

Digital-MBA- Doppelabschluss

in vier Digital-MBA-Fachrichtungen



Welche zusätzliche Abschlussmöglichkeit gibt es?

Doppelabschluss in einer der vier neuen MBA- Fachrichtungen

- MBA-Zusatzabschluss in neuer Fachrichtung durch Zusatzbelegung von nur 1-3 Kursmodulen, *falls MBA absolviert wurde mit Gesamtabchlussnote von mind. 2,3*
- **1-3 Modulen** aus der jeweiligen neuen Fachrichtung zu belegen – (teilweise) schon im 4. Sem. parallel zur Thesis oder später
- Gebühren:
EUR 1.150; EUR 2.250 oder EUR 3.250
+ Prüfungsgebühr von EUR 200
(*plus ggf. für Betreuung zweiter Masterarbeit EUR 1.000, falls Masterarbeitsnote > 2,0*)

Antrag auf Zulassung über Weiterbildungs- akademie während oder nach dem MBA-Erst- Studium

- Formular wird in nächsten Tagen/ Wochen zugänglich gemacht
- während MBA-Studium formal erstmal nur Kursbelegung und Zulassung zu MBA-Doppeldiplom + Kursanrechnung mit Erhalt erstem MBA-Abschluss



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

- ☐ 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 Weiterbildungsakademie (WAF) der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) 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 12/2022

Seite 1 von 8

Modulübersicht Digital MBA (ab WiSe 22/23)

Sem	PFLICHT-Module (für alle Fachrichtungen)			
1	Digital Business Model Innovation		Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt. 	
2 / 3	Digital Technology & Law		Digital AI Based Customer Experience & Relationship Mgmt.	
	Digital Transformation & Sustainable Change Mgmt. 		Design Thinking & User Experience Management	
	Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development			
Sem	FACHRICHTUNGS-Module (pro Fachrichtung)			
2 / 3	Digital Sales & E-Commerce 	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innov. Mgmt.	Data Management & Visual Analytics	Digital Sales & E-Commerce 
	Data-based B2B Business Models & Platforms		Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	
	Digital Business Planning, Steering & Valuation 			Advanced & Programmatic Digital Marketing
	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	Projekt-/ Case Study-basierte Masterarbeit (inkl. Digital Research Seminar)			
MBA	Digital Business & Leadership	Digital Operations Management 	Digital Management & Analytics 	Digital Marketing & Sales

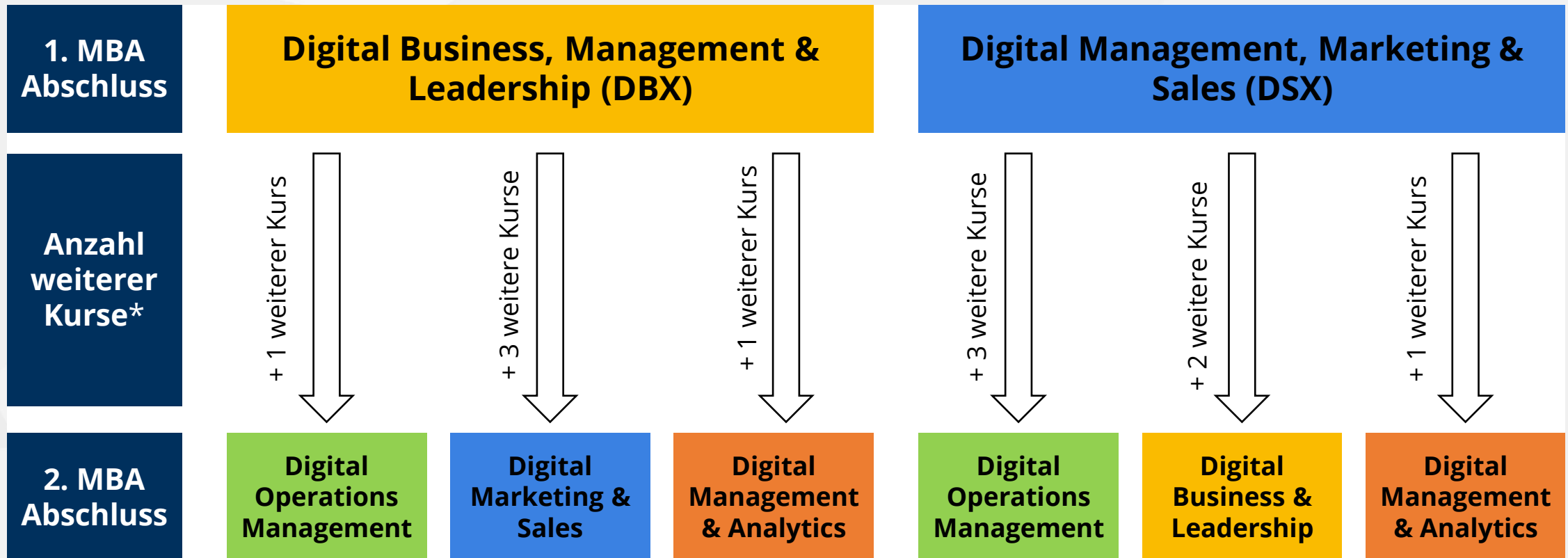


= regulär auf Englisch, Prüfung auf Wunsch als Ausnahme auf Deutsch möglich



= neue Fachrichtungen ab WiSe 2022/2023

Doppelabschluss in einer von vier Fachrichtungen



* bei regulärer Belegung der jeweiligen Fachrichtungsmodule | min. jedoch 1 weiterer Kurs

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



Module 2. MBA

Digital Business & Leadership

jeweils im
Sommersemester

Digital HR Management

1. MBA DSX



Lernziele/ -inhalte:

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



L'OSTERIA

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



HRTech CONSULTING

Dr. Claudia Salomon:

- Gründer-GF des Beratungs-Startups 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



Electrolux

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

jeweils im
Sommersemester

Digital Leadership & Agile Management

1. MBA DSX



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

lead



Marco Pfeiffer:

- Leiter Marketing - Digital 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

FESTOOL

Module 2. MBA

Digital Business & Leadership

Digital Business Planning, Steering & Valuation

jeweils im
Wintersemester

1. MBA DSX



Lernziele/ -inhalte:

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



Dr. Tim Gegg:

- Founding Partner des Venture Capital Funds Mätch.vc
- Ehemaliger Leiter des Bereichs Digitalisierung und Geschäftsführer der Corporate Venturing Einheiten bei STIHL
- Langjährige Erfahrung in verschiedenen Führungspositionen in der Produktentwicklung

Mätch.vc



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)

Fachrichtung Digital Operations Management

Primäre Zielgruppe

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



Module 2. MBA

Digital Operations Management

IoT, Industrie 4.0 & Innovation Mgmt.

jeweils im
Wintersemester

1. MBA DBX

1. MBA DSX



Lernziele/ -inhalte:

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



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



Serge Reit:

- Gründer und Geschäftsführer ruleev GmbH
- ehemals Head of Data Architecture/ Deputy Head of Digital Marketing bei der Deutschen Bank
- Ausgezeichnet für soziales Engagement durch Bundeskanzlerin Angela Merkel



Digital Supply Chain Management

jeweils im
Wintersemester

1. MBA DBX

1. MBA DSX



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

Module 2. MBA

Digital Operations Management

jeweils im
Wintersemester

Data-based B2B Business Models & Platforms

1. MBA DSX



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



Dr. Christian Lerch:

- Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektleiter am Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI
- Competence Center Innovations- und Wissensökonomie – Leiter Geschäftsfeld Industrieller Wandel und neue Geschäftsmodelle



Digital Business Planning, Steering & Valuation

1. MBA DSX

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

Digital Controlling & AI Based Process Automation

1. MBA DSX

» siehe Fachrichtung Digital Management & Analytics

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



Module 2. MBA

Digital Management & Analytics

Data Management & Visual Analytics

jeweils im
Wintersemester

1. MBA DBX

1. MBA DSX



Lernziele/ -inhalte:

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



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

Machine Learning & Big Data Analytics

jeweils im
Sommersemester

1. MBA DBX



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
- Expertin für Data Science & Customer Intelligence
- Umfangreiche Consultingenerfahrung in Marketing Automation und Data Driven Marketing

P/A | DYMATRIX

Module 2. MBA

Digital Management & Analytics

jeweils im
Sommersemester

Digital Controlling & AI Based Process Automation

1. MBA DSX



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital Business Planning, Steering & Valuation

1. MBA DSX

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics

1. MBA DBX

» siehe Fachrichtung Digital Marketing & Sales



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



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



Module 2. MBA

Digital Marketing & Sales

Digital Sales & E-Commerce

jeweils im
Wintersemester

1. MBA DBX



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Dirk Funck:

- Professor für Handels- u. Kopperationsmanagement
- 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

jeweils im
Wintersemester

1. MBA DBX



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

1. MBA DBX

» siehe Fachrichtung Digital Management & Analytics

Module 2. MBA

Digital Marketing & Sales

Advanced & Programmatic Digital Marketing

jeweils im
Sommersemester

1. MBA DBX



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 Böhrringer:

- 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

jeweils im
Sommersemester

1. MBA DBX



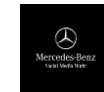
Lernziele/ -inhalte:

- 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
- 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

OnFore

AnsprechpartnerInnen

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

Michelle Knapp



- Studienberaterin Digital Business School
- Marketing Managerin im Digital Business Institute
- Studentin Digital Marketing & Sales

Tel.: 0152 / 59751691



knappmi@stud.hfwu.de

Beratungstermin buchen:

<https://calendly.com/digital-business-school-michelle-knapp/30min>

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

WAF Weiterbildungsakademie an der
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Neckarsteige 6-10

72622 Nürtingen



Anhang



Zuordnung bisherige zu neuen Modulen

Sem	Modulbezeichnung 2021-2022	Modulbezeichnung neu ab WiSe 22/23
1	Digital Business Model Generation	Digital Business Model Innovation
	Digital Technology & Law	Digital Technology & Law
	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management
	Digital Customer Experience & Relationship Management	Digital AI based Customer Exp. & Relationship Management
2/3	Digital Transformation & Change Management	Digital Transformation & Sustainable Change Management
	Entrepreneurship & Innovation Management	Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development
	Design Thinking & User Experience	Design Thinking & User Experience Management
	Digital Leadership & Agile Management	Digital Leadership & Agile Management
	Digital HR Management	Digital HR Management
	Digital Operations Management	Data-based B2B Business Models & Platforms
	Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digital Business Planning, Steering & Valuation
	Digital Controlling & Process Management	Dig. Controlling & AI based Process Management Automation
	--	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innovation Management
		Digital Supply Chain Management
		Data Management & Visual Analytics
		Machine Learning & Big Data Analytics
	Digital Market Analytics	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics
	Search Engine & Performance Marketing	Advanced & Programmatic Digital Marketing
	Advanced & Programmatic Digital Marketing	Social Media, Content & Influencer Marketing
	Social Media, Content & Influencer Marketing	Digital Sales & E-Commerce
	Digital Sales & E-Commerce	
4	Master Thesis (+ Seminar Research Methods)	Master Thesis (+ Seminar Research Methods)