

Digital Business School



Digital-MBA- & Studienprogramm der Digital Business School an der HfWU



Hochschule
für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Prof. Dr. Stefan Detscher – Digital Business School @ HfWU

Über Uns

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU)

- Systemakkreditierte staatliche Hochschule mit Spitzenrankings von WirtschaftsWoche und von CHE/ Die ZEIT
- Starke Position in praxisorientierter Lehre und angewandter Forschung mit >30 Vollzeit- & >20 berufs begleitenden Bachelor- und Masterstudiengängen/-programmen



Digital Business School an der HfWU

- >10 ProfessorInnen, >30 DozentInnen aus der Praxis und vierköpfiges Organisationsteam
- Kursorte des Studienprogramms in der Innenstadt von Nürtingen: modernes Fakultätsgebäude C110 und Start-Up-Center Future.Box



HfWU Akademie

- Zentrales Kompetenzzentrum der HfWU für Weiterbildung und berufsbegleitende Studienprogramme
- Mehrere tausend Teilnehmende und AbsolventInnen seit 20 Jahren



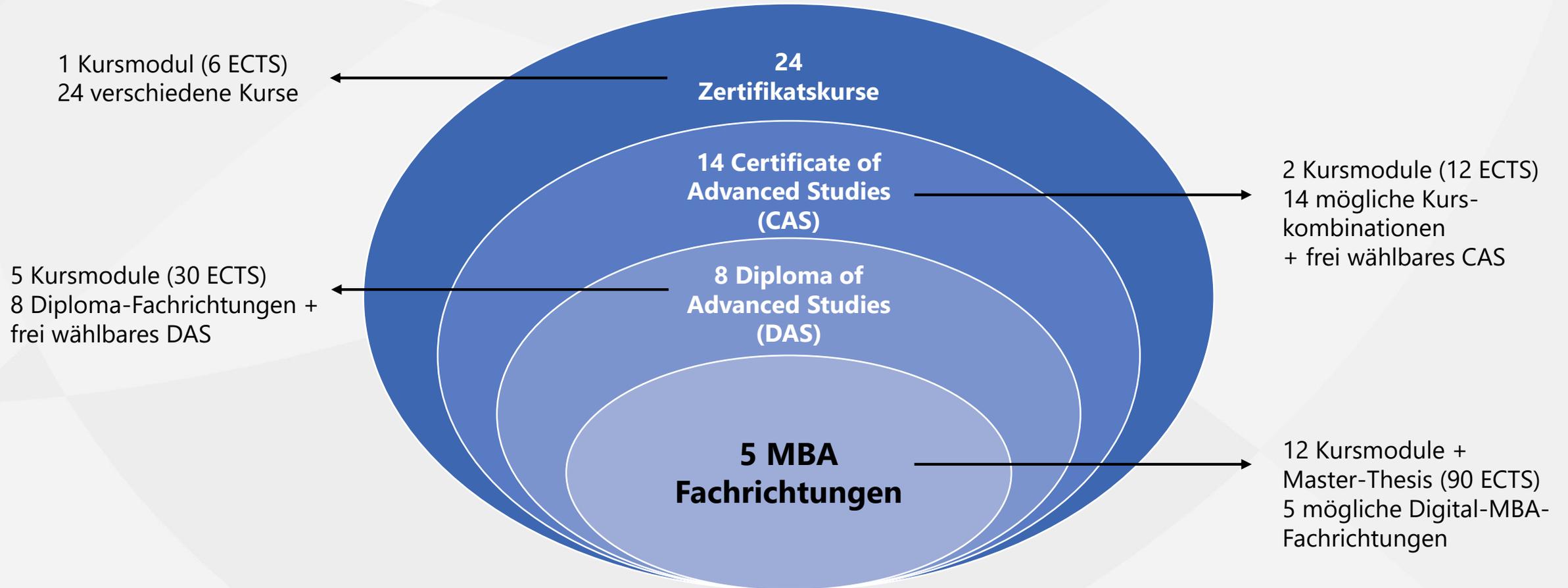
Leitung Digital Business School Prof. Dr. Stefan Detscher



- Geschäftsführender Direktor des Digital Business Institute und Leiter der Digital Business School an der HfWU
- Professor im Studiengang BWL an der HfWU
- Gründer / Aufbau mehrerer Digitalunternehmen in leitender Funktion, u.a. die RegioHelden GmbH in Stuttgart mit erfolgreichem EXIT an STRÖER-Gruppe
- Investor & Beirat in Start-Ups, u.a. tado° GmbH
- ehemals Berater bei Roland Berger & Kearney



Übersicht Digital-MBA-& Weiterbildungsprogramm



Digital-MBA-Programm Modulübersicht

Kernmodule (für alle Fachrichtungen, 42 ECTS)				
Digital Business Model Innovation		Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.		
Digital Technology & Law		AI & Immersive Web Based Customer Experience Management		
Digital Transformation & Sustainable Change Mgmt.		Design Thinking & User Experience Management		
Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development				
Fachrichtungsmodule (pro Fachrichtung, 30 ECTS)				
Principles of Sustainability Management*	Digital Sales & E-Commerce	Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management	Data Management & Visual Analytics	Digital Sales & E-Commerce
Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.*	Data-based B2B Business Models & Platforms		Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	
Sustainability Marketing*	Digital Business Planning, Steering & Valuation			Advanced & Programmatic Digital Marketing
Trend Topics Sustainability Management*	Digital HR Management	Digital Controlling & AI Based Process Automation		Social Media, Content & Influencer Marketing
Digital Leadership & Agile Management		Digital Supply Chain Management	Machine Learning & Big Data Analytics	
4. Semester: Projekt-/ Case Study-basierte Masterarbeit (inkl. Digital Research Seminar, 18 ECTS)				
MBA Digital & Sustainable Management*	MBA Digital Business & Leadership	MBA Digital Operations Management	MBA Digital Management & Analytics	MBA Digital Marketing & Sales

Die gewählte Fachrichtung kann bis Ende des 1. Semesters geändert werden

Bis zu **2** Fremdmodule für MBA bei Verfügbarkeit sowie Wechsel Fachrichtung möglich

Modulhandbuch:
<https://acrobat.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:s cds:US:4795ee12-7029-381e-86f4-8b31dfa4e1c3>

Diploma of Advanced Studies (DAS)

Zielgruppe	Digitalisierung, Nachhaltigkeits-Management, Social Entrepreneurship	HR/ Recruiting/ Coaches Organisations-entwicklung	(Digital)Strategie/ (Digital)Berater	Produktions-steuerung Supply Chain Mgmt., Logistik, Einkauf, QM Prozessmgmt.	Controlling/ BI/ Bus. Analytics & Admin/ Tax/ Law	Produkt-Strategie, Mgmt. & -Marketing/ Innovations-Mgmt./	Vertrieb/ Channel Mgmt./ CRM/ Customer Service/ Cust. Exp. Mgmt.	Digitales Marketing, Brand Mgmt., E-Commerce, Online Mark. Agenturen	Digitalisierungs-Interessierte aus verschiedenen Fachbereichen
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
DAS	Digital & Sustainable Mgmt.*	Digital Leadership & HR Mgmt.	Digital Strategy & Transformation	Digital Management & Operations	Digital Analytics & Controlling	Digital Product & Innovation Mgmt.	Digital Customer & Sales Mgmt.	Digital Marketing & E-Commerce	Digital Management
Diploma of Advanced Studies (DAS) <small>(jeweils 5 Kurse i.d.R. über 3 Semester, 30 ECTS; Belegung eines Fremdmoduls möglich)</small>	Principles of Sustainability Management	Digital Business Model Innovation		Digital Technology & Law	Digital Technology & Law	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.			5 frei wählbare Module aus dem gesamten Digital-MBA-Curriculum
	Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.	Digital HR Management	Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digital Supply Chain Management	Machine Learning & Big Data Analytics	AI & Immersive Web Based Customer Experience Management		Advanced & Programmatic Digital Marketing	
	Sustainability Marketing	Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development	Design Thinking & User Experience Management	Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management	Data Management & Visual Analytics	Digital Business Model Innovation	Machine Learning & Big Data Analytics	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	
	Trend Topics Sustainability Management	Digital Transformation & Sustainable Change Management		Digital Controlling & AI Based Process Automation		Design Thinking & User Experience Management		Social Media, Content & Influencer Marketing	
	Digital Leadership & Agile Management	Digital Leadership & Agile Management	Data-based B2B Business Models & Platforms		Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digitalization of Industrial Value Chains & Innov. Mgmt.	Digital Sales & E-Commerce		
	Belegung weiterer (min.) 7 Kursmodule + Erstellung einer Masterarbeit führen als Kombistudium zum								
MBA	Digital & Sustainable Mgmt.*	Digital Business & Leadership		Digital Operations Mgmt	Digital Mgm. & Analytics	Digital Marketing & Sales			alle Fachrichtungen

Certificate of Advanced Studies (CAS)

Zielgruppe	Digitalisierung, Nachhaltigkeits-Management, Social Entrepreneurship	HR/ Recruiting/ Coaches Organisations-entwicklung	(Digital)Strategie/ (Digital)Berater	Produktionssteuerung Arbeitsvorbereitung, Supply Chain Mgmt., Logistik, Einkauf, Prozessmgmt., QM	Controlling/ BI/ Bus. Analytics & Admin/ Tax/ Law	Produkt-Strategie, Mgmt. & -Marketing/ Innovations-Mgmt./	Vertrieb/ Channel Mgmt./ CRM/ Customer Service/ Cust. Exp. Mgmt.	Digitales Marketing/ Brand Mgmt./ Commun., E-Commerce, Online Mark. Agenturen	Digitalisierungs-Interessierte aus verschiedenen Fachbereichen
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Certificate of Advanced Studies (CAS) (jeweils 2 Kurse i.d.R. über 1-3 Semester, 12 ECTS)	Digital Sustainable Leadership*	Digital Leadership & HR Mgmt.	Digital Business Creation	Digital Operations Management	Digital Analytics & Data Mgmt.	Digital Product Innovation	Digital Customer & Sales Strategy	Digital Performance Mkt.	Digital Management
	Digital Leadership & Agile Management	Digital Leadership & Agile Management	Digital Business Model Innovation	Data-based B2B Business Models & Platforms	Machine Learning & Big Data Analytics	Design Thinking & User Experience Management	Dig AI Based Customer Exp. & Relationship Mgmt.	Search Engine/ Performance Mkt. & Web Analytics	
	Principles of Sustainability Management	Digital HR Management	D. Entrepreneurship & Value Bas. Start-Up Devel.	Dig. of Industrial Value Chains & Innov. Management	Data Management & Visual Analytics	Dig. of Industrial Value Chains & Innov. Management	Digital Sales & E-Commerce	Advanced & Programmatic Digital Marketing	
D. & Sustainable Transformation Mgmt.*	Digital Transformation & Leadership			Digital Controlling & Business Mgmt.	Digital Sales & Supply Chain Mg.	Digital Marketing & Sales Strategy	Dig. Mkt. & Social Media Strategy	2 frei wählbare Module aus dem gesamten Digital-MBA-Curriculum	
D. Transformation & Sustainable Change Management	Digital Transformation & Sustainable Change Management			Dig. Controlling & AI Bas. Process Autom.	Digital Sales & E-Commerce	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.	Social Media, Content & Influencer Mkt.		
Innovation & Entrepreneurship for Sustainable Mgmt.	Digital Leadership & Agile Management			Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digital Supply Chain Management	Digital Sales & E-Commerce	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.		
	Belegung weiterer (min.) 3 Kursmodule führen zum								
DAS	Digital & Sustainable Mgmt.*	Digital Leadership & HR Mgmt.	Digital Strategy & Transformation	Digital Mgmt. & Operations	Digital Analytics & Controlling	Digital Product & Innovation Mgmt.	Digital Customer & Sales Management	Digital Marketing & E-Commerce	Verschiedene Möglichkeiten

Kernmodule für alle Fachrichtungen

Digital Business Model Innovation



Lernziele/ -inhalte:

- Management disruptiver Ereignisse und Entwicklungen
- Lean Start-Up Approach und Business Model Canvas zum Verstehen, Analysieren und Aufbauen digitaler Geschäftsmodelle
- Wert- und Wachstumstreiber für digitale Geschäftsmodelle
- Case Study zu digitalen Geschäftsmodellen



Dr. Martin Handschuh:

- Gründer und Geschäftsführer der eco2nomy GmbH
- Gründer/ Venture Partner e.venture consulting & VC-Investor
- Langjähriger A.T. Kearney Partner und Leiter des globalen A.T. Kearney B2B Sales Competence Centers
- Experte für Strategie, Wachstum, digitalen Vertrieb & Marketing
- Postdoc an der Harvard University

eco2nomy



Johannes Ellenberg:

- Gründer und Geschäftsführer von Accelerate Stuttgart
- Gründer-Geschäftsführer Ellenberg Academy
- Unternehmer und Startup-Experte
- Autor von „Der Startup Code“



ACCELERATE
STUTTART

Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development



Lernziele/ -inhalte:

- Idea Generation & Validation
- Such- vs. Planphase
- Skalierung & Vermarktung von Start-Ups/ Innovationen
- Digitale Vermarktungs- und -Kommunikationsstrategien für neue Geschäftsmodelle



Digital Business School X Zukunft.Gründen

- Gründungsberatung
- Austausch-Formate & Förderprogramme für Gründungen
- Support durch Gründungsbotschafter unserer Fakultät: Prof. Detscher & Prof Zanker



Prof. Dr. Dario Müller:

- Professor an der IU Internationale Hochschule Stuttgart
- Gründer und Geschäftsführer von DARIO'S, einem weltweit führenden E-Commerce Unternehmen für Luxusgüter
- Ehemal. Mitarbeiter im Deutschen Bundestag für Dr. Peter Ramsauer

DARIO'S

Kernmodule für alle Fachrichtungen

Digital Technology & Law



Lernziele/ -inhalte:

- Digitale Vernetzung/ Machine Learning, Blockchain (technische Grundlagen und Use Cases), Web3, AR/ VR, autonomes Fahren
- rechtliche Implikationen neuer Technologien
- Datenschutz/ DSGVO und Dateneigentum, Urheber-, Internet- & Social-Media-Recht, Vertragsrecht und künstliche Intelligenz, Haftung, Arbeitsrecht, Sicherheit/ Cybersecurity, Risikomanagement



Philipp Riedlinger:

- Senior Consultant bei GFT Technologies SE
- Blockchain Experte
- M.Sc. in technischer Kybernetik



Mag. jur. Aleksandar Savanovic:

- Gründer & Geschäftsführer der LITERACY GmbH (M&A Tech) und Rechtsanwalt auf dem Gebiet Corporate / M&A



RA Dr. Carsten Ulbricht:

- Rechtsanwalt mit Fokus auf Internetrecht
- Experte für Datenschutz / DSGVO



Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management



Lernziele/ -inhalte:

- Digitale (internationale) Marketingstrategien & Growth Hacking
- Digital (Global) Brand Building & Management
- Online-Kanalmix-Strategien inkl. Metaverse, (weltweite) Kampagnenplanung und –simulation
- Digitales B2C- und B2B-Brand-Marketing
- Entwicklung globales Markenrolloutkonzept und globale Kampagnenplanung



Prof. Dr. Stefan Detscher:

- Professor für Digital Marketing
- Geschäftsführer Digital Business Institute an der HfWU
- Langjähriger Geschäftsführer des Online-Marketing- Dienstleisters RegioHelden GmbH in Stuttgart
- Experte für Online Marketing & Growth Hacking



Anita Brenner:

- Lead Global Online Marketing Bosch Power Tools, Business Unit Outdoor & Garden
- Head of Brandmanagement
- Head of Product Group DIY 'Cutting'
- Experte für Brand, User Kommunikation, globale Kampagnensteuerung online / offline, UX and Produktmanagement



Kernmodule für alle Fachrichtungen

Digital Transformation & Sustainable Change Management



Lernziele/ -inhalte:

- Multi-Level Digital Business Model Transformation
- Partizipative Transformation
- Change Management/ Intrapreneurship
- Umsetzungsbeispiel einer Team Transformation und deren Effekte



Prof. Dr. Michael Hepp:

- Professor an der HFU
- Ehemals Vice President Digital Business & Transformation, CIO und Mitglied des Executive Management Teams bei der Walter AG
- Langjährige Erfahrung im Bereich Digitalisierung,
- Business Innovation und M&A bspw. bei Festo und Rolls Royce Power Systems



Prof. Dr. Stefan Remhof:

- Professor an der IU (Standort München)
- Guest Lecturer an der Frankfurter School of Finance & Management
- Co-Founder und CEO des EdTech-Unternehmens EDNEO AG
- Managing Partner des HR-Unternehmens People Mobility Alliance
- Angel Investor in mehreren HR-Tech-Start-Ups

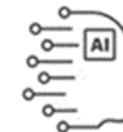


Digital AI Based Customer Experience & Relationship Management



Lernziele/ -inhalte:

- Digital Customer Touchpoints u.a. mit KI/ Chatbots
- Entwicklung eines Customer Experience Konzeptes
- Konfiguration eines Chatbots/ Avatars
- Large Language Models/ ChatGPT
- Robotic Process Automation in Marketing und Vertrieb
- Digitale Marketing- & Vertriebsorganisationen verstehen und konzipieren können



Julia Lehmann:

- Gründerin & Geschäftsführerin von OnFore
- Expertin für Digital Innovations/ Solutions
- Advisor für Customer Experience, Digital Analytics/ Marketing und Applications of AI in Business
- Vorstand Innovatorspace München & Mitarbeit in BMF-Projekt ABIDA



Benjamin Ferreau:

- Geschäftsführer & CEO einer AI Company, Dozent, Speaker und Entrepreneur
- Langjährige Corporate & Start-up Erfahrung in den Bereichen Digitalisierung, Digitale Transformation und M&A
- Experte für eCommerce, Künstliche Intelligenz sowie des Geschäftsmodell-Turnarounds

Kernmodule für alle Fachrichtungen

Design Thinking & User Experience Management



Lernziele/ -inhalte:

- Design Thinking Methoden
- KI-basierte Ideengenerierung/ -validierung
- Nutzung von Design Thinking Ansätzen in der Produktentwicklung
- User Experience (UX) und User Research
- Durchführung von User Research für eine optimale User Experience



Miriam Trometer:

- Customer Centricity Lead bei der Mercedes-Benz Customer Solutions GmbH
- Expertin für User Research und User Experience
- Mehrjährige Berufserfahrung u.a. als Unternehmensberaterin im Bereich Digital Business Consulting sowie als User Researcher



Alex Thalmann:

- Co-Founder, Berater und Agile Coach The Morph Company Switzerland GmbH
- Experte für Strategic Design & Organizational Transformation
- Mehrjährige Erfahrung als Executive Coach, Agile Coach, Product Owner und Berater

Fachrichtung Digital Business & Leadership

Primäre Zielgruppe

- Digital-Strategie & -Berater
- Unternehmensführung
- Digital Business Development
- Innovationsmanagement
- Corporate Entrepreneurs / Incubators
- Start-Up-Gründung & -Management
- Agiles Projekt-, Produkt- & Prozessmanagement
- Organisations- & Personalentwicklung
- Coaching & Training
- HR-Strategie & -Management
- Recruiting & Employer Branding



Fachrichtungsmodulare Digital Business & Leadership

Digital Leadership & Agile Management



Lernziele/ -inhalte:

- Agile Führungs- & Steuerungssysteme (OKR, Multipliers, Topgrading)
- Gewinnung und Entwicklung von Mitarbeitern in/ für agile Unternehmensumfelder mit dem Top-Grading-Ansatz
- Agiles (Projekt-)Management
- New Work Management-Ansätze



Manuel Pflumm:

- Gründer und Geschäftsführer der talentturbine GmbH
- Co-Gründer und Geschäftsführer des Ed-Tech-Startups Leaderfy GmbH
- Ehemaliger Geschäftsführer im indischen Tata-Konzern
- Experte für Führungs- & Talententwicklung, sowie agile Organisationsentwicklung



Marco Pfeiffer:

- Leiter Business Center Digital & Smart Products bei Festool
- Langjährige Führungskraft bei der LBBW, der Hugo Boss AG und bei Diconium
- Erfahrung insbesondere in den Bereichen Digitalisierung, Projektmanagement, Transformation und Innovation im Agentur- sowie im Corporate-Umfeld, sowie als Projektleiter und Berater



Digital HR Management



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung HR-Prozesse
- People Analytics
- Digital Employer Branding
- Social Recruiting



Ingo Gugisch:

- Vice President People Relations bei FR L'Osteria SE
- Ehemaliger HR Director Starbucks Germany und Vice President HR bei der telegate AG
- DGFP-zertifizierter Personalleiter Executive
- Experte für Digital HR Management und digitale HR Strategien



Dr. Claudia Salomon:

- Gründer-GF des Beratungs-Startups HR Tech Consulting
- HR Tech Consulting Expertin für digitale Transformation im Human Resources (HR-Daten, HR-Prozesse, HR-IT, Tools und Technologien)
- Aufbau und Leitung der HR-Analytics Abteilung, inkl. People Analytics und HR Controlling, bei der T-Systems International



Benjamin Federle:

- Personalleiter bei Electrolux Professional, ehemals HR-Geschäftsführer/ Personalleiter bei Bauknecht/ Whirlpool und Leuze electronic
- Umfangreiche Erfahrung in Entrepreneurial HR Management, u.a. als Leiter HR & Recruiting des Start-Ups RegioHelden
- Experte für Employer Branding und Digital/ Social Recruiting



Fachrichtungsmodulare

Digital Business & Leadership

Digital Business Planning, Steering & Valuation



Lernziele/ -inhalte:

- Business Planning für digitale Geschäftsmodelle
- Performance Management für digitale Geschäftsmodelle
- Venture Valuation
- Evaluation digitaler Geschäftsmodelle nach gängigen Bewertungsverfahren



Oliver Würtenberger:

- Mehrfache Tätigkeit als Interims-CFO bei Digital-/ Start-Up-Unternehmen, u.a. bei tado° GmbH und merolt GmbH
- Langjähriges Erfahrung im Investment Banking (u.a. bei Morgan Stanley) und im Private Equity & Venture/ Growth Capital (u.a. bei H.I.G. Capital)



Marc Flammer:

- Leiter Business & Process Management bei der HUGO BOSS AG und Experte in der UNECE-Initiative
- Umfangreiche Führungserfahrung im Corporate-, Mittelstands- und Start Up-Umfeld
- Experte für Digitalisierung & Supply Chain Management (insbes. RFID & Blockchain)

HUGO BOSS

Digital Sales & E-Commerce

» siehe Fachrichtung Digital Marketing & Sales

Data-based B2B Business Models & Platforms

» siehe Fachrichtung Digital Operations Management

Fachrichtung Digital Operations Management

Primäre Zielgruppe

- Prozess- und Projektmanagement
- Innovationsmanagement
- Technologiestrategie
- Research & Development
- Produktionsstrategie & -steuerung
- Qualitätsmanagement
- Arbeitsvorbereitung
- Supply Chain Management
- Logistik
- Einkauf/ E-Procurement



Fachrichtungsmodul Digital Operations Management

Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management



Lernziele/ -inhalte:

- Internet of Things
- innovative Vernetzung-/Produktionstechnologien und deren Anwendungsfelder
- Industrie 4.0/5.0
- Innovation Management



Data-based B2B Business Models & Platforms



Lernziele/ -inhalte:

- B2B Geschäftsmodelle auf Basis digitaler Technologien verstehen
- Aufbau von datenbasierten B2B-Geschäftsmodellen und -Eco-Systemen evaluieren und realisieren können
- Daten- & Service-Plattformen analysieren und umsetzen können



Prof. Dr. Christoph Zanker:

- Professor und Experte im Bereich industrielle Innovations- und Produktionsstrategien
- Langjährige Erfahrung in der ganzheitlichen Industrie 4.0-Umsetzung und Bewertung von Produktionstechnologien



Edgar Müller:

- CEO und Co-Founder Akkurent und Smiling Venture
- Aufbau von Corporate Incubators & VC Bereichen für KMUs
- Experte für Geschäftsmodell- & Strategieentwicklung und Digitalisierung
- Zertifizierter Coach für Unternehmensentwicklung



Dr. Christian Lerch:

- Leiter des Geschäftsfelds Industrieller Wandel und neue Geschäftsmodelle am Fraunhofer ISI
- Langjährige Erfahrung in der wirtschaftsnahen Forschung
- Begleitung und Beratung zahlreicher Unternehmen bei der Umsetzung von Innovationsprojekten und Geschäftsmodellen
- Experte für Business Development und Digital Transformation



Fachrichtungsmodulare

Digital Operations Management

Digital Supply Chain Management



Lernziele/ -inhalte:

- Digital Supply Chain Management/ Logistics Konzepte
- Blockchain/ RFID
- Datenbasierte SCM Optimierung
- Automatisierung; eProcurement und eSourcing



Prof. Dr. Monika Reintjes:

- Professorin im Bereich Beschaffungsmanagement
- Ehemalige Geschäftsführerin eines Produktions- und Entwicklungsstandortes der Solectron GmbH – a Flextronics Company



Marc Flammer:

- Leiter Business & Process Management bei der HUGO BOSS AG und Experte in der UNECE-Initiative
- Umfangreiche Führungserfahrung im Corporate-, Mittelstands- und Start Up-Umfeld
- Experte für Digitalisierung & Supply Chain Management (insbes. RFID & Blockchain)

HUGO BOSS

Digital Business Planning, Steering & Valuation

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

Digital Controlling & AI Based Process Automation

» siehe Fachrichtung Digital Management & Analytics

Fachrichtung Digital Management & Analytics

Primäre Zielgruppe

- Business Intelligence & Analytics
- Big Data Management & Analytics
- Data Analyst/ Manager
- Controlling
- Finance & Accounting
- Market Research & Intelligence
- Channel Management
- Customer Relationship Management
- Marketing Automation
- Administration
- Tax & Law



Fachrichtungsmodulare

Digital Management & Analytics

Digital Controlling & AI Based Process Automation



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung des Controlling
- Data Science
- Data Analytics
- Business Analytics
- Process Mining & Optimization



Prof. Dr. Ulrich Sailer:

- Professor für Controlling und ehemals Pro-Rektor der HfWU
- Studiendekan des Masterstudiengangs Controlling
- umfangreiche Erfahrung in leitenden Positionen in einem internationalen Konzern und im Mittelstand
- Experte für Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Controlling



Malte Horstmann:

- Geschäftsführer OMM Solutions
- Industrie 4.0 Scout des VDMA und des Landes Baden Württemberg
- Schwerpunkt: digitale Transformation von der Planung bis zur Umsetzung
- Studium Wirtschaftsinformatik



Machine Learning & Big Data Analytics



Lernziele/ -inhalte:

- Maschinelles Lernen
- Forecasting
- Big Data Analytics (Text Mining, Image Mining)
- Predictive Analytics
- CRM Analytics



Prof. Dr. Sebastian Moll:

- Professor für quantitative Methoden in der BWL
- Head of Analytics bei Dymatrix
- Experte für Data Science und Market Analytics
- Langjährige Consultingenerfahrung im Bereich CRM und Marketing Analytics



Dr. Stefanie Seifert:

- Head of Analytics bei DYMATRIX Consulting
- Experte für Data Science & Customer Intelligence
- Umfangreiche Consultingenerfahrung in Marketing Automation und Data Driven Marketing



Fachrichtungsmodulare

Digital Management & Analytics

Data Management & Visual Analytics



Lernziele/ -inhalte:

- Data Architecture & Management
- Datenexploration
- Mustererkennung
- Reporting & Visualisierung
- Informations- & Datenethik
- Grundlagen Business Intelligence



Prof. Dr. Sebastian Moll:

- Professor für quantitative Methoden in der BWL
- Head of Analytics bei Dymatrix
- Experte für Data Science und Market Analytics



Adrian Blockus:

- Leiter bei Google Cloud EMEA
- Ehemals Manager/Berater bei Booz und Cap Gemini
- Experte für Data Ethics
- Doctorate Program an der IE University in Madrid, zuvor Lecturer an der University of Cambridge



Gabriel Fechir:

- Berater für mehr als 50 namhafte Unternehmen aus dem deutschen Mittelstand und DAX
- -Routinier an der Schnittstelle zwischen Business Requirements, IT-Architektur und Projektmanagement
- -Trainer und Dozent für die Themengebiete Cloud Computing und Data Management

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics

» siehe Fachrichtung Digital Marketing & Sales

Digital Business Planning, Steering & Valuation

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

Fachrichtung Digital Marketing & Sales

Primäre Zielgruppe

- Produkt-Management & -Marketing
- Strategisches Marketing
- Brand Management & Communication
- Marketingkommunikation
- Online Marketing
- Social Media Marketing & Management
- Content Creation & Marketing
- E-Commerce & Category Management
- Retail-Management (B2C)
- Vertrieb & Key Account Management (B2B)
- Lead Management & CRM
- Customer Service & Customer Experience Management
- Interne Unternehmenskommunikation
- Public Relations/ externe Unternehmenskommunikation



Fachrichtungsmodulare Digital Marketing & Sales

Advanced & Programmatic Digital Marketing



Lernziele/ -inhalte:

- Display & Affiliate Marketing
- Mobile/ In-App
- E-Mail-Marketing/ Lead Management
- Programmatic Marketing
- Neuromarketing und -pricing



Prof. Dr. Kai-Markus Müller:

- Professor für Consumer Behavior an der HFU Business School
- Berater, Mitbegründer und Vorstandmitglied in diversen Tech-Start-Ups
- Speaker und (Buch-) Autor (in zahlreichen Medien und Top-Journalen)



Martin Böhringer:

- Director Marketing & E-Commerce bei Object Carpet und ehemals der Zeltwanger Holding
- Erfahrung im B2C & B2B Marketing
- Dozent an der Hochschule Reutlingen

**OBJECT
CARPET**

Social Media, Content & Influencer Marketing



Lernziele/ -inhalte:

- Social Media Marketing
- Social Media Monitoring & Analytics (inkl. KI-basierte Analytics Tools)
- Content Marketing
- Influencer Marketing



Markus Besch:

- Vorstand NextDBI AG und Gründer des SocialMedia Institute mit Hauptsitz in Stuttgart und San Francisco
- Veranstalter der Mercedes-Benz Social Media Night
- Experte für Social Media Management und Marketing



Julia Lehmann:

- Gründerin & Geschäftsführerin von OnFore
- Experte für Digital Innovations/ Solutions
- Advisor für Customer Experience, Digital Analytics/ Marketing und Applications of AI in Business
- Vorstand Innovatorspace München & Mitarbeit in BMF-Projekt ABIDA

OnFore

Fachrichtungsmodul Digital Marketing & Sales

Digital Sales & E-Commerce



Lernziele/ -inhalte:

- Digital Solution, Service & Plattform Sales
- Multi-Channel Management
- E-Commerce / E-Business



Prof. Dr. Dirk Funck:

- Professor für Handels- u. Koperationsmanagement
- Experte für Multi-Channel-Handel & Onlinemarktplätze
- Vorsitzender des Beirats der Rid Stiftung für den Bayerischen Einzelhandel, München



Markus Fost (MBA):

- Managing Partner der Strategieberatung FOSTEC & Company
- Gründer & Geschäftsführer FOSTEC Ventures
- Experte für E-Commerce, Online Geschäftsmodelle und digitale Transformation



Dr. Hannes Schubert:

- Gründer & geschäftsführender Partner von DISCUS Strategy
- Ehem. Managing Director E-Commerce bei der Andreas Stihl AG & Co. KG
- Ehem. Geschäftsführer STIHL direct GmbH
- Gründer mehrerer Start-ups

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics



Lernziele/ -inhalte:

- Suchmaschinenmarketing Strategien
- SEA/ SEO Praxisanwendungen
- Social Ads
- Web / Google Analytics

inkl. Zertifizierung in



Tobias Fox:

- Geschäftsführer der Stuttgarter Digitalagentur VERDURE Medienteam GmbH
- SEO Experte und Digital Marketing Strategieberater
- Performance Marketing Speaker und Dozent
- Fachbeiratsmitglied der "SEOkomm" Konferenz



Machine Learning & Big Data Analytics

» siehe Fachrichtung Digital Management & Analytics

Fachrichtung Digital & Sustainable Management*

Primäre Zielgruppe

- Unternehmensführung
- Nachhaltigkeitsmanager
- CSR-ExpertInnen
- Digital Business Development
- Innovationsmanagement
- Social (Digital) Entrepreneurs/ Incubators
- Organisations- & Personalentwicklung
- Start-Up-Gründung & -Management
- Coaching & Training
- Unternehmensberatung



Fachrichtungsmodulare Digital & Sustainable Management*

Principles of Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

- Konzept der Nachhaltigkeit verstehen
- Einführung von Nachhaltigkeitsmanagement und –berichtserstattung
- Nachhaltigkeitsstrategie
- GRI



Prof. Dr. Robert Gabriel:

- Professor für Nachhaltigkeit in der BWL an der HfWU
- Prodekan Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen
- Experte für Innovationsmanagement



Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

- Anwendung moderner Innovationsmethoden
- Planet Centered Design
- Grundlagen von Entrepreneurship und Startup anwenden
- Organisationen planen und gestalten (z.B. BMC)
- Geschäftsmodelle kommunizieren (z.B. Pitch)



Prof. Dr. Christian Arndt:

- Professor für Sustainable Foreign Trade
- Gründungsdekan des Studiengangs „Zukunftsökonomie (B.Sc.)“
- Leitung des Zentrums für nachhaltige Entwicklung (ZNE) der HfWU
- Leitung des HfWU Startup-Campus „Zukunft.Gründen“ (ZuG)



Fachrichtungsmodulare Digital & Sustainable Management*

Sustainability Marketing



Lernziele/ -inhalte:

- Die Bedeutung des Nachhaltigkeitsmarketings für erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement erkennen
- Modelle und Konzepte des Nachhaltigkeitsmarketings



Prof. Dr. André Bühler:

- Professor für Marketing und Sportmanagement an der HfWU
- Direktor des Deutschen Instituts für Sportmarketing
- Studiendekan für den berufsbegleitenden Masterstudiengang „Prozessmanagement (M.Sc.)“



Trend Topics Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

- Bedeutung der behandelten Trendthemen für erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement erkennen
- Trendthemen auf die Erfordernisse von Organisation und Unternehmen transferieren

Digital Leadership & Agile Management

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

Überblick Unterstützungs- und Betreuungsangebote im Digital MBA

Unterstützung und Betreuung im Digital MBA					
VOR Studien- beginn	<p>Informationsveranstaltungen Individuelle Studienberatung (mit Studienberater oder Studiengangsleiter)</p> <p>Schnuppervorlesungen (einzelne Vorlesungen) Probestudium (erster Monat unverbindlich studieren)</p>				
WÄHREND dem Studium	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Fachlich</th> <th>Überfachlich</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>Digital-Management-Talks: Vortrags-/Austauschabende mit spannenden Firmenvertretern, anderen MBA-Semestern und MBA-Alumni: www.digital-management-talks.de</p> <p>Start-Up-Förderinitiative Zukunft.Gründen: Gründungsberatung, Austausch und Förderprogramme für (potenzielle) Unternehmensgründungen</p> <p>Betreuung durch die Dozierenden und Austausch mit anderen Studierenden zwischen den Präsenzterminen über unsere E-Learning-Plattform</p> </td> <td> <p>Persönliche Kompetenzentwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme am Leaderfy Simulation Game (weitere Infos im Anhang) • Einzelcoachings (optional zubuchbar) <p>Seminar (Digitale) Research-Methoden – Prof. Dr. Carsten Herbes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literaturrecherche • empirische und qualitative Forschungsmethoden • Anwendung von Theorien im Bereich Digital Management und Marketing • Nutzung des Support-Tools NEOpaper – Prof. Dr. Stefan Remhof <p>Sprechstunden-/Beratungsmöglichkeit: mit der Studienprogrammkoordination/ -leitung, u.a. bzgl. beruflicher Entwicklung</p> </td> </tr> </tbody> </table>	Fachlich	Überfachlich	<p>Digital-Management-Talks: Vortrags-/Austauschabende mit spannenden Firmenvertretern, anderen MBA-Semestern und MBA-Alumni: www.digital-management-talks.de</p> <p>Start-Up-Förderinitiative Zukunft.Gründen: Gründungsberatung, Austausch und Förderprogramme für (potenzielle) Unternehmensgründungen</p> <p>Betreuung durch die Dozierenden und Austausch mit anderen Studierenden zwischen den Präsenzterminen über unsere E-Learning-Plattform</p>	<p>Persönliche Kompetenzentwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme am Leaderfy Simulation Game (weitere Infos im Anhang) • Einzelcoachings (optional zubuchbar) <p>Seminar (Digitale) Research-Methoden – Prof. Dr. Carsten Herbes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literaturrecherche • empirische und qualitative Forschungsmethoden • Anwendung von Theorien im Bereich Digital Management und Marketing • Nutzung des Support-Tools NEOpaper – Prof. Dr. Stefan Remhof <p>Sprechstunden-/Beratungsmöglichkeit: mit der Studienprogrammkoordination/ -leitung, u.a. bzgl. beruflicher Entwicklung</p>
	Fachlich	Überfachlich			
<p>Digital-Management-Talks: Vortrags-/Austauschabende mit spannenden Firmenvertretern, anderen MBA-Semestern und MBA-Alumni: www.digital-management-talks.de</p> <p>Start-Up-Förderinitiative Zukunft.Gründen: Gründungsberatung, Austausch und Förderprogramme für (potenzielle) Unternehmensgründungen</p> <p>Betreuung durch die Dozierenden und Austausch mit anderen Studierenden zwischen den Präsenzterminen über unsere E-Learning-Plattform</p>	<p>Persönliche Kompetenzentwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme am Leaderfy Simulation Game (weitere Infos im Anhang) • Einzelcoachings (optional zubuchbar) <p>Seminar (Digitale) Research-Methoden – Prof. Dr. Carsten Herbes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literaturrecherche • empirische und qualitative Forschungsmethoden • Anwendung von Theorien im Bereich Digital Management und Marketing • Nutzung des Support-Tools NEOpaper – Prof. Dr. Stefan Remhof <p>Sprechstunden-/Beratungsmöglichkeit: mit der Studienprogrammkoordination/ -leitung, u.a. bzgl. beruflicher Entwicklung</p>				
NACH Studien- abschluss	Alumni-Initiative & -Netzwerk				



Mögliches optionales Auslandsstudium

Ein **Auslandsstudium** ist **optional möglich**: an ausländischen Hochschulen belegte Kurse (z.B. im Rahmen eines zweiwöchigen Summer Programms) werden nach dem ECTS-System angerechnet und müssen dann an unserer Hochschule nicht mehr besucht werden

Wenn Du ein für Dich interessantes anderes Auslandsstudienprogramm siehst, kannst Du uns die Programmbeschreibung zur Prüfung bzgl. Anrechenbarkeit senden. Aktuell schon zur Anrechnung vorgeprüfte Programme sind:

Universität Central de Catalunya in Barcelona



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm "Marketing & Business 4.0" in der ersten Julihälfte:
<https://www.uvic.cat/en/international/study-abroad/international-summer-term/marketing-business-4>
- anrechenbar „Machine Learning & Big Data Analytics“ oder „Advanced & Programmatic Digital Marketing“
- sehr erfahrene Dozenten aus der Praxis
- Case Studies, Projektarbeit und vier Firmenbesuche
- kulturelles Rahmenprogramm in Barcelona
- Partnerhochschule der HfWU

Aydin University in Istanbul



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm "Integrated Marketing Communications" in der zweiten Julihälfte:
<https://delightful.istanbul/courses/>
- anrechenbar für „Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management“ oder „Advanced & Programmatic Digital Marketing“
- sehr erfahrene Dozenten aus der Praxis
- Case Studies, Projektarbeit und vier Firmenbesuche
- kulturelles Rahmenprogramm
- Partnerhochschule der HfWU

Business School IÉSEG in Paris



- Weitere vorgeprüfte Programme an der renommierten französischen Business School auf Englisch
- „Entrepreneurship & Innovation“
<https://www.ieseg.fr/en/programs/short-term-programs/entrepreneurship-innovation-summer-program/>
anrechenbar für „Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development“
- „Digital Marketing“
<https://www.ieseg.fr/en/programs/short-term-programs/digital-marketing-summer-program/> anrechenbar für „Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management“

Aalto University in Helsinki



- englischsprachiges zweiwöchiges Programm „Digital Business“ in der ersten Augusthälfte:
<https://www.aalto.fi/en/aalto-university-summer-school/digital-business-0>
- anrechenbar für „Digital Leadership & Agiles Management“
- Projektchallenge mit intensivem Coaching
- Exkursionen
- Kulturelles Rahmenprogramm

Statements und Evaluation unserer MBA-Studierenden

„Weshalb ich mich für den MBA Digital Management & Marketing an der HfWU entschieden habe: berufsbegleitende, extremst anwendungsbezogene und zukunftsorientierte Lehrveranstaltungen sowie überzeugende Dozenten aus der Praxis an einer renommierten Hochschule, die mir ermöglichen kompromisslos in Vollzeit zu arbeiten und meine Work-Life Balance zu erhalten, während ich mich gleichzeitig für neue Aufgabengebiete und höherwertige Tätigkeiten qualifiziere, um mich so auf den nächsten Karriereschritt vorzubereiten.“

„Die Wahl des Studiengangs MBA Digital Management & Marketing war meine beste Entscheidung, die ich im Rahmen meiner beruflichen Weiterbildung getroffen habe. Besonders gut gefällt mir die generalistisch und ganzheitliche Betrachtung des digitalen Ökosystems, um die Wirkungsweise der digitalen Transformation zu verstehen und zu analysieren. Mir hat der MBA die Augen für die anstehenden Hürden und Aufgaben der Digitalisierung geöffnet. Ich habe das Werkzeug gelernt, wie ich Strategien für eine erfolgreiche und nachhaltige Transformation entwickeln und anwenden kann. Ob Kultur oder Technik.“



Sandra Schleicher:

- Aktuell Consultant im Projekteinsatz bei der Porsche AG
- Zuvor B. Sc. International Management Double Degree ESB Business School, Reutlingen und NEOMA Business School, CESEM, Reims, Frankreich

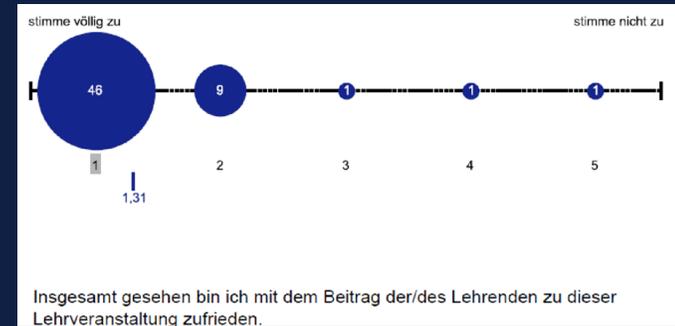


Luis Dario Stephan:

- Aktuell im Projekt- & Partnermanagement bei der eco2nomy GmbH tätig
- Zuvor Consultant HR Strategy and New Work bei der Hays AG tätig
- Bachelor Volkswirtschaftslehre B. Sc. an der HfWU

Auszug aus den Lehrevaluationen des letzten Semesters

- Die Coaching Sessions waren sehr wertvoll. Vielen Dank für das Angebot.
- Die Dozent*innen sind super kompetent in Ihrem Fachgebiet!
- Beide sehr geduldig. Super Betreuung während der Entwicklung unserer Case Study. Die extra-Coaching Termine war goldwertig...
- Die Unterlagen geben einen super Rahmen für eigene Weiterentwicklungen.
- Die Kombination aus Skript und Vorlesung. Feedback zur Präsentation war sehr gut. Es konnte auch für die Arbeit an sich umgesetzt und eingearbeitet werden.



Mögliche Abschlüsse

Master of Business Administration (MBA)

- 12 Module (12x 6 ECTS = 72 ECTS) + projektbasierte Masterthesis (18 ECTS) für MBA (90 ECTS)
- **Dauer: 4 Semester** (verlängerbar auf bis zu 7 Semester)
- **Aufnahmebedingung:** Bachelor (180 ECTS) und mind. 12 Monate Praxiserfahrung
- **Gebühren:** EUR 4.750 pro Semester (4 Sem.) od. EUR 795 pro Monat (24 Mon.) + einmalig EUR 200 Prüfungsgebühr (gesamt: EUR 19.200)
- Änderung der Fachrichtung bis Ende des 1. Semesters möglich

MBA-Doppelabschluss in zweiter Fachrichtung

Certificate of Advanced Studies (CAS)

- Certificate of Advanced Studies (CAS) bei Abschluss von 2 Modulen in einem Teilbereich
- **Vierzehn Fachrichtungen** des Certificate of Advanced Studies mit Dauer **1-3 Sem.**
- **Gebühren:** 2x EUR 1.375 und einmalig EUR 100 Prüfungsgebühr (gesamt: EUR 2.850)

Diploma of Advanced Studies (DAS)

- Diploma of Advanced Studies (DAS) bei Abschluss von 5 Modulen in einem Teilbereich
- **Acht Fachrichtungen** des Diploma of Advanced Studies mit Dauer **3 Sem.** / 1,5 Jahre
- **Gebühren:** 2x EUR 2.740 + 1x EUR 1.370 und einmalig EUR 200 Prüfungsgebühr (gesamt: EUR 7.050)

Kombiabschluss Diploma + MBA

- Kombistudium Diploma + MBA über 7 Semester / 42 Monate
- **Gebühren:** EUR 2.400 jeweils zu Beginn der sieben Semester oder EUR 400 monatlich (über 42 Mon.) und einmalige Abschlusszahlung von EUR 2.400
- Bei Abbruch nach dem Diploma-Abschluss einmalige Abbruchgebühr von EUR 1.050 (= Aufzahlung auf Diploma-Gebühren, wird angerechnet bei MBA-Studium-Wiederaufnahme)
- Prüfungsgebühren jeweils EUR 200 für Diploma und MBA

- MBA-Zusatzabschluss in 2. Fachrichtung durch Zusatzbelegung von 1-3 Kursmodulen (bei Gesamtabschlussnote min. 2,3)
- **Gebühren:** EUR 1.150 bis EUR 3.250 (plus ggf. EUR 1.000 für zweite Masterarbeit falls Masterarbeitsnote schlechter 2,0)

Zertifikat

- Teilnahme an und Abschluss einzelner Kursmodule
- Kumulieren der Module bei bestandener Prüfung zu MBA oder Diploma möglich
- Alternativ Teilnahmebescheinigung ohne Prüfung/(sgebühr) möglich
- **Dauer: 1 Semester**
- **Gebühren:** **EUR 1.450** + EUR 100 Prüfungsgebühr

Teilnahme- & Prüfungsgebühren als Werbungs-/Fortbildungskosten von der Steuer absetzbar oder direkt von Arbeitsgeber (teil-)zahlbar

Finanzierungsmöglichkeiten & Rahmenbedingungen

Finanzierungsmöglichkeiten

- **„Umgekehrter Generationenvertrag“**
bei welchem erst Zahlungen nach dem Studium einkommensabhängig fällig werden wie bspw.: <https://mba.braincapital.de/>
→ weitere Anbieter in CHE-Studie: [CHE Studienkredit-Test 2021](#)
- **KfW-Studienkredite:**
[https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Privatpersonen/Studieren-Qualifizieren/Finanzierungsangebote/KfW-Studienkredit-\(174\)/](https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Privatpersonen/Studieren-Qualifizieren/Finanzierungsangebote/KfW-Studienkredit-(174)/)

+ Teilstipendien-Programm
Digital Business Institute



Probestudium

Lerne uns im ersten Monat unverbindlich kennen

Rahmenbedingungen

- **Kursphasen** in der Regel von **Ende März** bis **Mitte Juli** sowie von **Anfang Oktober** bis **Anfang Februar** (mit Pause über Pfingsten + Weihnachten sowie an Brückentagen)
- Jedes Modul umfasst **Präsenzkurse + Live-Video-Sessions** an **zwei Freitagnachmittagen/-abenden** (16:15 - 20:15 Uhr) und **zwei Samstagen** (8:30 - 16:15 Uhr) ergänzt um Fallstudienbearbeitung und Selbststudium per E-Learning.
- **Hälfte der Kurstermine** sind **Live-Video-Sessions**, die weiteren **Kurstermine** finden **vor Ort** statt (bei **MBA** an **4** und bei **Diploma** an **2 Wochenenden** pro Semester)
- Zusätzlich werden alle Vor-Ort-Termine bei Bedarf auch per Live-Video übertragen (= **Hybridmodus**), so dass auch eine reine Remote-Teilnahme möglich ist.
- Präsenztermine finden üblicherweise in den Gebäuden der **Hochschule für Wirtschaft & Umwelt** in der **Nürtinger Innenstadt** statt (nur 5 min Fußweg vom Bahnhof + kostenlose Parkplätze).
- **Frühzeitige Anmeldung lohnt sich:** Von den insgesamt 15 MBA-Plätzen pro Semester werden 10 auf der Basis von First-Come-First-Serve vergeben, die weiteren 5 werden zum Bewerbungsschluss nach Abschlussnote des Bachelors und der Relevanz der Berufserfahrung zugeteilt.
- Für **Bildungszeit** (Bildungsurlaub) anerkannte Bildungseinrichtung

Teilstipendien-Programm

Stipendienart	Bedingungen	Stipendienhöhe	Ermäßigte Studiengebühr
Kleines MBA-Stipendium (wird bis zu 3 Mal pro Semester vergeben, auch für Kombistudium)	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstzahler-Neuanmeldung • Bachelor-Note <= 2,3 • Monatsgehalt <= 4.500 € brutto 	2.500 €	4 x 4.125 € (oder 24 x 690 €)
Großes MBA-Stipendium (wird bis zu 3 Mal pro Semester vergeben, auch für Kombistudium möglich)	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstzahler-Neuanmeldung • Bachelor-Note <= 2,0 • Monatsgehalt <= 4.000 € brutto • Unterstützung im Studienprogramm: Referenzen für Studieninteressierte, Unterstützung bei Messen 	5.000 €	4 x 3.500 € (oder 24 x 585 €)
DAS-Stipendium (wird bis zu 3 Mal pro Semester vergeben)	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstzahler-Neuanmeldung • Monatsgehalt <= 4.500 € brutto 	1.500€	2 x 2.140 € + 1 x 1.070 €
CAS-Stipendium (wird bis zu 3 Mal pro Semester vergeben)	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstzahler-Neuanmeldung 	550 €	2 x 1.100 €
Zertifikatskurs-Stipendium (wird bis zu 3 Mal pro Zertifikatskurs vergeben)	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstzahler-Neuanmeldung 	300 €	1.150 €

Allgemeine **Vergabebedingungen** (gültig für alle Stipendienarten):

- Kurz-Motivationsschreiben (in einer E-Mail) mit Darlegung, was zu Studienprogramm inhaltlich beitragen könnte und weshalb förderbedürftig/- würdig
- Bei jeweils mehr als 3 Bewerbern Ranking mit Gewichtung je zu einem Drittel:
Bedürftigkeit (= Monatseinkommen), Erststudienabschlussnote und Qualität Motivationsschreiben
- Veröffentlichung des Stipendiaten-Profiles und Bereitschaft zur aktiven Unterstützung des Digital-Studienprogramms (bei MBA-Stipendien)

Duale Stellen

- **Berufsbegleitendes MBA-Studium** und **Berufseinstieg** als Trainee/ Junior/ Young Professional mit gleichzeitigem Know-How-Aufbau im Digitalbereich kombinierbar
- Durch die Stellen profitierst Du doppelt: von spannender Berufserfahrung und dem Digital-MBA, mehr dazu unter www.dualer-mba.de
- Bei Interesse mit Präferenz der Unternehmensart / der Stelle wende Dich gerne an stefan.detscher@hfwu.de oder individuell potentiellen neuen Arbeitgeber nach Möglichkeit eines berufsbegleitenden MBAs fragen

Partnerunternehmen	Stelle (m/w/d)	Berufsbegleitende MBA-Fachrichtung	Zur Bewerbung
	Junior Consultant deutschlandweit	alle	<i>voraussichtlich wieder ab H2 2024</i>
	Business Analyst in Stuttgart	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/fostecmba
	Recruitment Consultant in Stuttgart	Digital Business & Leadership	https://bit.ly/digilentsmba
	Consultant in Stuttgart	alle	https://bit.ly/refinemba
	International Graduate Program	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/conwebmba
	Beteiligungscontroller	Digital Management & Analytics	https://bit.ly/dekramba
	Online-Marketing Manager	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/klickpilotenmba

zu den offenen Stellen:



Berufliche Entwicklung durch unser MBA- & Studienprogramm

- Nach dem Diploma- oder MBA-Abschluss sind Sie für **anspruchsvolle Aufgaben in interdisziplinären (Projekt-) Teams** ideal vorbereitet.
- Sie **gestalten digitale Geschäftsmodelle** mit und sind aufgrund Ihres Studiums in der Lage, die Grenzen und Möglichkeiten beim **Einsatz technologischer Lösungen** zu reflektieren.
- Im Team **vertreten** Sie die **betriebswirtschaftliche Seite**, können jedoch die **Positionen anderer Abteilungen nachvollziehen** und beurteilen.
- **Typische Positionen** sind:
 - Leiter/-in, Berater oder Experte in Transformations-/ Innovationsprojekten
 - Leiter/ Referent in (Fach-)Abteilungen zur Umsetzung von Digitalisierungsstrategien
 - Assistent/-in des Vorstands/ der Geschäftsführung
 - Digital Product/ Process/ Project Manager
 - Online-Marketing-/ Social-Media-Manager/-in
 - Experte/-in E-Commerce/ CRM
 - Data Analyst
 - uvm.



40 % der Berufstätigen haben sich in den letzten zwei Jahren im **Digital-Bereich weitergebildet**

Mit **115.000 Dollar** liegt das **Median-Einkommen** von **Beschäftigten mit MBA-Abschluss** um **77 Prozent** höher als das von Bachelor-AbsolventInnen

Quelle: Haufe (2021); HighText Verlag (2022)

Übersicht Startdaten und Anmeldefristen nächste Semester

Kurs/ Programm	Startdatum	Anmeldung
Sommersemester 2024		
MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management / MBA Digital Management & Analytics	22.03.2024 (späterer/flexibler Start möglich)	Zustieg über einzelne Kurse in das laufende Semester; www.hfwu.de/dmx-anm
Diploma of Advanced Studies (7 Fachrichtungen) und Kombiabschluss Diploma + MBA	März – Mai 2024	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Certificate of Advanced Studies (12 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs als einzelne Zertifikatskurse		
Wintersemester 2024/25		
MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management / MBA Digital Management & Analytics / MBA Digital & Sustainable Management (neu)	voraussichtlich 11. Oktober 2024 (späterer/flexibler Start möglich)	Bis 31.08.2024, Anmeldung unter www.hfwu.de/dmx-mba , kostenfreie Stornierung bis 31.08.2024
Diploma of Advanced Studies (8 Fachrichtungen) und Kombiabschluss Diploma + MBA	Oktober/ November 2024	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Certificate of Advanced Studies (14 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs als einzelne Zertifikatskurse		

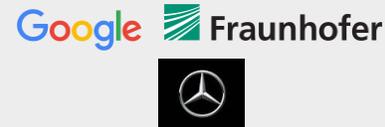
USPs der Digital Business School an der HfWU

1. Systemakkreditierte staatliche Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen mit Spitzenrankings von WirtschaftsWoche und von CHE/ Die ZEIT



2. Innovative Themenbereiche wie Künstliche Intelligenz, Machine Learning, Blockchain, Cybersecurity, Internet of Things und Industrie 4.0/5.0 sowie Lean Startup-Ansatz und Growth Hacking

3. Hochqualifizierte Dozentschaft mit 11 ProfessorInnen und >30 DozentInnen aus der Praxis auf dem Niveau von (ehemal.) Geschäftsführern/ Vorständen, Bereichsleitern, Senior Advisors & Unternehmern; Lehrende u.a. von:



4. Einzigartiges stark anwendungsorientiertes berufsbegleitendes Studienprogramm mit starkem Forschungshintergrund im Bereich digitalen Managements ([Digital Business Institute & School](#))



5. Effektiver Blended Learning-Ansatz mit Class-Room-Sessions und E-Learning-Phasen



6. Fokus auf Projektbasierte Studienarbeiten und Masterarbeit für höchst mögliche Praxisrelevanz (inkl. Research-Seminar)

7. Komplette modularer Aufbau vom einzelnen [Zertifikat über Diploma of Advanced Studies](#) bis zum MBA inkl. Promotionsberechtigung/ DBA-Betreuung durch HfWU-ProfessorInnen

8. Möglichkeit zum MBA-Doppelabschluss und zur Teilnahme an International Summer Schools



9. Berufseinstieg in ein (Partner) Unternehmen parallel zum MBA-Studium



10. Persönliches Kompetenzentwicklungsprogramm + Life-Long Learning zwischen Teilnehmenden, Alumni und Lehrenden

Ansprechpersonen

Wissenschaftliche Leitung & Firmenpartnerschaften

Prof. Dr. Stefan Detscher



- Geschäftsführender Direktor Digital Business Institute
- Wissenschaftlicher Leiter Digital-MBA- & Studienprogramme
- Professor im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Tel.: 07022 / 201-1056

stefan.detscher@hfwu.de

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen

Gebäude CI10 | Raum 343

Sigmaringer Str. 25

72622 Nürtingen



Studienberatung

Yannik Roos



- Studienberater Digital Business School
- Digital Marketing & Business Development Manager im Digital Business Institute
- MBA-Student Digital Marketing & Sales

Tel.: 0152 / 59751691

yannik.roos@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen:

<https://calendly.com/dbs-yannik-roos>

www.hfwu.de/dmx

www.hfwu-mba.de



Florian Setka



- Studienberater Digital Business School
- Digital Marketing & Business Development Manager im Digital Business Institute
- MBA-Student Digital Marketing & Sales

Tel.: 0151 / 22238252

florian.setka@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen:

<https://calendly.com/dbs-florian-setka>

www.hfwu.de/dmx

www.hfwu-mba.de

Anmeldung & Organisation

Susanne Liemer



- Seminarmanagerin
- Mitarbeiterin der Weiterbildungsakademie an der HfWU

Tel.: 07022 / 201-401

waf@hfwu.de

HfWU Akademie

an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Neckarsteige 6-10

76222 Nürtingen



Vielen Dank für Eure
Aufmerksamkeit! 

Eure Fragen? 

Folgt uns gerne!

LinkedIn:
Digital Business School an der HfWU



Instagram:
[digital.business.school.hfwu](https://www.instagram.com/digital.business.school.hfwu)



Facebook:
Digital Business School an der HFUWU



Zur Website:
www.hfwu.de/dmx



Anhang

weitere Informationen zum Digital-
MBA- & Studienprogramm



Mission und Zielgruppe

Mission:

- Hohen Bedarf der Wirtschaft an **Know-How** bzgl. **Digitalisierung** abdecken
- **Weiterbildung** und **berufliche Zukunft** ermöglichen in den Bereichen digitales Management & Leadership, digitale Geschäftsmodelle, Digital Operations & Analytics sowie digitaler Vermarktung
- **Flexible Teilnahmemöglichkeit** mit einzelnen Kursmodulen, die zum MBA (alternativ Diploma oder Certificate of Advanced Studies) führen
- **Interdisziplinärer Austausch** von Studierenden und Lehrenden schafft Multiplikation der Sichtweise auf Herausforderungen der Digitalisierung

Zielgruppen:

- **Firmenpartner:** Weiterentwicklung ihrer Potenzial-Mitarbeiter und Führungskräfte sowie Gewinnung von Young Professionals & Entwicklung zu Digitalisierungsexperten
- **Berufstätige Bachelor-AbsolventInnen** wirtschaftswissenschaftlicher, technischer, naturwissenschaftlicher sowie geisteswissenschaftlicher Studienrichtungen mit mindestens einem Jahr Praxiserfahrung



Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

1. Welchen Nutzen bringt das Digital-MBA- und –Studienprogramm dem Unternehmen?

Zeige, wie die wichtigsten Herausforderungen Deines Unternehmens/ Bereichs durch den Studieninhalt Deines geplanten berufsbegleitenden Studiums mit neu gewonnenen Kenntnisse und Kompetenzen in den Bereichen digitalen Managements gemeistert werden können. Neu erlernte Fähigkeiten und Fachkenntnisse kannst Du so direkt bei der Arbeit zum Nutzen des Unternehmens anwenden und im Rahmen des Studiums sogar „echte“ Problemstellungen / Projekte des Unternehmens mit Experteninput der DozentInnen bearbeiten, wofür sonst „teure“ externe Dienstleister / Neueinstellungen nötig wären.

2. Wie passt das Programm zu den Anforderungen des Unternehmens an mich als Mitarbeiter?

Die Kurstermine finden in der Regel Freitag ab 16:15 Uhr und samstags statt – 50 % vor Ort mit Hybrid-Videozuschaltung + 50 % komplett online. Dadurch kannst Du unter der Woche, wie gewohnt, Deinem Job nachgehen und bist für Termine verfügbar. Auch wird die Last bzgl. Prüfungsleistungen übers Semester / Jahr hinweg verteilt, da es keine „geballte“ Klausurzeit gibt. Erkläre, wie Du Dir Deine berufliche Entwicklung vorstellst und wie Du planst, Dich während der Weiterbildung zu entwickeln, dass Du damit zu einer Fach-/ Führungskraft mit wertvollem Know-How insbesondere im Digitalbereich fürs Unternehmen werden können.

Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

3. Welche Unterstützung für berufsbegleitendes Studieren gibt es bereits im Unternehmen?

Möglicherweise hat Dein Unternehmen bereits eine Liste von Programmen, an denen Kolleginnen und Kollegen bzgl. anderer Themenbereiche teilgenommen haben, um sich weiterzubilden. Finde heraus, warum diese Anbieter ausgewählt wurden und wie hoch die finanzielle und zeitliche Unterstützung für die teilnehmenden Mitarbeitende seitens des Unternehmens war. Vielleicht muss sich Dein Unternehmen für die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen neu entscheiden – gerne darfst Du uns kontaktieren wenn weitere Informationen benötigt werden.

4. Warum wollen Sie sich an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen weiterbilden?

Zeige Deinem Arbeitgeber, dass das von Ihnen gewählte Programm dem Unternehmen insbesondere mittels Deiner Weiterentwicklung einen Wert bringt. Nehme dabei Bezug auf die USPs des Digital-MBA- & Studienprogramms der Präsentation.

5. Wer trifft typischerweise die Entscheidung im Unternehmen bzgl. berufsbegleitendem Studium?

Oftmals sind nicht nur Du und Dein Vorgesetzter Teil des Entscheidungsprozesses. Bereite Dich darauf vor, dass auch andere Ansprechpartner, wie die Personalabteilung, andere Abteilungsleiter oder sogar die Geschäftsführung an der Entscheidungsfindung beteiligt sind und unterschiedliche Informationen benötigen.

Modulübersicht

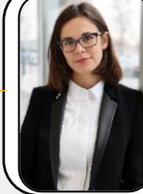
MBA-Module	Modul	Fachrichtung	Prüfungsform	WiSe/ SoSe		
Kernmodule	Digital Business Model Innovation	alle	R/P	beide		
	Digital Technology & Law		S			
	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management		StA			
	Digital AI based Customer Experience & Relationship Management		StA			
Digital Transformation & Sustainable Change Management	R/P					
Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development	StA					
Design Thinking & User Experience Management	StA					
Fachrichtungs- module	Digital Leadership & Agile Management	DBL & DNX	S	WiSe/ SoSe im Wechsel (ggf. jedes Sem.)		
	Digital HR Management	DBL	StA			
	Data-based B2B Business Models & Platforms	DOM, DBL	StA			
	Digital Business Planning, Steering & Valuation	DBL, DOM, DMA	StA			
	Digital Controlling & AI based ProcessManagement Automation	DMA, DOM	StA			
	Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management	Digital Operations Management	StA			
	Digital Supply Chain Management		StA			
	Data Management & Visual Analytics	Digital Management & Analytics	StA			
	Machine Learning & Big Data Analytics	DMA, DMS	R/P			
	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	DMS, DMA	StA			
	Advanced & Programmatic Digital Marketing	Digital Marketing & Sales	StA			
	Social Media, Content & Influencer Marketing		StA			
	Digital Sales & E-Commerce	DMS, DBL	R/P			
	Principles of Sustainability Marketing*	DNX	StA			
	Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.*	DNX	StA			
	Sustainability Marketing*	DNX	StA			
	Trend Topics Sustainability Management*	DNX	StA			
	4	Project based Master Thesis (+ Seminar Research Methods)	alle		M	beide

Prüfungsformen:
R/P = Referat/Präsentation
S = schriftliche Arbeit (online)
StA = Studien-(Praxisarbeit)
M = Masterarbeit

Fachrichtungen:
DBL = Digital Business Leadership
DOM = Digital Operations Management
DMA = Digital Management Analytics
DMS = Digital Marketing & Sales
DNX = Digital & Sustainable Management

Weitere Statements unserer Studierenden

„Der MBA war für mich eine spannende, lehrreiche Zeit mit absolut tollen Menschen und einem einfach genialen Mix aus Theorie und Praxis.“



Anastasia Markemann:

- aktuelle Position: TTS Tooltechnic Systems, Inhouse Consultant Corporate Development, Focus Marketing & Sustainability
- Erststudium: Hochschule der Medien, Bachelor of Arts, Werbung und Marktkommunikation

„Wie gleise ich meine Marke professionell im digitalen Umfeld auf? Welche Tools des digitalen Marketings sind wichtig, um meine Marke erfolgreich online zu positionieren und auszubauen? Der Zertifikatskurs "Digital Marketing Communication" gibt in einer gelungenen Mischung aus Theorie und Praxis Aufschluss auf diese Fragen sowie Werkzeuge an die Hand, um das Gelernte im geschäftlichen Umfeld direkt selbst anzuwenden. Die erworbenen Kenntnisse stärken meine Marketing-Kompetenz im digitalen Umfeld - das Zertifikat ist ein Plus in meinem CV.“



Katrin Geisthardt:

- aktuelle Position: Kommunikations- und Marketingmanagerin in der Food-Branche
- Erststudium: Diplom Oecotrophologin, University of Applied Science Fulda

"Besonders die kleinen Studiengruppen im MBA-Studium wusste ich sehr zu schätzen. Das sorgt für guten Austausch und einen guten Informationsfluss zwischen den Studierenden und den fachlich sehr guten Dozenten."



Markus Bofinger:

- aktuelle Position: Manager beim Versicherungsunternehmen Baloise, zuvor Leiter Unternehmenskommunikation Kreissparkasse Göppingen
- Erststudium: Hochschule der Sparkassen-Finanzgruppe Bonn

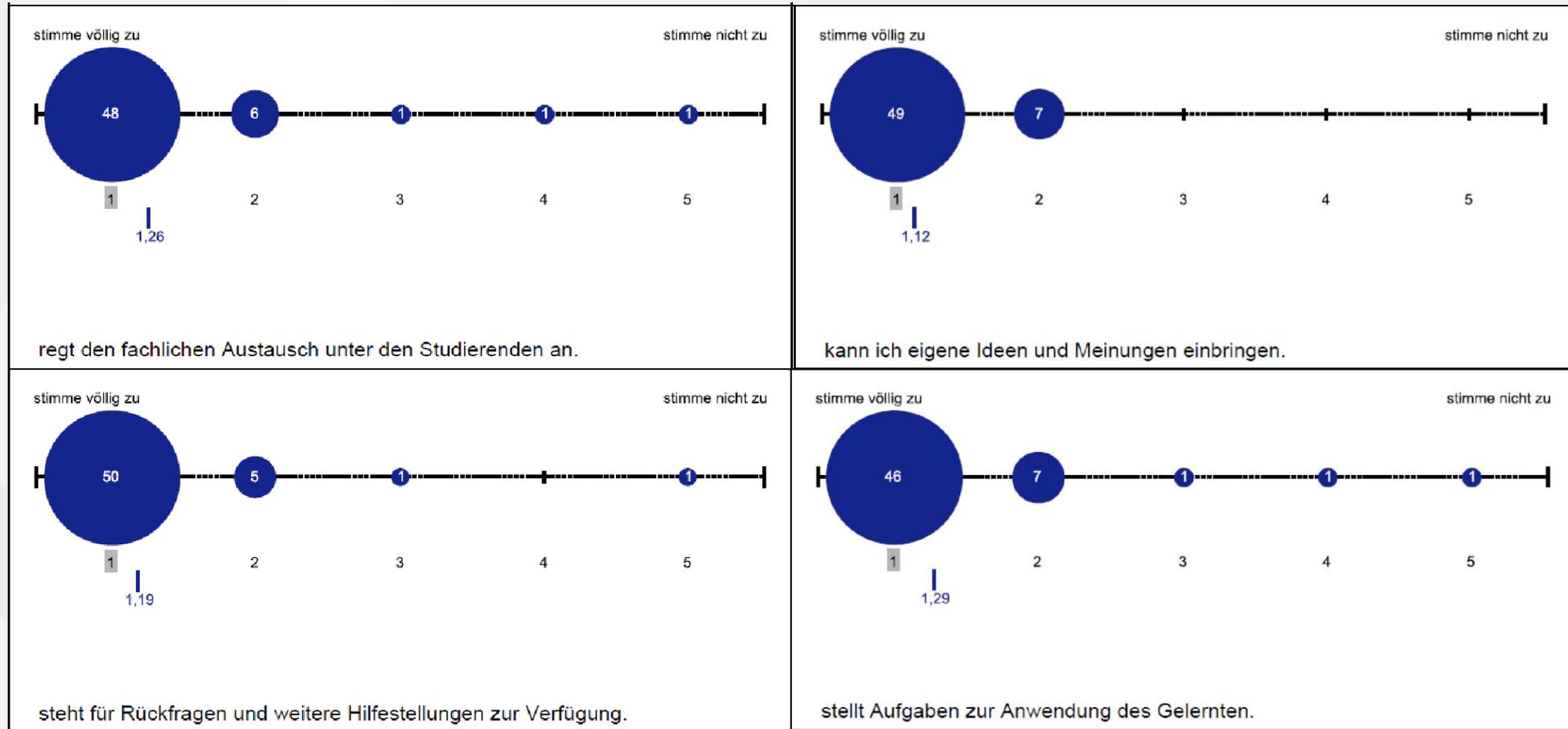
„Aufgrund der Marktumgebung, die sich durch die Digitalisierung permanent wandelt, ist eine Weiterbildung im Bereich Digital Management & Marketing sehr zu empfehlen. Die Zertifikatskurse sind für mich eine hervorragende Möglichkeit, meine bisherigen Erfahrungen einzubringen und mich gleichzeitig in neue Gebiete einzuarbeiten. In den einzelnen Kursen werden aktuelle Themen diskutiert und Zukunftsszenarien aufgezeigt. Inspirierend finde ich insbesondere den Austausch mit den Dozenten und Kommilitonen – Kreative Denkansätze und Erfahrungen aus der Praxis stehen hier im Vordergrund.“



Tiana Kneifel:

- aktuelle Position: Marketing Managerin WMF Group
- Bachelor of Science Business Administration und Master of Arts Fashion Retail and Luxury Management

Auszug aus den Lehrevaluationen des letzten Semesters



Systemakkreditierung & Qualitätsmanagement

- Die **HfWU** hat die international anerkannte Systemakkreditierung durch den Akkreditierungsrat erfolgreich durchlaufen und ist daher **AQAS zertifiziert**.
- Das **Digital-MBA- & Studienprogramm** hat alle Stufen dieses Systems der Qualitätssicherung nach den entsprechenden Vorgaben mit Erfolg absolviert und ist auf dieser Basis **akkreditiert**.
- Das Programm unterliegt einem kontinuierlichen und systematischen **Qualitäts-Monitoring**.
- Die Weiterentwicklung des Programms wird durch einen mit hochkarätigen Vertretern aus Wissenschaft und Praxis besetzten **Beirat** unterstützt und sichergestellt.
- Vollständige **Evaluation aller Lehrveranstaltungen** und aller Dozenten durch Studierende im Digital-MBA-Programm mit durchgängig sehr guten Bewertungs-durchschnitten.

Akkreditierungsurkunde

Interne Akkreditierung

Gemäß der Satzung der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen zur Regelung der Umsetzung des Qualitätsmanagements im Bereich Studium und Lehre vom 22. Juni 2020 (§ 12-15) sowie der 2. Änderungssatzung vom 01. Februar 2022 spricht das Rektorat der HfWU

dem Studienprogramm

**Digital Business & Leadership/ Digital Management
& Analytics/ Digital Marketing & Sales/ Digital
Operations Management,
Master of Business Administration (MBA)**

auf Basis

- des Gesprächs mit Studierenden vom 18.11.2021
- des Qualitätsdialogs vom 24.01.2022 und der zugehörigen Dokumente
- des World Cafés vom 17.02.2022
- der Vereinbarung vom 08.03.2022

die interne Akkreditierung bis zum 28.02.2027 aus.



Nürtingen, den 30.07.2022



Professor Dr. Andreas Frey
Rektor

Platzierung & Bewertung auf StudyCheck

- Die HfWU belegt in Baden-Württemberg den **4. Platz** und ist damit vor allen privaten Hochschulen steht – ein beeindruckendes **Top-5% Ergebnis!**
- Bundesweit zählen wir zu den besten 25 Hochschulen, was uns vor allen privaten Hochschulen in die **Top-7%** katapultiert
- Im Vergleich zu Universitäten liegen wir damit noch immer im hervorragenden **Top-8%** Bereich
- Unser **Digital-MBA Programm** sticht besonders hervor und rangiert an der HfWU in **Top-3** von über 50 verschiedenen Studienprogrammen!
- Schaue auf unserem StudyCheck Profil vorbei: [Digital Master of Business Administration \(MBA\)](#)



Beirat der Digital Business School

Dr. Andreas Albath



ehem.
Vorstand/ CEO
telegate Media
AG &
Unternehmer/
Investor

Ralph Buchen



Alumni MBA
Dig. Mgmt. &
Marketing &
Experte B2B
Marketing &
Sales in
Software-
Branche

Helen Yuanyuan Cao



Researcher
Washington
University St.
Louis und
Chief Operating &
Innovation Officer
bei INDICAL
Bioscience
(ehemals Qiagen)

Prof. Dr. Claus Gerberich



ehem.
Vorstand
ADIDAS AG
und
Unternehmer/
Senior Advisor

Dr. Martin Handschuh



PostDoc Harvard
University und
Partner & GF
e.venture
consulting,
ehemals Partner
Kearney + Dozent
an der HfWU

Prof. Dr. Michael Hepp



Professor an der
HFU, ehem. CIO/
VP Digital
Business &
Transformation
der Walter AG +
Dozent an der
HfWU

Prof. Dr. Markus Mändle



Prorektor
HfWU &
Direktor
Institut für
Kooperations-
wesen

Anja Pflumm



Alumni MBA
Dig. Mgmt. &
Marketing &
Digital
Marketing
Managerin bei
Bauknecht/
Whirlpool

Christine Rittner



Business
Angel, ehem.
Global CHRO
& Vorständin
Lidl, Top 40
unter 40 von
Capital

Steffen Vietz



Unternehmer
im
Einzelhandel
und
Technologieber-
atung, ehemals
Airbus

Überfachliche Betreuung und Unterstützung im Digital MBA

Leaderfy Simulation Game

Im Spiel übernehmen die Teilnehmenden eine Führungsrolle in einem interdisziplinären Produktteam. Über einen fiktiven Spielzeitraum müssen sie ihren eigenen Führungsstil im Umgang mit zahlreichen typischen Führungsherausforderungen finden. Über das Leaderfy Simulation Game:

- Führungsentwicklung wird gamifiziert, adaptiv und realitätsnah.
- In der innovativen Führungssimulation können Lernende das eigene Führungsverhalten in komplexen, realitätsnahen Situationen erproben und reflektieren.
- Durch den elaborierenden Lernprozess werden kontinuierlich die komplexen Zusammenhänge zwischen den Führungsinhalten hergestellt, wodurch die Führungskompetenz des Teilnehmenden stetig zunimmt.
- Der adaptive Ansatz verbindet das Experimentieren mit unterschiedlichen Führungsstilen und die Auseinandersetzung mit der eigenen Führungspersönlichkeit.
- Die starke Modellfundierung ermöglicht die Anwendung einer großen Bandbreite an Führungstheorien und -konzepten in einem risikofreien Lernraum.



Seminar (Digital) Research-Methoden



Lernziele/ -inhalte:

- Literaturrecherche-Vorgehen/-Strategien
- Anwendung von Theorien im Bereich Digital Management
- Kompetenzaufbau empirische und qualitative Forschungsmethoden



Prof. Dr. Carsten Herbes:

- Professor für International Management und Erneuerbare Energien an der HfWU Nürtingen-Geislingen
- Leitung des Institutszentrums für Angewandte Forschung (IAF)
- Leiter des Institute for International Research on Sustainable Management and Renewable Energy (ISR)
- Langjährige Erfahrung als Senior Manager bei Roland Berger und als Vorstand eines Bioenergie-Unternehmens

Forschung am Digital Business Institute

5 Peer Reviewed Journal Artikel, eigenes SpringerGabler Herausgeberwerk,
3 weitere Zeitschriftenbeiträge, 8 Buchbeiträge*, 1 Studie und 13 Fachvorträge



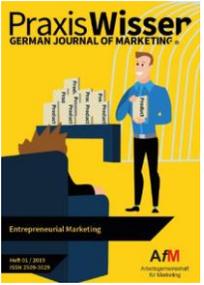
„Next-Gen Metaverse Customer Experience“
(02/2024)



„Erfolgsmerkmale des B-to-B-Digital-Brand-Marketings“
(04/2023)



„Potenziale für den Einsatz von Voice-Commerce entlang der Customer Journey“
(02/2022)



„Disruptives Marketing: Nutzung der innovativen Vermarktungsansätze von Start-Ups durch Großunternehmen“
(01/2019)



„Fin Sales Tech: Artificielle Intelligenz im Marketing und im Vertrieb von Kapitalmarktprodukten“
(04/2018)

>710.000 Downloads
-> Neuauflage in 2024/25 geplant



Herausgeberwerk:
„Digitales Management & Marketing – So nutzen Unternehmen die Marktchancen der Digitalisierung“
im SpringerGabler mit 6 eigenen Beiträgen + 24 Beiträgen von > 10 Professoren/ PostDocs und > 20 Experten aus der Praxis (11/2021):
<https://www.springer.com/de/book/9783658337308>

„Von innovativen Arbeitswelten: 5.4 Metaversum – Interview mit Prof. Dr. Stefan Detscher“, Hrsg. M. Swoboda, SpringerGabler, (2022)



„KI-basierte Anwendungen im digitalisierten Sales Funnel nutzen“ (02/2021)
„Was die „Etablierten“ von den „Jungen“ lernen können“ (04/2019)
„Mit AAA-Vertrieb innovative Energielösungen verkaufen“ (11/2018)

* inkl. des schon angenommenen und bei SpringerGabler in Q3 erscheinenden Buchbeitrags „Digitalisierung von Unternehmen - Aufbau von Digitalkompetenzen als Erfolgsfaktor“

Schnuppervorlesungen & Digital Management Talks

Schnuppervorlesungen

Wir bieten in ausgewählten Kursen die Möglichkeit als Gasthörer in eine Vorlesung „reinzuschnuppern“.

Alle Schnuppervorlesungen und die Anmeldung dazu sind [hier](#) zu finden.

Bei Präsenz-Vorlesungen ist eine Präsenz-Teilnahme in Nürtingen möglich, während bei Online-Vorlesungen eine Online-Teilnahme über Zoom erfolgt.

Digital Management Talks

Vortrags-/Austauschabende zu digitalen Management-Themen –virtuell, oder vor Ort mit spannenden Firmenvertretern.

Nächster Termin:
Frühjahr 2024 (Adrian Blockus von Google)

Termine und weitere Infos werden unter www.digital-management-talks.de veröffentlicht.
Die Teilnahme an den Events ist kostenfrei.