

ZfU International Business School
Reglement
“Diplomierter Marketing-Manager ZfU”

1. Allgemeine Bestimmungen

1.1. Zweck

Das vorliegende Reglement regelt die gesamte Ausbildung, welche zum Erwerb des von der ZfU verliehenen Fachdiploms “Dipl. Marketing-Manager ZfU” führt. Die Anforderungen für die Diplomarbeit sind in einem separaten Reglement abgefasst.

1.2. Anwendungsbereich

Das vorliegende Reglement gilt für alle Kandidaten für den Erwerb des Fachdiploms, die als Kandidaten bei der ZfU International Business School registriert sind.

2. Zulassungen zum Erwerb des Fachdiploms

2.1. Fachdiplom

Das Fachdiplom „Dipl. Marketing-Manager ZfU“ wird nach vollständiger Absolvierung der vier Pflicht-Präsenzmodule (Marketing Manager Lehrgang, Strategisches Pricing, Erfolgsmessung im Marketing, Competitive Intelligence) sowie eines Wahl-Präsenzmoduls (Auswahl zwischen Selbst Coaching – Das Corssen Seminar, Situativ und typgerecht führen, Effektives Selbstmanagement), der 4 Fernlektionen (Strategisches Marketing, Marketing-Instrumente richtig einsetzen, Innovationsmanagement im Marketing, Strategisches Produktmanagement), der Pflichtmodule aus dem Selbststudium (Readings, Pflichtliteratur, Transferaufgaben, Videoteachings etc.), der angenommenen Diplomarbeit und dem Bestehen der mündlichen Prüfung (Kolloquium) verliehen.

2.2. Präsenz

Für die Anrechnung sämtlicher unter 2.1 aufgeführten Pflichtmodule ist eine 100-prozentige und aktive Präsenz notwendig. Abwesenheiten müssen vor den Modulen mit dem Projektleiter der entsprechenden Academy Marketing & Sales abgesprochen und nachgeholt werden.

2.3. Zeitrahmen

Die maximale Zeitlimite für das Ausbildungsprogramm inklusive der Diplomprüfung (Diplomarbeit und mündliche Prüfung) beträgt 2 Jahre. In begründeten Ausnahmefällen kann eine Verlängerung der Frist durch die ZfU bewilligt werden.

3. Inhalt und Ablauf der Ausbildung

3.1. Pflichtmodule

Der Diplomlehrgang beinhaltet die vier Pflichtmodule **Marketing Management Lehrgang** (5 Tage), **Strategisches Pricing** (2 Tage), **Erfolgsmessung im Marketing** (2 Tage) und **Competitive Intelligence** (1.5 Tage).

Diese können in beliebiger Reihenfolge besucht werden, wobei das ZfU zu Beginn den Marketing Management Lehrgang empfiehlt.

Bereits besuchte Präsenzmodule können auch nachträglich innerhalb der Diplomausbildung angerechnet werden. Voraussetzung dafür ist das Bestehen des Online-Selbsttest (Performance Monitor®) für das entsprechende Präsenzmodul.

Liegt der Besuch des entsprechenden Präsenzmoduls mehr als zwei Jahre zurück, prüft das ZfU ein alternatives Präsenzmodul in Absprache mit dem Diplomanden.

3.2. Wahlmodule

Innerhalb der Diplomausbildung zum „Dipl. Marketing-Manager ZfU“ muss nur eines von drei Wahlmodulen ausgewählt und besucht werden. Es stehen folgende 3 Wahlmodule zur Verfügung:

- **Selbst Coaching – Das Corssen Seminar** (2 Tage)
- **Situativ und tyggerecht führen** (3 Tage)
- **Effektives Selbstmanagement** (2 Tage).

4. Prüfungsmodule und Lernkontrollen

4.1 Prüfungsmodule: Das Drei-Säulen-Prinzip

Dem Erhalt des Fachdiploms liegen folgende Lernkontrollen zu Grunde:

- I) Einreichung und Abnahme der „Lessons learned“ nach jedem Modul
- II) Bestehen des Online Selbst-Tests (Performance-Monitor® via www.myzfu.ch) nach jedem Modul
- III) Diplomarbeit mit anschliessender mündlicher Prüfung (Kolloquium)

4.1.1 Lessons learned

Erworbenes Wissen ist dann wertvoll, wenn es im eigenen, persönlichen Bereich und im beruflichen Umfeld umgesetzt und angewendet wird. Dazu ist es im Vorfeld notwendig, alte Wissensstrukturen mit dem neu erworbenen Wissen zu verbinden und zu elaborieren, d.h. so zu strukturieren, zu analysieren, zusammenzufassen oder zu erweitern, dass es den eigenen kognitiven Lernprozessen am ehesten entspricht; womit Merk- und Abruffähigkeit sowie Transfermöglichkeit wesentlich optimiert wird.

Ein Hilfsmittel dazu ist das Lern-Tool „Lessons learned“. Der Kandidat muss hierfür jedes Modul in mind. 2 Seiten zusammenfassen. Die „Lessons learned“ bilden die Grundlage und sind integrierter Bestandteil für das Kolloquium der Diplomarbeit. Die „Lessons learned“ sind

spätestens zusammen mit dem Antrag zur Diplomarbeit einzureichen. Die eingereichten „Lessons learned“ werden vom entsprechenden ZfU Kompetenz-Zentrum auf Relevanz und Selbstreflexion geprüft und bilden einen integrierten Bestandteil der Gesamtbeurteilung. Die Beurteilungen der „Lessons learned“ werden in der Prüfungsurkunde aufgeführt.

4.1.2 Online-Selbsttest (Performance-Monitor® via www.myzfu.ch)

Das System des Online-Selbsttests dient der eigenständigen Erkennung und systematischen Aufarbeitung von bestehenden Wissenslücken nach Absolvierung eines Moduls. Der Kandidat kann jederzeit über Zugangsdaten auf seine persönliche Weiterbildungs-Website www.myzfu.ch zugreifen und den Test absolvieren.

Die erfolgreiche Absolvierung sämtlicher Testfragen (Erfolgsquote: 75% sämtlicher Fragen müssen richtig beantwortet werden) bildet ein integrierter Bestandteil der Gesamtbeurteilung. Die Zulassung zum Kolloquium ist abhängig von der jeweiligen Erfüllung der Testfragen und der Annahme der „Lessons learned“ durch die ZfU.

4.1.3 Diplomarbeit und mündliche Prüfung (Kolloquium)

Ziel der Diplomarbeit ist es, das erlernte Marketingleiter-Wissen in eine schriftliche Arbeit mit direktem persönlichem Praxisbezug einzubringen (15 – 20 Seiten exkl. Verzeichnissen, Einleitung, Literaturangaben etc.). Die Arbeit soll aufzeigen, dass der Kandidat Wissen und Fähigkeiten erworben hat, welche einem „Dipl. Marketing-Manager ZfU“ gerecht werden. Die Arbeit muss ein konkretes Themenfeld aus dem Marketing-Umfeld des eigenen Unternehmens behandeln. Damit soll sichergestellt werden, dass ein direkter Bezug zwischen erworbenem Wissen und der täglichen Arbeit stattfindet und zudem für das Unternehmen ein direkter, praxisrelevanter Nutzen entsteht.

Die Diplomarbeit wird einerseits in ihrer schriftlichen Form beurteilt, andererseits bildet auch das anschliessende Kolloquium, an welchem die Diplomarbeit vor dem Experten/Referenten und dem Projektleiter des entsprechenden ZfU Kompetenz-Zentrums präsentiert wird, die Abschluss-Note.

Das ausführliche Reglement zur Diplomarbeit ist beim ZfU erhältlich.

4.2 Abschlussergebnis

Die ganze Prüfung gilt als bestanden, wenn der Kandidat alle Prüfungsmodul (siehe 4.1) erfolgreich absolviert hat. Die erfolgreiche Auszeichnung mit dem Fachdiplom wird dabei mit folgenden Benotungen vergeben:

6	hervorragend
5.5	sehr gut
5	gut, mit Lob
4.5	befriedigend
4	erfüllt

5. Fachdiplom-Bescheinigung

5.1. Resultate

Das entsprechende ZfU Kompetenz-Zentrum überprüft die Resultate und bestätigt diese offiziell. Dem Kandidaten wird das Resultat mündlich nach dem Kolloquium und anschliessend schriftlich mitgeteilt und bestätigt.

6. Kosten

6.1. Diplom-Punkte

Die Kosten für die Ausbildung „Dipl. Marketing-Manager ZfU“ beläuft sich auf CHF 15'990.- /EUR 13'325.-. Darin inbegriffen sind die Leistungen der jeweiligen Module, Referate, Workshops, Einzelgespräche, ausführliche Seminarunterlagen, Mahlzeiten und Pausenerfrischungen.

In diesem Preis inbegriffen sind die Betreuung und Beurteilung der Diplomarbeit, der Abschlussbericht über die Prüfungsleistung und das Ausstellen des Diploms.

Weitere Informationen erhalten Sie direkt beim Kompetenz-Zentrum Marketing & Sales:

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