

Studien- und Prüfungsordnung (SPO)

ZLG MAR

§ 1 Geltungsbereich

Diese SPO gilt für Zertifikatslehrgänge (ZLG) im Bereich

"Marketing" (MAR)

mit Vertiefungsrichtungen auf Basis der gültigen Rahmenzertifizierungsordnung.

§ 2 Dauer und Gliederung des Lehrgangs

- (1) Der Lehrgang ist als Präsenzlehrgang in Ergänzung mit Selbstlern- und Transferanteilen angelegt.
- (2) Termine, Fristen und Orte und zusätzliche Angebote sind im jeweiligen Ausbildungsvertrag (inklusive Lehrgangsplan) geregelt.
- (3) Dauer und Planstruktur: Siehe Anhang I.

§ 3 Zulassungsvoraussetzungen, Module, Leistungen

- (1) Die grundsätzlichen Zulassungsvoraussetzungen sind in den Rahmenordnungen festgelegt. Besondere Zulassungsvoraussetzungen sind im Anhang I aufgeführt.
- (2) Die Module gemäß gewählter Vertiefungsrichtung sind im Anhang II zur SPO aufgeführt.
- (3) Die Leistungen (Nachweise, Punkte) zu den Modulen gemäß gewählter Vertiefungsrichtung sind ebenfalls im Anhang II zur SPO aufgeführt.

§ 4 Inkrafttreten

Datum: 01.02.2011

Anhang I: SPO ZLG MAR
Bereich: Marketing (MAR)
Vertiefungsrichtung: Standortmarketing (SMAR)
Abschluss: Standortmarketing-Experte
Gültigkeit Zertifikat: unbegrenzt

Durch Genehmigung des Präsidenten gelten folgende Festlegungen:

1. Dauer

Der Lehrgang umfasst Module, die üblicherweise aufeinanderfolgend i.d.R. in 12 Monaten absolviert werden.

2. Planstruktur

	Mindest-	Tage	Zeit/h	CP
a	Studienmodule (mit Anwesenheitspflicht und Transfer)	24	216	12,5
b	Selbstlernen (empfohlen)	19	171	s.o.
c	Projekt	15	135	4,5
	Gesamte Lehrgangsdauer	58	522	17

3. Besondere Zulassungsvoraussetzungen

- 3.1 Lehrgang: Einschlägige Berufserfahrung.
 3.2 Module: Siehe Modulprofile.

4. Module: Festlegungen und Erläuterungen

- 4.1 Transfer
-
- 4.2 Grundlagen
-
- 4.3 Fokus
-
- 4.4 Wahlpflicht
-
- 4.5 Ergänzung Pflicht
- 45a Zeigt die Eignungsprüfung individuelle, nicht den möglichen Gesamterfolg des Lehrgangs gefährdende Lücken in der Vorbildung, können diese durch zusätzliche, von der Hochschule angebotene und im individuellen Lehrgangsplan verbindlich festgelegte Modulergänzungen, während der Phase einer dann zur erfolgenden vorläufigen Zulassung, geschlossen werden.
- 4.6 Ergänzung fakultativ
- 46a Angebotene und im individuellen Lehrgangsplan festgelegte Modulergänzungen.
- 4.7 Allgemeine Erläuterungen
- A I (A II) Anhang I (Anhang II)
 - C Case
 - CP Credit Point (Basis 30h/CP)
 - Gew. Gewichtung
 - h Stunde (Basis 9h/Tag)
 - K Klausur
 - LNW Leistungsnachweis
 - PA Projektarbeit
 - S Seminar (auch in Form von Vorlesung/Blended Learning-Einheit/Übung/Workshop/Kolloquium/etc.[s. Studienplan])
 - SL Selbstlern
 - SPO Studien- und Prüfungsordnung
 - TR Transfer
 - VT Vertiefungsrichtung
 - ZLG Zertifikatslehrgang

5. Module und Leistungen

Siehe Anhang II.

Anhang I: SPO ZLG MAR
Bereich: Marketing (MAR)
Vertiefungsrichtung: Strategiemarketing (STRMAR)
Abschluss: Fachkraft für Strategiemarketing (SHB)
Gültigkeit Zertifikat: unbegrenzt

Durch Genehmigung des Präsidenten gelten folgende Festlegungen:

1. Dauer

Der Lehrgang umfasst Module, die üblicherweise aufeinanderfolgend i.d.R. in 3 Monaten absolviert werden.

2. Planstruktur

	Mindest-	Tage	Zeit/h	CP
a	Studienmodule (mit Anwesenheitspflicht und Transfer)	20	160	6
b	Selbstlernen (empfohlen)	4	32	s.o.
	Gesamte Lehrgangsdauer	24	192	6

3. Besondere Zulassungsvoraussetzungen

- 3.1 Lehrgang: I.d.R. 2 Jahre Berufserfahrung oder zumindest eine Berufsausbildung.
 3.2 Module: Siehe Modulprofile.

4. Module: Festlegungen und Erläuterungen

4.1 Transfer

-

4.2 Grundlagen

-

4.3 Fokus

-

4.4 Wahlpflicht

-

4.5 Ergänzung Pflicht

45a Zeigt die Eignungsprüfung individuelle, nicht den möglichen Gesamterfolg des Lehrgangs gefährdende Lücken in der Vorbildung, können diese durch zusätzliche, von der Hochschule angebotene und im individuellen Lehrgangsplan verbindlich festgelegte Modulergänzungen, während der Phase einer dann zur erfolgenden vorläufigen Zulassung, geschlossen werden.

4.6 Ergänzung fakultativ

46a Angebotene und im individuellen Lehrgangsplan festgelegte Modulergänzungen.

4.7 Allgemeine Erläuterungen

A I (A II) Anhang I (Anhang II)

C Case

CP Credit Point (Basis 30h/CP)

CPC Certified Project Coach

Gew. Gewichtung

h Stunde (Basis 8h/Tag)

K Klausur

LNW Leistungsnachweis

S Seminar (auch in Form von Vorlesung/Blended Learning-Einheit/Übung/Workshop/Kolloquium/etc.[s. Studienplan])

SL Selbstlern

SPO Studien- und Prüfungsordnung

TR Transfer

VT Vertiefungsrichtung

ZLG Zertifikatslehrgang

5. Module und Leistungen

Siehe Anhang II.

Anhang II: Module und Leistungen/Annex II: Modules and Load

Modul (Moduleile/Schwerpunkthinhalte) Module (Courses/Topics)	Tage			LNW		Gew. Note	CP
	S	SL	TR	Art	h		
Standortmarketing / certificate / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145347-2010-10-30							
VT: Standortmarketing (SMAR)	*	24	19	15	PSA	*	17
Standortmarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145348-2010-10-30							
SMAR1: Grundlagen Standortmarketing	Public Diplomacy # Ziele und Zielgruppen # Identität / Stakeholder # Positionierungsstrategien # Standortanalyse # Realisierungsmöglichkeiten # Evaluation	4	3	*	*	*	2
Standortmarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145349-2010-10-30							
SMAR2: Economics	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre # Standortfaktoren (national/international) # Mikroökonomie	3	3	*	*	*	2
Standortmarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145350-2010-10-30							
SMAR3: Organisation	Wirtschaftliche Organisationen # politische Organisationen # wissenschaftliche und kulturelle Organisationen	2	2	*	*	*	1
Standortmarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145351-2010-10-30							
SMAR4: Strategieentwicklung	Analyse von Standortfaktoren # Marktforschung # Positionierungsstrategien # Zielgruppendefinitionen # Maßnahmendefinition	4	4	*	*	*	2,5
Standortmarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145352-2010-10-30							
SMAR5: Marketing & PR	Grundlagen # Public Relations und Klassische Werbung # Mechanismen der PR # Kampagnen # Marke und Markenmanagement	4	3	*	*	*	2
Standortmarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145353-2010-10-30							
SMAR6: Projektmanagement und Projektcontrolling	Grundlagen des Projektmanagements # Projektorganisation und Planung # Organisationsentwicklung # Prozessmanagement # Projektcontrolling # Netzwerkbildung und Mediation # Projektsteuerung (Dienstleister etc.)	4	2	*	*	*	2
Standortmarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145354-2010-10-30							
SMAR7: Public & Cultural Diplomacy	Instrumente der staatlichen Einflussnahme # Elemente und Ziele der Public & Cultural Diplomacy # Nationale und internationale Akteure	2	2	*	*	*	1
Standortmarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145355-2010-12-12							
SMAR8: Projekt	*	1	*	15	PSA	1	4,5
Standortmarketing / supplementation / optional compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145356-2010-10-30							
EPF: Ergänzung Pflicht (EPF)	SPO: AI-45a	*	*	*	*	*	*
Standortmarketing / supplementation / facultative / SPO ZLG-MAR / Marketing SMAR-145357-2010-10-30							
EF: Ergänzung fakultativ (EF)	SPO: AI-46a	*	*	*	*	*	*



Anhang II: Module und Leistungen/Annex II: Modules and Load

Modul (Moduleile/Schwerpunkthinhalte) Module (Courses/Topics)	Tage			LNW		Gew. Note	CP	
	S	SL	TR	Art	h			
Strategiemarketing / certificate / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing						STRMAR-145588-2011-01-19		
VT: Strategiemarketing (STRMAR)	*	6	4	14	3C	*	*	6
Strategiemarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing						STRMAR-145589-2011-01-19		
STRMAR1: Markt- und Kundenanalyse	Standortanalyse # Wer sind meine Kunden? # Welches Kundenpotenzial befindet sich in meiner Region? # Welche Bedürfnisse hat der Kunde von morgen # Messeinstrumente zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit # Messeinstrumente zur Ermittlung der Mitarbeiterzuf	2	1	5	C	1	2	2
Strategiemarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing						STRMAR-145590-2011-01-19		
STRMAR2: Wettbewerbsanalyse und Entwicklung neuer Geschäftsfelder	Wer ist mein Wettbewerber? # Benchmark - Wie kann ich mich vergleichen? Von den Guten lernen # Welche Bedürfnisse hat der Kunde heute und morgen? # Vor- und nachgelagerte Dienstleistungen # Abgrenzung von Kerngeschäftsprozessen und zusätzlichen Dienstleis	2	1	5	C	1	2	2
Strategiemarketing / basics / compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing						STRMAR-145591-2011-01-19		
STRMAR3: Marketingkonzept für das Unternehmen	Marketingkonzepte erstellen und analysieren # Coaching für die Umsetzungsmöglichkeiten	2	2	4	C	1	2	2
Strategiemarketing / supplementation / optional compulsory / SPO ZLG-MAR / Marketing						STRMAR-145592-2011-01-19		
EPF: Ergänzung Pflicht (EPF)	SPO: AI-45a	*	*	*	*	*	*	*
Strategiemarketing / supplementation / facultative / SPO ZLG-MAR / Marketing						STRMAR-145593-2011-01-19		
EF: Ergänzung fakultativ (EF)	SPO: AI-46a	*	*	*	*	*	*	*