Hochschule
für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Zweiter Master-Grad/ „Doppelabschluss“

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

Prof. Dr. Stefan Detscher
Digital Business School @ HfWU

hfwu.de/dmx

2x Digital-MBA oder AI Leadership MBA + M.Sc.

2x Digital-MBA

Digital-MBA + weitere Fachrichtung

Fokus: **fachlich-funktional komplementäre KI- & Management-Kompetenzen**

AI Leadership MBA + M.Sc.

Zwei Abschlüsse – ein komplementäres Kompetenzprofil aus digitaler Transformationskompetenz & KI-/Daten-Know-how

Digital-MBA (in 5 Fachrichtungen) + **M.Sc. AI & Data Science**

Fokus: **digitales & KI-basiertes Management, Leadership & Transformation**

Fokus: **KI-technologische & Daten-analytische Skills**

Wie erreiche ich die zusätzlichen Masterabschlüsse?

2x Digial-MBA	AI Leadership MBA + M.Sc.	
Digital-MBA + weitere Fachrichtung	**Digital-MBA + M.Sc.**	**M.Sc. + Digital-MBA**
Zweitabschluss umfasst: **12 Module (Digital-MBA in weiterer Fachrichtung)** Anrechnung aus erstem Masterstudium: **bis zu 11 Module**	Zweitabschluss umfasst: **10 Module (M.Sc. AI & Data Science oder Digital Business Management)** Anrechnung aus erstem Masterstudium: **Maximal 9 Module, da mind. 1 zusätzliches Modul belegt werden muss für den Kompetenzaufbau** Ggf. mehr Module zusätzlich zu belegen, wenn **weniger Module deckungsgleich sind (bis zu 4 Module)**	Zweitabschluss umfasst: **12 Module (Digital-MBA in Wunschfachrichtung)** Anrechnung aus erstem Masterstudium: **Maximal 9 bis 10 Module** Ggf. mehr Module zusätzlich zu belegen, wenn **Data Modeling for AI belegt wurde, dann mind. 3, da das Modul im MBA-Curriculum nicht enthalten ist.**
Zusätzlich zu belegen **mind. 1 Modul**	Zusätzlich zu belegen **1 bis 4 Module + Reflection Paper ***	Zusätzlich zu belegen **mind. 2 bis 3 Module**

* gilt für beide M.Sc.-Programme. **Jeder Masterabschluss ist ein eigenständiger Abschluss**; maximal bis zu 2 Fremdmodule möglich.

Digital-MBA + zweiter MBA in weiterer Fachrichtung

Anrechnung aus erstem Masterstudium:
bis zu 11 Module

+

Zusätzlich mindestens
1 Modul *
Ggf. mehr, wenn …
weniger Module deckungsgleich sind

=

Zweitabschluss umfasst
12 Module (Digital-MBA in weiterer Fachrichtung)

1 **Kernmodule zählen für beide**
Die Kernmodule sind in allen fünf Fachrichtungen gleich.

2 **Überschneidungen nutzen**
Einige Fachrichtungsmodule gibt es in mehreren Fachrichtungen.

3 **Fremdmodule clever wählen**
Mit bis zu 2 Fremdmodulen lassen sich Module der zweiten Fachrichtung schon im Erst-Studium belegen.

Die fünf MBA-Fachrichtungen

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

* bei regulärer Belegung der jeweiligen Fachrichtungsmodule und Nutzung von 2 Fremdmodulen, ggf. mehr Module notwendig

Modulübersicht Digital-MBA

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**

Bis zu **2** Fremd-module nutzbar

Erststudium MBA → Zweitabschluss M.Sc.

AI Leadership
MBA + M.Sc.

Angerechnet aus dem MBA:	+	Zusätzlich zu belegen:	=	Zweitabschluss M.Sc. AI & Data Science:
bis zu 9 Module		**1 bis 4 Module + Reflection Paper ***		**10 Module + Reflection Paper**

Zusatzmodule planen

- Data Modeling for AI ist immer dabei
- Wahlpflichtmodul I + II und bis zu 2 Fremdmodule gezielt nutzen
- Studienberatung & DBS Luca unterstützen bei der Planung

Reflection Paper: zwei Wege

- Exposé im Master Research Seminar schreiben und bewerten lassen
- Reflection Paper nachträglich erstellen und bewerten lassen

→ Rechtzeitige Prüfungsanmeldung in SELMA nötig für Modul 110-010

Gleichwertigkeitsgutachten

- nach der Master-Thesis: Kurzgutachten zur Gleichwertigkeit der MBA-Masterarbeit nötig

Auch möglich: der englischsprachige M.Sc. Digital Business Management, ebenfalls mit Zusatzmodulen und Reflection Paper

* je nach Fachrichtung und Modulwahl; gilt für beide M.Sc.-Programme

Modulübersicht M.Sc. AI & Data Science

Kompetenzfelder	**Kurs-Module *(10 x 6 ECTS)***	
AI & Digital Technologies	Digital AI based 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** Master-Abschluss „M.Sc. AI & Data Science“ mit nur 1 bis 4 zusätzlichen Modulen*

Beispiel:
Zusatzmodul „Data Modeling for AI“ + Reflection Paper/Exposé
(= EUR 1.150
+ EUR 200 Prüfungsgebühr
+ EUR 500 Prüf- & Betreuungsgebühr für Reflection Paper und Anerkennung Gleichwertigkeit der Masterarbeit) *

->Siehe weitere Infos im Modulhandbuch

Erststudium M.Sc. → Zweitabschluss MBA

AI Leadership
MBA + M.Sc.

Angerechnet aus dem M.Sc.:	+	Zusätzlich zu belegen:	=	Zweitabschluss Digital-MBA:
9 bis 10 Module		**mind. 2 bis 3 Module ***		**12 Module**

1 **Individuell geprüft**
Was angerechnet wird, prüfen Studienberatung & DBS Luca individuell.

2 **Wahlmodule nutzen**
Wahl- und Fremdmodule im M.Sc. lassen sich schon auf den MBA ausrichten.

Wählbar: eine der fünf MBA-Fachrichtungen

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

* mind. 3 Module, wenn im M.Sc. „Data Modeling for AI“ belegt wurde (im MBA nicht anrechenbar);
Beispiel für eine Anrechnung: Digital HR Management kann für Web & People Analytics angerechnet werden

Zweiter Master-Grad: Gebühren & Vorgehen

Studiengebühren je nach Zusatzmodulen	
1 Modul	**1.150 EUR**
2 Module	**2.250 EUR**
3 Module	**3.250 EUR**
4 Module	**4.250 EUR**
+	
Prüfungsgebühr HfWU (einmalig)	**200 EUR**
Ggf. Reflection Paper + Gleichwertigkeitsgutachten Masterthesis (nur beim Zweitabschluss M.Sc.)	**500 EUR**

Beispiel MBA + M.Sc. AI & Data Science mit 1 Zusatzmodul:
1.150 + 200 + 500 = 1.850 EUR

Vorgehen zweiter Master-Grad in Schritten

1a **Anmeldeformular einreichen**
als PDF bei der HfWU-Akademie (siehe Website Downloads)

Nur wenn von MBA zu M.Sc.

1b **Master Research Seminar (110-010)**
fristgerecht über SELMA registrieren (WiSe: 20.11., SoSe: 10.05.)

1c **Exposé/Reflection Paper + Masterarbeit einreichen:**
Exposé im Rahmen des Research Seminars abgeben oder Reflection Paper + Masterarbeit für das Gleichwertigkeitsgutachten danach bei zugeteiltem Prof. (aktuell noch Prof. Stefan Detscher) fristgerecht einreichen -> ***siehe Detailablauf im Anhang***!

innerhalb desselben Grads (d.h. MBA+MBA od. M.Sc. + M.Sc.)

2 **Anrechnungsformular einreichen**
für Kurse und Masterarbeit beim Prüfungsausschuss (pa-fbf@hfwu.de)

Weitere Infos unter: Doppelabschluss Digital-Master

Bald zur Planung verfügbar: DBS Luca + SoSe 27 Vorlesungsplan



Verfügbar ab Dezember

Persönlicher Check für den zweiten Mastergrad

KI-basiert, entwickelt an der Digital Business School

- DBS Luca spielt die bisher belegten Kurse durch.
- Er zeigt, welche Module für den gewünschten zweiten Abschluss noch fehlen.
- So lassen sich Wahl- und Fremdmodule von Anfang an gezielt wählen.

Bis dahin hilft unsere Studienberatung persönlich weiter.

Ansprechpersonen

Wissenschaftliche Leitung & Firmenpartnerschaften



Prof. Dr. Stefan Detscher

Geschäftsführender Direktor Digital Business Institute

Wissenschaftlicher Leiter Digital Master- & Studienprogramme

Professor im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

07022 / 201-1056

stefan.detscher@hfwu.de

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen

Studienberatung



Florian Setka

Studienberater Digital Business School

Digital Marketing & Business Development Manager im Digital Business Institute

AI Leadership MBA + M.Sc. Student

0151 / 22238252

florian.setka@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen



Nils Veith

Studienberater Digital Business School

Digital Marketing & Business Development Manager im Digital Business Institute

AI Leadership MBA + M.Sc. Student

0152 / 59751691

nils.veith@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen



Leonie Möck

Studienberaterin Digital Business School

Digital Marketing & Business Development Managerin im Digital Business Institute

AI Leadership MBA + M.Sc. Student

0151 / 42064369

leonie.moeck@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen

Anmeldung & Organisation



Susanne Liemer

Seminarmanagerin

Mitarbeiterin der HfWU Akademie

07022 / 201-401

susanne.liemer@hfwu.de

HfWU Akademie Nürtingen-Geislingen

Alle Infos online: www.hfwu.de/dmx | **Noch Fragen? Frag unseren *DBS-Luca*:** *https://www.dbs-luca.de/*

Hochschule
für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Anhang: Infos pro MBA-Fachrichtung + Frequenz Kursmodule + Info Zusatzgrade „M.Sc. AI & Data Science“ & „M.Sc. Dig. Bus. Mgmt.“ + Zertifikate

Reflection Paper: Ablauf & Bewertung

-> Relevant für MBA-Absolvierende, die M.Sc. als 2. Grad erlangen

Nötige Schritte im Detail

1b — Prüfung in SELMA registrieren
Modul 110-010 Master Research Seminar, innerhalb des Anmeldezeitraums des jeweiligen Semesters (WiSe: 01.11. - 20.11., SoSe: 20.04. - 10.05.)

1c-i — Reflection Paper schreiben
a) Eigene MBA-Masterarbeit kritisch reviewen b) Stand der Forschung im Themenfeld der Thesis aktualisieren, ggf. neue technologische Rahmenbedingungen berücksichtigen

1c-ii — Paper + Masterarbeit per E-Mail abgeben
Frist ist i.d.R. das Semesterende: 28.02. (WiSe) bzw. 30.09. (SoSe), falls vom Betreuer nicht anders gesetzt. Abgabe frühestens nach der Prüfungsanmeldung in SELMA. Masterarbeit als PDF beifügen (für das Gleichwertigkeitsgutachten)

1c-iii — Bewertung + Gleichwertigkeitsgutachten
Bewertung i.d.R. nach dem Bewertungsraster des Research Seminars, da das Reflection Paper formal die Prüfungsleistung dessen ist (falls nicht anders vom Betreuer festgelegt). Das Gleichwertigkeitsgutachten zur Masterarbeit wird i.d.R. parallel erstellt

Formale Vorgaben

- Sprache: Deutsch oder Englisch
- Haupttext: mind. 10, max. 15 Seiten
- Anhang: unbegrenzt
- Formalregeln wie bei der Masterarbeit

Bewertungsraster (Grading Sheet)

Gesamtnote
- Inhalt 85 %
- Transparente Angabe der KI-Nutzung 7,5 %
- Form (Sprache, Layout) 7,5 %

Inhalt im Detail: Literature Search 10 %, Literature Review 25 %, Introduction 15 %, Research Questions & Hypotheses 10 %, Research Design 20 %, Survey Instrument 20 %

Bei Rückfragen bitte per Mail an den jeweiligen Betreuer wenden!

Bei **Abgabe Exposé** im **Research-Seminar**: nur Registrierung in Selma (1b) + Zusendung Masterarbeit an Prof. Detscher od. zugeteilten Gutachter

Neues Kernmodul im MBA ab SoSe 27

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

Startet im SoSe 27 zum ersten Mal, danach jedes Semester



Prof. Andrea Spielvogel:

- Professorin für KI in der Unternehmenspraxis
- Forschung zu verantwortungsvoller KI-Transformation und KI-gestützter Geschäftsmodellentwicklung durch Startups und Citzien 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

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.

Welt am Sonntag, 06.10.24

Fachrichtungsmodule Digital & Sustainable Management

Termin folgt

Principles of Sustainability Management

SoSe 27

Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Management

SoSe 27

Sustainability Marketing

WiSe 27/28

Trend Topics Sustainability Management

SoSe 27

Digital Leadership & Agile Management

Lernziele/ -inhalte:
- Konzept der Nachhaltigkeit verstehen
- Einführung von Nachhaltigkeitsmanagement und -Berichterstattung
- Nachhaltigkeitsstrategie
- GRI/ Nachhaltigkeitsberichterstattung

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

Lernziele/ -inhalte:
- Die Bedeutung des Nachhaltigkeitsmarketings für erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement erkennen
- Modelle und Konzepte des Nachhaltigkeitsmarketings

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

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-/ KI-Strategie & -Berater
- Transformations- & Change Management
- Unternehmensführung/ General Management
- Digital & AI-driven Business Development
- Innovations- & Technologiemanagement
- Corporate Entrepreneurs / Incubators
- Start-Up-Gründung & -Management
- Agiles Projekt-, Produkt- & Prozessmanagement
- Organisations- & Personalentwicklung
- Coaching & Training
- People/ HR Management
- Recruiting & Employer Branding

Lernziele

- Management **digitaler** und **KI-getriebener Geschäftsmodelle**
- **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**

Fachrichtungsmodule
Digital Business & Leadership

SoSe 27

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

WiSe 27/28

Digital HR Management

Lernziele/ -inhalte:
- Digitalisierung HR-Prozesse
- People Analytics/ Anwendung Power BI
- Digital Employer Branding
- Social Recruiting

WiSe 27/28

Digital Sales & E-Commerce

Lernziele/ -inhalte:
- Digital Solution, Service & Plattform Sales
- Multi- & Omni-Channel Management
- E-Commerce / Social & Agentic Commerce
- Digital B2B Sales

WiSe 27/28

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

SoSe 27 + WiSe 27/28

Digital Business Planning, Steering & Valuation

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

* Teilkurse auf Englisch

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

- Anwendung von **Process Mining, KI, Data Analytics und Automatisierungskonzepten** zur Effizienzsteigerung in betrieblichen Abläufen.
- Praxisorientierte Technologie-Anwendung mit **Fokus auf KI**
- **Entwicklung datenbasierter Geschäftsmodelle**
- **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.

Fachrichtungsmodule
Digital Operations Management

SoSe 27

Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management

Lernziele/ -inhalte:
- Internet of Things
- innovative Vernetzung-/Produktionstechnologien und deren Anwendungsfelder
- Industrie 4.0/ 5.0 (KI-basiert)
- Innovation Management

SoSe 28

Digital Supply Chain Management

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

WiSe 27/28

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

SoSe 27 + WiSe 27/28

Digital Controlling & AI Based Process Automation

Lernziele/ -inhalte:
- Digitalisierung des Controlling
- Data Science, Data Analytics, Business Analytics
- Process Mining & Optimization Tools
- Einsatzbereiche und Nutzung von KI-Anwendungen

inkl. zwei Zertifizierungen der UiPath Academy

SoSe 27 + WiSe 27/28

Digital Business Planning, Steering & Valuation

Lernziele/ -inhalte:
- Ableitung Wert- & Wachstumstreiber von digitalen & KI-basierten Geschäftsmodellen
- Aufbau einer treiberbasierten Business Planung (mit KI-Tools)
- Forecasting, Reporting und Performance Management
- Bewertung von digitalen Geschäftsmodellen mit DCF und Venture Valuation Ansätzen

Fachrichtung Digital Management & Analytics*

Primäre Zielgruppe

- AI Strategy/ Enablement Manager
- 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**
- Anwendungsorientierte Entwicklung und Anwendung von **Machine Learning-Methoden, LLMs** und **generativer KI**
- Optimierung und **Automatisierung** von **Unternehmens-prozessen (RPA/ Agentic AI)**
- Unterstützung datengetriebener Entscheidungen durch **Big Data** basierte **Advanced Analytics** und **Visual Analytics**
- Einsatz von Applikationen wie u.a. UI Path, Power Automate, Power BI, Microsoft Azure und KNIME

* 2. Abschluss in „M.Sc. AI & Data Science“ möglich (Details siehe Anhang)

Fachrichtungsmodule
Digital Management & Analytics

SoSe 27 + WiSe 27/28

Data Management & Visual Analytics

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

Microsoft

SoSe 27 + WiSe 27/28

Machine Learning & Big Data Analytics

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

KNIME

SoSe 27 + WiSe 27/28

Digital Controlling & AI Based Process Automation

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

SoSe 27 + WiSe 27/28

Digital Business Planning, Steering & Valuation

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

WiSe 27/28

Web & People Analytics

Lernziele/ -inhalte:
- KI-basierte Web Analytics/ Google Analytics 4
- Datenmanagement und -architekturen in HR
- Descriptive und Diagnostic People Analytics
- Einsatz von KI-gestützten Analytics- und BI-Tools

inkl. Zertifizierung in
Google Analytics

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 (**KI-basierten**) **Marketing-Technologien** zur zielgerichteten Kundenansprache
- Erarbeitung **Daten- und KI-basierter Marketingstrategien** durch Web-, Google- und KI-basierte Social Media Analytics Tools
- **Entwicklung und KI-gestützte Umsetzung von Kampagnen**
- **Optimierung von Multi-Channel-Vertriebsansätzen**, inklusive **Customer Journey Management**.
- Vertiefung im Bereich **E-Commerce** und **Marktplätze**

Fachrichtungsmodule Digital Marketing & Sales

SoSe 27

Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management

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

SoSe 28

Advanced & Programmatic Digital Marketing

Lernziele/ -inhalte:
- Programmatic, Display & Affiliate Marketing
- Lead Management & Nurturing
- KI-basierte Lead Generierung & Conversion
- Neuromarketing und -pricing

inkl. Zertifizierung in HubSpot

WiSe 27/28

Social Media, Content & Influencer Marketing

Lernziele/ -inhalte:
- Social Media Marketing
- Social Media Monitoring & Analytics (inkl. KI-basierte Analytics Tools)
- Content Marketing/ AI-based Content Creation
- Influencer Marketing

WiSe 27/28

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics

Lernziele/ -inhalte:
- Suchmaschinenmarketing Strategien
- SEA/ SEO/ GEO Praxisanwendungen
- Social Ads
- KI-basierte Web / Google Analytics

inkl. Zertifizierung in Google Ads, Google Analytics

WiSe 27/28

Digital Sales & E-Commerce

Lernziele/ -inhalte:
- Digital Solution, Service & Plattform Sales
- Multi- & Omni-Channel Management
- E-Commerce / Social & Agentic Commerce
- Digital B2B Sales

Modul für M.Sc. AI & Data Science: Data Modeling for AI

Lernziele/ -inhalte:

- Sicherer Umgang mit Python inkl. Libraries wie pandas, numpy, etc.
- Datenvorbereitung & Analyse
- Erstellung einfacher ML-Pipelines und Integration in AI-Workflows
- Statistische Modellierung & multivariate Regressionen (linear/nicht-linear)
- Reproduzierbare Analysen mit Statistik-Bibliotheken wie statsmodels
- Zeitreihenanalyse & Prognosen inkl. Unsicherheitsbewertung und Hypothesentests

Nächster Start

WiSe 27/28



Prof. Dr. Burkhard Hoppenstedt:

- Professor für betriebliche Informations-systeme und Digitalisierung an der HfWU
- Promotion im Bereich KI (Predictive Maintenance)
- Projekterfahrung im Bereich Softwareentwicklung, Data Science und KI

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen



Prof. Dr. Sebastian Moll:

- Professor for quantitative methods in business administration
- Head of analytics at Dymatrix
- Expert for data science and market analytics
- Many years of consulting experience in the field of CRM and marketing analytics

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen

Wahlmodule M.Sc. AI & Data Science

Digital Business Management Wahlpflichtfach I

Modul kann frei gewählt werden aus den anderen Modulen der Fachrichtung **M.Sc. Digital Business Management** *(erste Tabelle)*

Digital Business Management Wahlpflichtfach II

- Modul kann frei gewählt werden aus den anderen Modulen der Fachrichtung **M.Sc. Digital Business Management** *(erste Tabelle)*
- Oder alternativ eine der anderen Kern- oder Fachrichtungs-Module des **Digital-MBA** *(zweite Tabelle)*

Digital Business Innovation	Dig. Bus. Planning, Steering & Valuation	Immersive Web & 3D-Technologies	Digital Leadership
Digital Transformation	Digital Marketing	Digital Sales & E-Commerce	

Design Thinking & UX	Dig. & AI bas. Product, Process & Project Mgmt.	Data-based B2B Bus. Models & Platforms	Digitalization of Ind. Value Chains & Innov. Mgmt.	Dig. Supply Chain Mgmt.	Advanced & Progr. Dig. Marketing
Dig. HR Mgmt	Principles of Sust. Mgmt.	Sustainabilty Marketing	Innov. & Entrepr.for Sust. Mgmt.	Trend Topics Sust. Mgmt.	Soc. Med., Content & Influencer Marketing

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 + Reflection Paper der MBA-Arbeit

Abschluss „Zertifizierte/r KI-Manager/in“

Im MBA enthalten

Einzelzertifikat: KI Anwender:in

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

Im WiSe bereits gestartet, nächste Starts: März + Mai 2027

+

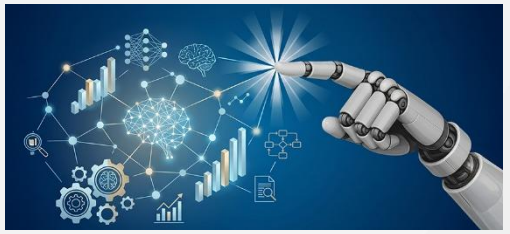
Zwei weitere Kurse mit starken KI-Bezug aus Curriculum

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

- Digital AI based Technology & Law
- Data Management & Visual Analytics
- AI & Immersive Web based Customer Experience Management .
- Design Thinking & User Experience Management
- Digital & AI based Product, Process & Project Mgmt.
- Machine Learning & Big Data Analytics
- Digital Controlling & AI based Process Automation
- Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management
- Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management
- Social Media, Content & Influencer Marketing
- Data Modeling for AI
- Web & People Analytics*
- Search Engine / Performance Marketing & Web Analytics*
- Digital Supply Chain Management
- Advanced & Programmatic Digital Marketing

=

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 Masters 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

Abschluss „Zertifizierte/r KI-Manager/in“

Im MBA und M.Sc. AI & Data Science enthalten
KI-Werkstatt SoSe 27: Start im März und Mai

Das Fundament:
„KI-Anwendungswerkstatt (Pflichtmodul)“

KI-Anwendungswerkstatt / AI Application Workshop
Dies ist das obligatorische Pflichtmodul für alle Teilnehmenden, das die grundlegenden anwendungsorientieren Kompetenzen vermittelt.

Ihre Spezialisierung:
„Funktions- & fachrichtungsspezifische Wahlmodule“

Wähle **2 Module** aus der gewünschten Fachrichtung

Business Steering & Transformation
- Digital Controlling & AI based Process Automation
- Digital & AI based Product, Process & Project Mgmt.
- Digital & AI based Technology & Law
- Design Thinking & User Experience Mgmt.
- Web & People Analytics

Operations & Supply Chain
- Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Mgmt.
- Digital Supply Chain Mgmt.
- Data Management & Visual Analytics
- Digital & AI based Product, Process & Project Mgmt.
- Digital Controlling & AI based Process Automation

Data & Automation
- Data Management & Visual Analytics
- Data Modeling for AI
- Digital Controlling & AI based Process Automation
- Machine Learning & Big Data Analytics
- Web & People Analytics

MarTech & Customer Experience
- Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.
- AI & Immersive Web based Customer Experience Mgmt.
- Search Engine / Performance Marketing & Web Analytics
- Social Media, Content & Influencer Marketing
- Advanced & Program-matic Digital Marketing
- Design Thinking & User Experience Mgmt.

Abschluss ohne Fachrichtung

Ohne feste Fachrichtung kombinieren Sie die KI-Anwendungswerk-statt mit **zwei Wahlmodulen** für ein individuelles, generalistisches Profil.

KI-Anwendungswerkstatt (1 Modul) + **Fachspezifische Module** (2 Wahlmodule) = **Zertifizierter KI Manager** *(mit oder ohne Fachrichtung)*

-> Weitere Infos unter www.ki-manager.pro

„Zertifizierte/r Data Scientist & Analytics Manager“

Einzelzertifikat: Datenanalyst:in

Data Modeling 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

Start: Oktober 2027

-> Weitere Infos folgen unter www.data-science-analytics.pro

\+

Zwei weitere Kurse im Bereich Data Science & Analytics

Die folgenden beiden Kurse würden zusätzlich noch absolviert werden:

- Data Management & Visual Analytics
- Machine Learning & Big Data Analytics
- Dig. Controlling, Bus. Analytics & Robotic Proc. Autom.
- Web & People Analytics

=

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

DATA SCIENCE & ANALYTICS

- 3 Kurse/ 18 ECTS
- 1-2 Semester Dauer (flexibel selbst gestaltbar)

- Kosten: 1.450 + 2x 1.375 + 100 EUR Prüfungsgebühr
- im Rahmen des Masters ohne Mehrkosten

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 Philosphy)
- **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