

# 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

| Pflichtmodule (für alle Fachrichtungen)                                                                                               |                                                   |                                                                                                                                           |                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Digital Business Model Innovation                                                                                                     |                                                   | Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.  |                                                                                                                |
| 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                                                                           |                                                   |                                                                                                                                           |                                                                                                                |
| Fachrichtungsmodule (pro Fachrichtung)                                                                                                |                                                   |                                                                                                                                           |                                                                                                                |
| 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. Semester: Projekt-/ Case Study-basierte Masterarbeit (inkl. Digital Research Seminar)                                              |                                                   |                                                                                                                                           |                                                                                                                |
| MBA Digital Business & Leadership                                                                                                     | MBA Digital Operations Management                 | MBA Digital Management & Analytics                                                                                                        | MBA Digital Marketing & Sales                                                                                  |

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

# Doppelabschluss in einer von vier Fachrichtungen

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

\* bei regulärer Belegung der jeweiligen Fachrichtungsmodulare | 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

### Digital HR Management

jeweils im  
Sommersemester

1. MBA  
DSX/DAX/DOX



#### 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



#### 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



#### 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

### Digital Leadership & Agile Management

jeweils im  
Sommersemester

1. MBA  
DSX/DAX/DOX



#### 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 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





# Module 2. MBA

## Digital Business & Leadership

jeweils im  
Wintersemester

### Digital Business Planning, Steering & Valuation

1. MBA DSX



#### 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)

### Digital Sales & E-Commerce

1. MBA  
DAX/DOX

» siehe Fachrichtung Digital Marketing & Sales

### Data-based B2B Business Models & Platforms

1. MBA  
DSX/DAX

» 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





# Module 2. MBA

## Digital Operations Management

### IoT, Industrie 4.0 & Innovation Mgmt.

jeweils im  
Wintersemester

1. MBA  
DSX/DAX/DBX



#### 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  
DSX/DAX/DBX



#### 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)



# Module 2. MBA

## Digital Operations Management

jeweils im  
Wintersemester

### Data-based B2B Business Models & Platforms

1. MBA  
DSX/DAX



#### 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/DAX

» 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  
DSX/DOX/DBX



#### 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/DOX



#### 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/DBX



#### 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/DOX

» 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  
DAX/DOX



#### 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/DOX



#### 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

jeweils im  
Wintersemester

1. MBA  
DBX/DOX

» siehe Fachrichtung Digital Management & Analytics

# Module 2. MBA

## Digital Marketing & Sales

### Advanced & Programmatic Digital Marketing

jeweils im  
Sommersemester

1. MBA  
DBX/DAX/DOX



#### Lernziele/ -inhalte:

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

### Social Media, Content & Influencer Marketing

jeweils im  
Sommersemester

1. MBA  
DBX/DAX/DOX



#### Lernziele/ -inhalte:

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



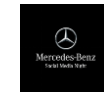
#### Prof. Dr. Kai-Markus Müller:

- 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)



#### 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



#### 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**



#### 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**

# 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](mailto: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](mailto:yannik.roos@hfwu-dbs.de)

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

[www.hfwu.de/dmx](http://www.hfwu.de/dmx)

[www.hfwu-mba.de](http://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](mailto:florian.setka@hfwu-dbs.de)

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

[www.hfwu.de/dmx](http://www.hfwu.de/dmx)

[www.hfwu-mba.de](http://www.hfwu-mba.de)

## Anmeldung & Organisation

### Susanne Liemer



- Seminarmanagerin
- Mitarbeiterin der Weiterbildungsakademie an der HfWU

Tel.: 07022 / 201-401

[waf@hfwu.de](mailto:waf@hfwu.de)

WAF Weiterbildungsakademie an der  
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt  
Nürtingen-Geislingen  
Neckarsteige 6-10  
76222 Nürtingen

