt. Die Diplomarbeit und das erworbene Wissen aus den Modulen werden anhand definierter Kriterien kritisch hinterfragt. Die Schlussbeurteilung ist zu gleichen Teilen von der schriftlichen und mündlichen Leistung abhängig.

7. Rückweisung der Diplomarbeit und Rekurs-Möglichkeit

Die schriftliche Diplomarbeit kann zur einmaligen Überarbeitung zurückgewiesen werden. Sollten die Kriterien auch nach der Überarbeitung nicht erfüllt sein, so gilt das Diplom „Diplomierter Marketing-Manager ZfU“ als nicht erreicht. Sowohl die ausführliche Beurteilung des Experten als auch die Bewertung des Co-Korrektors werden auf dem Diplom aufgeführt.

Gegen den ablehnenden Beschluss des Experten kann bei der ZfU Marketing & Sales Academy innerhalb von 30 Tagen nach schriftlicher Bekanntgabe der Zurückweisung der Diplomarbeit ein begründeter schriftlicher Rekurs eingelegt werden. Die ZfU Academy wird nach Anhörung beider Seiten einen abschliessenden Beschluss fassen, gegen welchen nicht wieder rekuriert werden kann.

8. Preis der Diplomprüfung

Bei der Anmeldung zum Diplomlehrgang werden/wurden dem Teilnehmer die Kosten für die Diplomprüfung im Rahmen des Gesamtrechnung von CHF 15'990.-/ EUR 13'325.- in Rechnung gestellt.

9. Umfang, Zeitrahmen und Zulassung

Es empfiehlt sich, die Diplomarbeit erst nach dem Besuch der Pflichtmodule zu beginnen. Die Arbeit muss mindestens 15 bis maximal 20 Seiten umfassen (exkl. Inhaltsverzeichnis, Abbildungsverzeichnis, Literaturverzeichnis). Die Abgabe der Diplomarbeit muss zwei Monate vor der mündlichen Prüfung erfolgen.

10. **Diplomabschluss, Diplom und Titel**

Nach erfolgreicher Abnahme der Diplomarbeit und der Absolvierung der mündliche Prüfung ist der Kandidat berechtigt, den Titel „Diplomierter Marketing-Manager ZfU“ zu tragen. Das Diplom führt die besuchten Module mit den thematischen und inhaltlichen Schwerpunkten, die Seminarleiter und die Gastreferenten auf und informiert über die Beurteilung der Diplomprüfung.

11. **Vertraulichkeit**

Alle mit dem Thema der Diplomprüfung in Verbindung gekommenen Personen verpflichten sich, die Inhalte, Diskussionen, Beratungen, Schriftstücke etc. streng vertraulich zu behandeln.

12. **Abschlussnote**

Die Gewichtung der Beurteilungskriterien kann zu folgenden Punktzahlen bzw. Noten führen (siehe Anhang 4 Punktebewertung).

6	hervorragend	52 – 54 Punkte
5.5.	sehr gut	48 – 51 Punkte
5	gut, mit Lob	43 – 47 Punkte
4.5	befriedigend	39 – 42 Punkte
4	erfüllt	36 – 38 Punkte

13. **Terminplan / Zeitrahmen**

Der Kandidat kann die Ausbildung jederzeit aufgrund seiner beruflichen und privaten Verpflichtungen starten und zeitlich gestalten. Zwischen dem ersten Modul und der mündlichen Abschlussprüfung dürfen höchstens 2 Jahre liegen. Die Diplomarbeit muss 2 Monate vor der mündlichen Abschlussprüfung in 2-facher Ausführung als Papierversion und elektronische Version bei der ZfU International Business School in Thalwil eingereicht werden (Zustelladresse siehe Seite 8).

Anmerkung

Zur sprachlichen Vereinfachung verwenden wir in diesem Reglement die Bezeichnung „Kandidat“. Die Bezeichnung bezieht sich sowohl auf weibliche wie auch männliche Absolventen.

Anhang 1

Ablauf der Diplomprüfung

Phase	Projekt-Schritt	Verantwortlich	Erläuterungen
1	Abgabe der Themenauswahl anhand Disposition	Kandidat; Leiter ZfU-Marketing & Sales Academy koordiniert und berät bei Bedarf	Angabe des Themas, kurzer Beschrieb der Ausgangssituation, Ziel des Projektes, gewünschter Co-Korrektor aus dem Unternehmen
2	Entscheid Zulassung der Arbeit / Selektion des Experten	Experte (Mitglied ZfU-Faculty), Leiter ZfU-Academy	
3	Erstellen der Diplomarbeit	Kandidat	
4	Abgabe der Diplomarbeit	Kandidat	Der Abgabe-Termin ist 8 Wochen vor der mündlichen Prüfung
5	Korrekturlesen	Experte, Leiter ZfU-Academy, Co-Korrektor	
6	Einladung zur mündlichen Prüfung	Leiter ZfU-Academy	Genauer Ort und Termin werden vom Leiter der ZfU-Academy bestimmt
7	Durchführung der mündlichen Prüfung	Experte, Leiter ZfU-Academy	
8	Entscheid über die Vergabe des Fachdiploms	Experte, Leiter ZfU-Academy	
9	Übergabe Diplom	Leiter ZfU-Academy	Spätestens 3 Wochen nach der bestandenen Prüfung

Anhang 2

Für die Disposition empfehlen wir folgende Gliederung:

- | | | |
|-----|---|---|
| 1. | Kandidat | - Name, Adresse, Funktion |
| 2. | Experte | - Name, Adresse, Funktion |
| 3. | Co-Korrektor | - Name, Adresse, Funktion |
| 4. | Thema / Idee | - Arbeitstitel, Untertitel, Idee |
| 5. | Ausgangssituation | - Umfeld, Problemstellung, Beurteilung |
| 6. | Ziele und Aspekte des Marketing-Projektes | - These, angestrebtes Ziel |
| 7. | Abgrenzung | - Nicht behandelte Aspekte, Begründung |
| 8. | Fokussierung | - Aspekte mit besonderer Berücksichtigung |
| 9. | Informationsbeschaffung | - Quellen, Vorgehen |
| 10. | Struktur und Gliederung | |

Kapitel / Thema	Inhalt	Umfang in Seiten

- | | | |
|-----|-------------|---|
| 11. | Zeitplanung | - Abgabetermin (spätestens 2 Mt. vor Prüfung) |
|-----|-------------|---|

Anhang 3

Mündliche Prüfung (Kolloquium)

Der Kandidat wird nach Einreichung und Annahme der schriftlichen Diplomarbeit zur mündlichen Prüfung eingeladen. Die Diplomarbeit und das erworbene Wissen werden anhand definierter Kriterien (siehe Bewertungsbogen Seite 7) bewertet. Das Diplom ist zu gleichen Teilen von der schriftlichen und mündlichen Leistung abhängig.

Im Anschluss an die mündliche Prüfung wird die Leistung des Kandidaten insgesamt bewertet. Die Entscheidung wird dem Kandidaten unmittelbar im Anschluss an das Kolloquium mitgeteilt. Ein ablehnender Entscheid, der auch schriftlich abzufassen ist, enthält die Verweigerungsgründe.

Ungefäher Ablauf der mündlichen Prüfung (Abweichungen möglich)

Phase	Inhalt	Lead	Zeit
1	Begrüßung, Vorstellung des Expertenteams und Übersicht über den Ablauf	Leiter ZfU-Academy	5 Minuten
2	Einstiegs-Präsentation und Stellungnahme des Kandidaten	Kandidat	15 Minuten
3	Offene Fragerunde zur Diplomarbeit und die Inhalte aus den Seminaren durch das Experten-Team	Experte und Co-Korrektor	20 Minuten
4	Besprechung des Experten-Teams, Entscheid über Vergabe des Diploms	Experte und Co-Korrektor	10 Minuten
5	Feedback-Gespräch / Beurteilung der Arbeit / Mitteilung der Bewertung / Erläuterungen	Experte	10 Minuten
6	Abschluss und Einladung zur Diplomübergabe	Leiter ZfU-Academy	5 Minuten
	Gesamtzeit		65 Minuten

Anhang 4

Punktebewertung

Dieses Blatt gilt als Bewertungsbogen für die Beurteilung der erstellten Diplomarbeit. Es wird eine Bewertungsskala aufgeführt, aus der ersichtlich wird, wo welche Punktzahlen vergeben wurden. Dieser Bewertungsbogen gilt als Beiblatt des Kriterien-Kataloges unter Punkt 5.

	Bewertungskriterien	1	2	3	4	5	6
1	Darstellung und Verständlichkeit der Diplomarbeit, schriftlicher Ausdruck und Formales.						
2	Differenzierung zwischen Darstellung, Behauptung, Schlussfolgerung und Begründung						
3	Wurden Grafiken verwendet und wie wurden sie eingesetzt (verständlich, erklärend etc.)						
4	Wurde der Umfang klar definiert und abgegrenzt						
5	Ist die Diplomarbeit in sich geschlossen und somit auch abschliessend verständlich						
6	Sachliche Argumentation und logische Begründung						
7*	Praktischer Nutzen / Relevanz der Projektarbeit für das Unternehmen						
8	Dokumentenmanagement (Inhaltsverzeichnis, Abbildungsverzeichnis etc.)						
9*	Nachweisbarkeit der Effektivität und Effizienz der Bewältigung der Aufgabenstellung						

* Die Bewertungskriterien 7 und 9 werden vom Co-Korrektor ausgefüllt.

Skalierung

6	hervorragend	52 – 54 Punkte
5.5	sehr gut	48 – 51 Punkte
5	gut, mit Lob	43 – 47 Punkte
4.5	befriedigend	39 – 42 Punkte
4	erfüllt	36 – 38 Punkte

Vorbereitungsaufgaben für den Co-Korrektor

Die Bewertungskriterien 7 und 9 (siehe oben) müssen vom Co-Korrektor beurteilt werden. Zudem muss der Co-Korrektor eine A4-Seite verfassen, auf welcher er die Diplomarbeit anhand des Bewertungskriteriums 7 (Praktischer Nutzen / Relevanz der Projektarbeit für das Unternehmen) in ausformulierter Form beurteilt.

Weitere Informationen erhalten Sie direkt bei der Marketing & Sales Academy:

Lukas Schroth
Program Manager Marketing & Sales Academy
ZfU International Business School
Im Park 4
CH-8800 Thalwil

Tel.: +41 44 722 85 85
Tel. direkt: +41 44 722 85 06
Fax: +41 44 722 85 86
E-Mail: lukas.schroth@zfu.ch
Homepage: www.zfu.ch