

Zweiter Digital-Master- Grad/ „Doppelabschluss“

in fünf MBA- & zwei M.Sc.-Fachrichtungen



Welche zusätzliche Abschlussmöglichkeit gibt es?

Zweiter Master-Grad/ „Doppelabschluss“ in einer weiteren Master-Fachrichtung

- Master-Zusatzabschluss durch Zusatzbelegung von nur 1-3 Kursmodulen in fünf MBA-Fachrichtungen und zwei M.Sc. Fachrichtungen
- Überwiegend **1-3 Module** aus jeweiliger/m zweiter/m Fachrichtung/ Abschluss zu belegen – (teilweise) schon im 4. Sem. parallel zur Thesis oder später
- Gebühren:
EUR 1.150, 2.250 oder 3.250
(plus ggf. jeweils EUR 1000 für weitere bzw. EUR 500 für Reflexionspapier)
+ Prüfungsgebühr von EUR 200

- **Antrag auf Zulassung über Weiterbildungsakademie während oder nach dem Master-Erst-Studium**
- Während erstem Master-Studium formal erstmal nur Kursbelegung und Zulassung zu Master-Doppeldiplom + Kursanrechnung mit Erhalt erstem Master-Abschluss

Weitere Infos unter: [Doppelabschluss Digital-Master](#)

Anmeldung und Antrag auf Zulassung an der HfWU für den Doppelabschluss des Digital-MBA-Programms (Externenprüfung § 33 LHG)

Bewerbung für eine weitere Fachrichtung § 5 Abs. 5

Digital Business & Leadership
 Digital Marketing & Sales
 Digital Operations Management
 Digital Management & Analytics
 Digital & Sustainable Management

Start Sommersemester 20____
 Start Wintersemester 20____

1. Anmeldung

Anrede: Herr Frau Divers keine Angabe

Nachname: _____
Vorname: _____
Straße, Hausnummer: _____
PLZ: _____ Ort: _____
Geburtsdatum: _____ Geburtsort: _____
Staatsangehörigkeit: _____
Telefon: _____ Mobil: _____
E-Mail privat: _____ E-Mail geschäftlich (optional): _____

Hiermit melde ich mich an der HfWU Akademie e.V. auf Grundlage der mir bekannten Externenprüfungsordnung (EPO) in der jeweils geltenden Fassung und den nachfolgenden Vertragsbedingungen an.

Die Zulassung oder die vorläufige Zulassung zur Externenprüfung an der HfWU ist Grundlage für das Zustandekommen dieses Vertrags.

Zur Externenprüfung kann zugelassen werden, wer folgende Voraussetzungen erfüllt:

1. Einen abgeschlossenen MBA Digital Business & Leadership oder MBA Digital Marketing & Sales oder MBA Digital Operations Management oder MBA Digital Management & Analytics der HfWU (Prüfungsordnung ab Studienbeginn WiSe 2022/23, gültig ab 01.09.2022) oder
2. einen abgeschlossenen MBA Digital Business, Management & Leadership oder MBA Digital Management, Marketing & Sales der HfWU (Prüfungsordnung ab Studienbeginn SoSe 2021, gültig ab 01.03.2021) oder
3. einen abgeschlossenen MBA Digital Management & Marketing der HfWU (Prüfungsordnung ab Studienbeginn SoSe 2019, gültig ab 01.03.2019).
4. Nachweis einer hinreichenden Vorbereitung auf die Externenprüfung durch Teilnahme an den Vorlesungen der beantragten Fachrichtung.

Stand 10/2025 Seite 1 von 8

Modulübersicht Digital MBA ab WiSe 26/27

Kernmodule (für alle Fachrichtungen, 42 ECTS)				
Digital Business Model Innovation & Entrepreneurship **		AI Application Workshop		
Digital & AI based Technology & Law		AI & Immersive Web Based Customer Experience Management		
Digital Transformation & Sustainable Change Mgmt.		Design Thinking & User Experience Management		
Digital & AI based Product, Process & Project Management *				
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 Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.
Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.	Data-based B2B Business Models & Platforms		Web & People Analytics	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	Digital Sales & E-Commerce
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

Neues Modul im Curriculum!

Bis zu 2 Fremdmodule für MBA bei Verfügbarkeit Wechsel der Fachrichtung und Doppelabschluss möglich

neu im Curriculum * Kurs „Digital Entrepreneurship & Value-based Start-Up Management anrechenbar ** Fokus und Bezeichnung angepasst

Doppelabschluss in einer von fünf MBA-Fachrichtungen

1. MBA Abschluss	Digital & Sustainable Management (DNX)				Digital Business & Leadership (DLX)				Digital Operations Management (DOX)				Digital Management & Analytics (DAX)			Digital Marketing & Sales (DSX)				
Anzahl weiterer Kurse*	2 weitere Kurse	3 weitere Kurse	3 weitere Kurse	3 weiterer Kurse	2 weiterer Kurs	1 weiterer Kurs	2 weitere Kurse	2 weitere Kurse	3 weiterer Kurs	1 weitere Kurse	1 weitere Kurse	3 weiterer Kurs	3 weiterer Kurs	2 weitere Kurse	1 weitere Kurse	2 weitere Kurse	3 weitere Kurse	2 weitere Kurse	3 weitere Kurse	2 weitere Kurse
	DLX	DOX	DAX	DSX	DNX	DOX	DAX	DSX	DNX	DLX	DAX	DSX	DNX	DLX	DOX	DSX	DNX	DLX	DOX	DAX

* Bei regulärer Belegung der jeweiligen Fachrichtungsmodulare – mind. jedoch 1 weiterer Kurs

Zweiter Abschluss in einer von zwei M.Sc.-Fachrichtungen

MBA als 1. Abschluss	Digital & Sustainable Management		Digital Business & Leadership		Digital Operations Management		Digital Management & Analytics		Digital Marketing & Sales	
Anzahl weiterer Kurse *	4 <small>weitere Kurse</small>	3 <small>weitere Kurse</small>	3-4 ** <small>weitere Kurse</small>	1 <small>weiterer Kurs</small>	2-3 ** <small>weitere Kurse</small>	2-3 *** <small>weitere Kurse</small>	1 <small>weiterer Kurs</small>	1 <small>weiterer Kurs</small>	2 <small>weitere Kurse</small>	1 <small>weiterer Kurs</small>
M.Sc. als 2. Abschluss	AI & Data Science	Dig. Bus. Mgmt.	AI & Data Science	Dig. Bus. Mgmt.	AI & Data Science	Dig. Bus. Mgmt.	AI & Data Science	Dig. Bus. Mgmt.	AI & Data Science	Dig. Bus. Mgmt.

+ Reflexionspapier zur MBA-Abschlussarbeit

* bei regulärer Belegung der jeweiligen Fachrichtungsmodulen und Nutzung von 2 Fremdmodulen, mind. jedoch 1 weiterer Kurs

** weniger Kurse bei Zulassung erster MBA ab/nach WiSe 25/26, mehr Kurse bei Zulassung MBA bis SoSe 25

*** mehr Kurse bei Zulassung erster MBA ab/nach WiSe 25/26, weniger Kurse bei Zulassung MBA bis SoSe 25

2. Abschluss für MBAler in M.Sc. AI & Data Science

Kompetenzfelder	Kurs-Module (10 x 6 ECTS)	
AI & Digital Technologies	AI/ Digital Technology & Law	AI Application Workshop
AI in Business	AI Based Customer Experience Management	Digital Controlling, Business Analytics & Robotic Process Automation
Data Management & Methods	Data Modeling for AI	Data Management & Visual Analytics
Analytics Application	Machine Learning & Big Data Analytics	Web & People Analytics
Digital Management	Digital Business Management Wahlpflichtmodul I	Digital Business Management Wahlpflichtmodul II
Digital Quantitative Research	Master Thesis & Digital Quantitative Research Seminar (24 ECTS + 6 ECTS)	
Abschluss: Master of Science Artificial Intelligence & Data Science (90 ECTS)		

Zweiter M.Sc. Abschluss „M.Sc. AI & Data Science“ mit nur zusätzlichem Modul „Data Modelling for AI“ + Reflexionspaper (= ab EUR 1.150 + EUR 200 Prüfungsgebühr + EUR 500 Prüf- & Betreuungsgebühr für Reflexionspaper und Anerkennung Gleichwertigkeit der Masterarbeit) *

->Siehe weitere Infos im [Modulhandbuch](#)

* Bei 1. Abschluss „MBA Digital Management & Analytics“ mit Zulassung ab/nach WiSe 25/26

Kurs AI Application Workshop/ KI-Werkstatt = neu im MBA-Curriculum seit WiSe 25/26 und als Doppelabschlusskurs nutzbar

im
WiSe 26/27 + SoSe27

AI Application Workshop/ KI-Werkstatt

In diesem Kurs werden für eine Problemstellung aus dem Arbeitsumfeld eine KI/ Advanced Analytics basierte Lösung entwickelt und idealerweise prototypisch umgesetzt.

Qualifikationsziele des Kurses:

- Potentiale für KI Anwendungen in eigenen Datensätzen und Prozessen erkennen
- Einen Umsetzungsplan für KI Anwendungen aufstellen
- Das Ökosystem für KI Anwendungen verstehen
- Wissen aus Impulsvorträgen und anderen Veranstaltungen in praktische Umsetzung übertragen
- Prompt- & Content Engineering

[Video zur 1. Teil-Kursvorstellung](#)

[Video zur 2. Teil-Kursvorstellung](#)

+

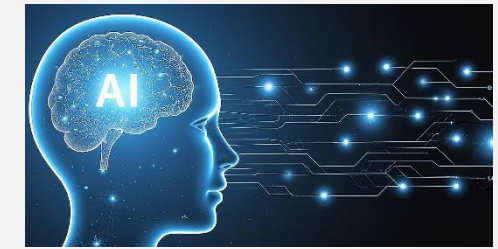
Zwei weitere Kurse mit starken KI-Bezug aus Curriculum

Die folgenden Kurse stehen hierbei mit hohem KI-Bezug zur Auswahl*:

- [Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.](#) (ab 08.05.26)
- [Design Thinking & User Experience](#) (ab Oktober 26)
- [Search Engine, Performance Marketing & Web Analytics](#) (ab Oktober 26)*
- [Digital Supply Chain Management](#) (ab Oktober 26)
- [Data Management & Visual Analytics](#) (ab Oktober 26)
- [Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management](#) / IoT, Industrie 4.0 & Innovation Mgmt. (ab Oktober 2026)
- [AI & Immersive Web based Customer Experience Management](#) (ab Oktober 26)
- [Digital Technology & Law](#) (ab Oktober 26)
- [Web & People Analytics](#) (ab Oktober 26)*
- [Machine Learning & Big Data Analytics](#) (ab März 27)
- [Digital Controlling & AI based Process Automation](#) (ab März 27)
- [Social Media, Content & Influencer Marketing](#) (ab März 27)
- [Digital & AI based Product, Process & Project Management](#) (ab März 27)

=

Zertifizierte/r KI- Manager/in



- 3 Kurse/ 18 ECTS
- 1-2 Semester Dauer (flexibel selbst gestaltbar)
- Aufbau Fachkunde nach Art. 4 KI-VO
- Kosten: 1.450 + 2x 1.375 EUR + 100 EUR Prüfungsgebühr
- im Rahmen des MBAs und M.Sc. (ohne Mehrkosten)

*Die Module „Web & People Analytics“ und „Search Engine, Performance Marketing & Web Analytics“ sind **nicht kombinierbar** für den Erwerb des Zertifikats „Zertifizierter KI-Manager (HfWU Akademie)“.

Weitere Infos unter www.ki-manager.pro

Kurs Data Modelling for AI

= neu im M.Sc.-Curriculum als Doppelabschlusskurs +
Zusatz-Zertifikat „Data Scientist & Analytics Manager“

im
WiSe 26/27

Data Modelling for AI

Dieser Kurs soll Kompetenz im Bereich der Datenmodellierung für KI-Anwendungen vermitteln.

Qualifikationsziele des Kurses:

- Fähigkeit, Datenstrukturen, Algorithmen und objektorientierte Konzepte zur Modellierung von Daten zu nutzen
- Anwendung von Python für die Vorverarbeitung, Analyse und Visualisierung von Daten im Kontext von KI- und ML-Anwendungen
- Fähigkeit, fortgeschrittene statistische Konzepte und Methoden in der Datenanalyse und im Kontext von KI-Modellen anzuwenden
- Verständnis und Anwendung multivariater Verfahren zur Beschreibung, Modellierung und Prognose komplexer Datenbeziehungen
- Entwicklung eines fundierten Verständnisses für die statistische Fundierung von Machine-Learning-Methoden

-> Weitere Infos folgen unter www.data-science-analytics.pro, Programm ist neu konzipiert und startet voraussichtlich im Frühjahr 2026

Zwei weitere Kurse im Bereich Data Science & Analytics

Die folgenden beiden Kurse würden zusätzlich noch absolviert werden:

- [Machine Learning & Big Data Analytics](#) (ab März 27)
- [Data Management & Visual Analytics](#) (ab Oktober 26)

„Zertifizierte/r Data Scientist & Analytics Manager/in“



- 3 Kurse/ 18 ECTS
- 1-2 Semester Dauer (flexibel selbst gestaltbar)
- Gebühren: EUR 1.450 (Kurs: Data Modeling for AI) + jeweils EUR 1.375 für die zwei weiteren Kurse + EUR 100 einmalige Prüfungsgebühr oder im Rahmen des M.Sc. AI & Data Science (ohne Mehrkosten)

Weiter Master für MScler in einer von fünf MBA-Fachrichtungen

1. Master Abschluss	M.Sc. AI & Data Science				
Anzahl weiterer Kurse *	5 weitere Kurse	4 weitere Kurse	4 weitere Kurse	2 weiterer Kurse	4 weitere Kurse
2. Master Abschluss MBA	MBA Digital & Sustainable Management	MBA Digital Business & Leadership	MBA Digital Operations Management	MBA Digital Management & Analytics	MBA Digital Marketing & Sales

* Jeweils Nutzung der gemäß Prüfungsordnung maximal optimierten Wahlmodule und Fremdmodule!

-> Bitte Studienberater kontaktieren für Beratung bzgl. „Optimierung“

Promovieren mit der Digital Business School

Dein nächster akademischer Schritt

- Unsere Partnerhochschulen und -universitäten bieten Dir den nächsten akademischen Schritt: Flexible Promotionsstudiengänge mit starkem Praxisbezug – ideal für Berufstätige und MBA-Alumni!
- **Universitäres Hochschulinstitut Schaffhausen (HSSH)** (Schweiz):
 - [Dr. rer. soc. oec. \(Doktor der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften\)](#)
 - [PhD \(Doctor of Philosophy\)](#)
- **Privatuniversität Schloss Seeburg** (Salzburg, Österreich):
 - [Dr. rer. soc. oec. \(Innovation & Creativity Management\)](#)
- **Triagon Academy** (Online Face-to-Face Studium):
 - [DBA \(Doctor of Business Administration\)](#)

Deine Vorteile auf einem Blick

- ✓ Berufsbegleitende Studienformate – flexibel & ortsunabhängig
- ✓ Praxisnahe Forschung mit Relevanz für Wirtschaft & Gesellschaft
- ✓ International anerkannte akademische Abschlüsse
- ✓ Persönliche Betreuung durch erfahrene Wissenschaftler:innen & Praktiker:innen

Ansprechpersonen

Infos & Formulare in Fuxam und unter:
<https://www.hfwu.de/studium/studienangebot/fb/digital-mba-studienprogramm/doppelabschluss/>

Wissenschaftliche Leitung & Firmenpartnerschaften



Prof. Dr. Stefan Detscher

- Geschäftsführender Direktor Digital Business Institute
- Wissenschaftlicher Leiter Digital-Master- & 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 C110 | Raum 343

Sigmaringer Str. 25

72622 Nürtingen



Studienberatung



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.master-ai-datascience.de

www.hfwu.de/dmx

Studienberatung



Nils Veith

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

Tel.: 0152 / 9751691



Nils.veith@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen:

<https://calendly.com/nils-veith-hfwu-dbs/30min>

www.master-ai-datascience.de

www.hfwu.de/dmx

Anmeldung & Organisation



Susanne Liemer

- Seminarmanagerin
- Mitarbeiterin der HfWU Akademie

Tel.: 07022 / 201-401

susanne.liemer@hfwu.de

HfWU Akademie

an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Neckarsteige 6-10

72622 Nürtingen



Anhang:

Infos pro MBA-Fachrichtung +
Frequenz Kursmodule
+ Info Zusatzgrad „M.Sc. Dig. Bus. Mgmt.“



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

Lernziele

- Methoden für Change-Management und Führung in **digitalen und nachhaltigen Transformationen** erlernen
- Entwicklung eines **Managementverständnisses**, das Wirtschaft, Ethik, Umwelt und Digitalisierung verbindet
- Entwicklung eines tiefen Verständnisses für **Nachhaltigkeitsprinzipien und -instrumente**
- Strategien, um **digitale Innovationen** in Geschäftsprozesse zu integrieren & nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln

SPEZIAL MBA & EXECUTIVE MBA

„Profilbildung **HILFT**“

Neuer Studiengang verbindet digitales mit nachhaltigem Management

Die Digital Business School an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) in Nürtingen-Geislingen hat ihr berufsbegleitendes „Digital-MBA“-Studienprogramm um die Fachrichtung „Digital & Sustainable Management“ erweitert. Darüber sprach Katrin Starke mit Prof. Stefan Detscher, dem wissenschaftlichen Leiter der Digital-MBA-Studienprogramme der HfWU.

WAMS: Mit der Fachrichtung „Digital & Sustainable Management“ haben Sie Ihren Digital-MBA um eine fünfte Fachrichtung erweitert. Weshalb?

DETSCHER: Die große Transformation in Wirtschaft und Gesellschaft umfasst die digitale und die nachhaltige Transformation. Beides wollten wir in einer Fachrichtung abbilden. Denn das Instrument, um mehr Nachhaltigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft zu bringen, ist die Digitalisierung – ob es nun um eine Technologie zur Lieferkettennachverfolgung geht oder um ein Energiemanagement in Produktion und Haushalt zur Reduktion des Kohlendioxidausstoßes. Fachbereiche wie „Sustainable & Innovation Management“ oder „Sustainable Technology Management“ gibt es an einigen deutschen Hochschulen. Für die Ausrichtung auf „Digital & Sustainable Management“ haben wir eine Lücke gesehen – und der Bedarf ist da. Sowohl von Unternehmen als auch von Studierenden gab es große Nachfrage, was nicht überrascht: Immer mehr Unternehmen bauen Sustainable-Management-Bereiche auf. Auf dem Arbeitsmarkt sind die Chancen also bestens.

WAMS: Wie fügt sich die neue Studienrichtung in das Studienprogramm Digital-MBA ein?

DETSCHER: Der gesamte MBA hat zwölf Module. Die ersten sieben davon sind Kernmodule des digitalen Managements. Im zweiten Semester beginnt die Spezialisierung. Da geht es in der Vertiefungsrichtung „Digital & Sustainable Management“ unter anderem um die Prinzipien eines nachhaltigen Managements und die Umsetzungsfelder oder darum, wie Innovationen in Sachen Nachhaltigkeit initiiert und nachhaltige Produkte vermarktet werden können.

WAMS: Mit dieser Ausrichtung wird ein bereits spezialisierter Studiengang noch weiter spezialisiert ...

DETSCHER: Ja, das entspricht auch der Entwicklung am Markt. Vor zehn Jahren gab es viele generalistische MBA-Programme. Geht man heute über eine Master-Messe, findet man fast nur noch spezialisierte MBAs. Das macht aus meiner Sicht auch Sinn. Denn die Leute, die sich für einen MBA entscheiden, haben bereits Erfahrung in der Arbeitswelt und möchten nun Führungsverantwortung übernehmen – und genau da hilft eine Spezialisierung. Der MBA trägt zur Profilbildung bei. Wer sich mit einem spezialisierten MBA-Abschluss um einen Posten im Management bewirbt, kann mit exakt auf die Stelle zugeschnittenem Know-how punkten.

WAMS: Arbeiten die Studierenden während des berufsbegleitenden Studiums weiter in Vollzeit?

DETSCHER: Die meisten haben 100-Prozent-Stellen. Die Unternehmen wollen nicht auf ihre Fachkräfte verzichten. Die Studierenden selbst wollen das auch – nicht zuletzt aufgrund gestiegener Lebenshaltungskosten. Für den Studiengang sind pro Semester 4.750 Euro fällig, insgesamt 19.000 Euro. Dazu kommt die Prüfungsgebühr von 200 Euro. Die Hälfte unserer Studierenden sind Selbstzahler. Die andere Hälfte bekommt vom Arbeitgeber eine Teil- oder Vollförderung.

WAMS: Ein Studium „nebenbei“ kann sehr kräftezehrend sein ...

DETSCHER: Durchhaltevermögen ist schon erforderlich. Da ist das Studium bereits eine gute Schule in Sachen Stress- und Zeitmanagement. Außerdem unterstützen wir durch Beratungen und persönliche Coachings. Und: Ohne Mehrkosten kann das auf vier Semester angelegte Studium auf bis zu sieben Semester ausgedehnt werden. Gerade junge Eltern nutzen dieses Angebot gern.

Module 2. MBA

Digital & Sustainable Management

Principles of Sustainability Management

WiSe 26/27



Lernziele/ -inhalte:

- Konzept der Nachhaltigkeit verstehen
- Einführung von Nachhaltigkeitsmanagement und -berichterstattung
- Nachhaltigkeitsstrategie
- GRI/ Nachhaltigkeitsberichterstattung

Innovation & Entrepreneurship For Sustainability Management

SoSe 26



Lernziele/ -inhalte:

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

Sustainability Marketing

SoSe 27



Lernziele/ -inhalte:

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

Trend Topics Sustainability Management

WiSe 26/27



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital Leadership & Agile Management

SoSe 27



Lernziele/ -inhalte:

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

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

Lernziele

- **Agiles Management und Führung**
- Gestaltung moderner Arbeitswelten mit Einsatz von **New Work Ansätzen und Tools**
- **Data-driven Leadership**
- Entwicklung von **digitalen Employer Branding Strategien** und **Social Recruiting Konzepten**
- Management digitaler Geschäftsmodelle

Module 2. MBA

Digital Business & Leadership

Digital Leadership & Agile Management

SoSe 27



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

Digital HR Management

WiSe 26/27



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital Sales & E-Commerce

WiSe 26 /27



Lernziele/ -inhalte:

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

Data-based B2B Business Models & Platforms

WiSe 27/28



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

Digital Business Planning, Steering & Valuation

WiSe 26/27



Lernziele/ -inhalte:

- Ableitung von Wert- und Wachstumstreibern von (digitalen) Geschäftsmodellen
- Aufbau einer treiberbasierten Business Planung
- Forecasting, Reporting und Performance Management
- Bewertung von digitalen Geschäftsmodellen mit DCF und Venture Valuation Ansätzen

Fachrichtung Digital Operations Management



Primäre Zielgruppe

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

Lernziele

- **Entwicklung datenbasierter Geschäftsmodelle**
- Anwendung von **Process Mining, Data Analytics und Automatisierungskonzepten** zur Effizienzsteigerung in betrieblichen Abläufen.
- **Steuerung und Bewertung digitaler Geschäftsmodelle**
- Einsatz moderner Technologien wie **Internet of Things, Blockchain, RFID und Industrie 4.0/ 5.0** für Supply Chain Management und Logistik.

Module 2. MBA

Digital Operations Management

Digitalization of Indus. Value Chains & Innovation Mgmt.

WiSe 26/27



Lernziele/ -inhalte:

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



Digital Supply Chain Management

WiSe 26/27



Lernziele/ -inhalte:

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



Data-based B2B Business Models & Platforms

WiSe 27/28



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

Digital Controlling & AI Based Process Automation

SoSe 27



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung des Controlling
- Data Science, Data Analytics, Business Analytics
- Process Mining & Optimization Tools
- Künstliche Intelligenz: Einführung und Anwendungen

inkl. zwei Zertifizierungen der

UjPath Academy



Digital Business Planning, Steering & Valuation

WiSe 26 /27



Lernziele/ -inhalte:

- Ableitung von Wert- und Wachstumstreibern von (digitalen) Geschäftsmodellen
- Aufbau einer treiberbasierten Business Planung
- Forecasting, Reporting und Performance Management
- Bewertung von digitalen Geschäftsmodellen mit DCF und Venture Valuation Ansätzen

Fachrichtung Digital Management & Analytics



Primäre Zielgruppe

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

Kernlernziele

- Praxisorientierte Technologie-Anwendung mit **Fokus auf KI**
- Unterstützung datengetriebener Entscheidungen durch **Big Data** basierte **Advanced Analytics** und **Visual Analytics**
- Anwendungsorientierte Entwicklung und Anwendung von **Machine Learning-Methoden, LLMs** und **generativer KI**
- Optimierung und **Automatisierung** von **Unternehmensprozessen (RPA)**
- Einsatz von Applikationen wie u.a. UI Path, Power Automate, Power BI, Microsoft Azure und Knime

Module 2. MBA

Digital Management & Analytics

**Digital Controlling & AI
Based Process Automation**

SoSe 27

**Machine Learning &
Big Data Analytics**

SoSe 27

**Digital Business Planning,
Steering & Valuation**

WiSe 26 /27

Web & People Analytics

WiSe 26 /27

**Data Management &
Visual Analytics**

WiSe 26 /27



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung des Controlling
- Data Science, Data Analytics, Business Analytics
- Process Mining & Optimization Tools
- KI-basierte Anwendungen, u.a. RPA-Tool UI Path

inkl. zwei Zertifizierungen der

UIPath Academy



Lernziele/ -inhalte:

- Maschinelles Lernen & Predictive Analytics
- Forecasting, Big Data Analytics (Text Mining, Image Mining)
- CRM Analytics: Use Cases, Einführung und Personalisierung
- Tooltraining Advanced Analytics Plattformen, u.a. KNIME



Lernziele/ -inhalte:

- Business Planning und Performance Management für digitale Geschäftsmodelle
- Venture Valuation mit Comparable Transaction- und Comparable Company-basiertem Multiple-Ansatz
- DCF-Bewertungsansätze, KPIs und Unit Economics für digitale Geschäftsmodelle



Lernziele/ -inhalte:

- Web / Google Analytics einsetzen können
- Durchführung der Basis-Zertifizierung für Google Analytics
- People Analytics, KI-basierte HR-Anwendungen

inkl. Zertifizierung in



Lernziele/ -inhalte:

- Data Architecture & Management, Cloud Computing (u.a. MS Azure)
- Datenexploration & Mustererkennung (u.a. Power Automate)
- Reporting & Visualisierung (u.a. Power BI)
- Informations- & Datenethik



* von WiSe 25/26 an: „Web & People Analytics“ als separates Modul in der Analytics-Fachrichtung, davor kombiniert als „Search Engine/Performance Marketing/ Web Analytics“, welches hierfür anrechenbar ist

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

Lernziele

- Praxisorientierter Einsatz von **Online-Marketing-Technologien** zur zielgerichteten Kundenansprache.
- Erarbeitung **datenbasierter Marketingstrategien** durch Web-, Google- und KI-basierte Social Media Analytics Tools.
- **Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen**
- **Optimierung von Multi-Channel-Vertriebsansätzen**, inklusive **Customer Journey Management**.
- Vertiefung im Bereich **E-Commerce** und **Marktplätze**

Module 2. MBA

Digital Marketing & Sales

**Advanced & Programmatic
Digital Marketing**

WiSe 26/27

**Digital Marketing Strategy,
Branding & Campaign Management**

SoSe 26

**Social Media, Content &
Influencer Marketing**

WiSe 27/28

**Search Engine/ Performance
Marketing & Web Analytics**

WiSe 26/27

Digital Sales & E-Commerce

WiSe 26/27



Lernziele/ -inhalte:

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



Lernziele/ -inhalte:

- Digitale/ KI-basierte (internationale) Marketingstrategien & Growth Hacking
- Digital (Global) Brand Building & Management, Online-Kanalmix-Strategien inkl. AI/ Metaverse, (weltweite) Kampagnenplanung und -simulation
- Digitales B2C- und B2B-Brand-Marketing, Globales Markenrollout Konzept



Lernziele/ -inhalte:

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



Lernziele/ -inhalte:

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

inkl. Zertifizierung in



Lernziele/ -inhalte:

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

Neues Kernmodul im MBA

Digital & AI based Product, Process & Project Management



- Data-Driven Product Strategy & AI-supported Requirements Engineering
- Process Mining mittels Low-Code/No-Code
- Modern Agile Delivery & Value Stream Management
- AI-based Predictive Steering, Governance & automatisiertes Reporting



Erstmalig im SoSe 27 +
dann jedes Semester!



Prof. Andrea Spielvogel:

- Professorin für KI in der Unternehmenspraxis
- Forschung zu verantwortungsvoller KI-Transformation und KI-gestützter Geschäftsmodellentwicklung durch Startups und Citizen Developer
- >20 J. Erfahrung in Business Innovation und digitaler Transformation in leitenden Funktionen – u.a. bei car2go und Daimler mobility



Christoph Raue:

- Consulting Director bei Zühlke mit Fokus auf digitale Strategie, KI und IT-Transformation
- Beratungsfokus auf der Schnittstelle zwischen Business und Technologie (Data, AI, digitale Geschäftsmodelle)
- Langjährige Führungsverantwortung in Linie und Programmsteuerung komplexer Digitalisierungsvorhaben
- Schwerpunkt auf digitalem und KI-basiertem Produkt-, Prozess- und Projektmanagement als strategischem Transformationshebel

2. Abschluss: M.Sc. Dig. Bus. Mgmt.

+ 2 Wahlmodule
+ 2 Fremdmodule
aus M.Sc. AI & Data Science

Competence Areas	Course Modules (10 x 6 ECTS)	
Digital Business	Digital Business Innovation	Digital Business Planning, Steering & Valuation
AI & Analytics	AI based Customer Experience Management	Machine Learning & Big Data Analytics
Web3 & Immersive Web	Blockchain Technology & Web3 based Business Models	Immersive Web & 3D-Technologies
Digital Leadership & Transformation	Digital Leadership	Digital Transformation
Digital Marketing & Sales	Digital Marketing	Digital Sales & E-Commerce
Digital Research	Master Thesis & Seminar (24 ECTS + 6 ECTS)	
Degree: Master of Science Digital Business Management (90 ECTS)		

Zweiter M.Sc. Abschluss „M.Sc. Dig. Bus. Mgmt.“ mit 3 zusätzlichen Modulen

(wenn für ersten M.Sc. beide Wahlmodule + beide Fremdmodule aus dem Programm genutzt wurden)

->Siehe weitere Infos im

[Modulhandbuch](#)

-> ebenfalls möglich von MBA mit 1-3 Modulen + Reflexionspaper der MBA-Arbeit