



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



Hochschule
für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

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

HfWU/ Digital Business School & Institute

- Systemakkreditierte staatliche Hochschule mit Spitzenrankings von WirtschaftsWoche und von CHE/Die ZEIT
- Digital Business School & Institute als Kompetenzzentrum für digitales Management an der HfWU
- Seit Herbst 2018 aufgebaut mit >250 AbsolventInnen/ Studierenden
- 12 ProfessorInnen, 35 DozentInnen aus der Praxis und siebenköpfiges Organisationsteam



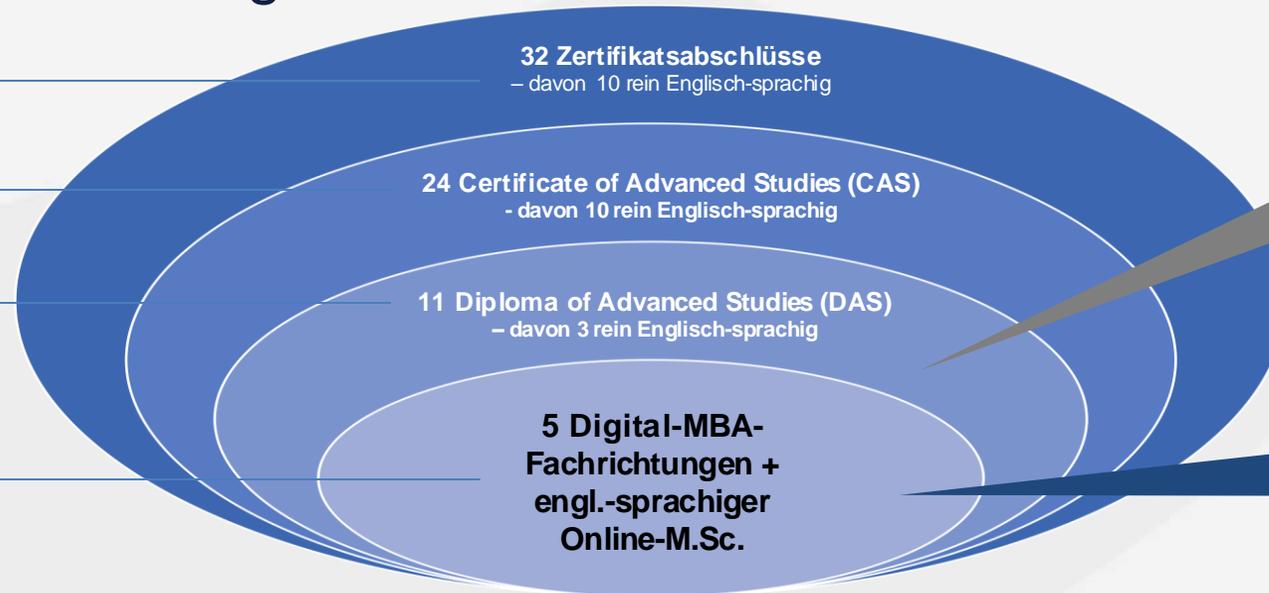
Prof. Dr. Stefan Detscher

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



Unser Studien- und Kursangebot

- 1 Kursmodul (6 ECTS):
32 verschiedene Kurse
- 2 Kursmodule (12 ECTS):
14 mögliche Kurskombinationen
+ frei wählbares CAS
- 5 Kursmodule (30 ECTS):
8 Diploma-Fachrichtungen
+ frei wählbares DAS
- 11 bzw. 12 Kursmodule +
Master-Thesis (90 ECTS)
-> Voraussetzung: Bachelor-
(äquivalenter) Abschluss
-> danach: Berechtigung zur Promotion



+ Zusätzlich Ausbildung zum „Zertifizierten KI-Manager“ (3 Kursmodule)

Möglichkeit zum Doppelabschluss mit zweitem MBA-Grad!

Digital-MBA-Programm Modulübersicht

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

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

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

Modulhandbuch unter: https://www.hfwu.de/fileadmin/user_upload/DMX/Dokumente/Modulhandbuch_Digital_MBA_-_5_Fachrichtungen_-_EPO_2024.pdf

* von WiSe 25/26 an: „AI Application Workshop“, „Dig. Mark., Strategy, Branding & Camp. Mgmt.“ dann in Fachrichtung Mark. & Sales ** „Web & People Analytics“ als separates Modul in der Analytics Fachrichtung

Diploma of Advanced Studies (DAS)

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

Certificate of Advanced Studies (CAS)

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

Kernmodule Digitales Management

Digital Business Model Innovation *



- Management disruptiver Ereignisse und Entwicklungen
- Lean Start-Up Approach und Business Model Canvas
- Wert- und Wachstumstreiber für digitale Geschäftsmodelle
- Case Study zu digitalen Geschäftsmodellen

Digital Technology & Law *



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



Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development



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

Digital Marketing Strategy, **

Branding & Campaign Management



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



Digital Transformation & Sustainable Change Management



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

AI & Immersive Web Based Customer Experience Management



- Digital Customer Touchpoints u.a. mit KI/ LLMs
- Robotic Process Automation in Marketing und Vertrieb
- Entwicklung von Customer Experience Konzepten
- Konfiguration von Chatbots/ Avataren
- Interaktivität/ Immersivität für die Customer Experience
- Interaktive 3D-Webanwendungen konzipieren lernen



Design Thinking & User Experience Management



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

Bis zu 2 Kernmodule können auch mit Fachrichtungsmodulen getauscht werden

* Teilkurse auf Englisch ab SoSe 25 bzw. WiSe 25/26

** von WiSe 25/26 an: „AI Application Workshop“, „Dig. Mark., Strategy, Branding & Camp. Mgmt.“ dann in Fachrichtung Mark. & Sales

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 berufs begleitendes „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 berufs begleitenden 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

Fachrichtungsmodulare Digital & Sustainable Management

Principles of Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

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

Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Management



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



Lernziele/ -inhalte:

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

Trend Topics Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital Leadership & Agile Management



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

Fachrichtungsmodul

Digital Business & Leadership

Digital Leadership & Agile Management



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital HR Management



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital Sales & E-Commerce



Lernziele/ -inhalte:

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

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

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

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.

Fachrichtungsmodul

Digital Operations Management

Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management

Digital Supply Chain Management

Data-based B2B Business Models & Platforms

Digital Controlling & AI Based Process Automation

Digital Business Planning, Steering & Valuation



Lernziele/ -inhalte:

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



Lernziele/ -inhalte:

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



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



Lernziele/ -inhalte:

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



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

Fachrichtungsmodul

Digital Management & Analytics

Digital Controlling & AI Based Process Automation



Lernziele/ -inhalte:

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



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 Plattform KNIME



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

Web & People Analytics *



Lernziele/ -inhalte:

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

inkl. Zertifizierung in



Data Management & Visual Analytics



Lernziele/ -inhalte:

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



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

Fachrichtungsmodul Digital Marketing & Sales

**Advanced & Programmatic
Digital Marketing**

**Machine Learning &
Big Data Analytics**



**Social Media, Content & Influencer
Marketing**

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

Digital Sales & E-Commerce



Lernziele/ -inhalte:

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



Lernziele/ -inhalte:

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



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

(Zusatz)Abschluss „Zertifizierte/r KI-Manager/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

+

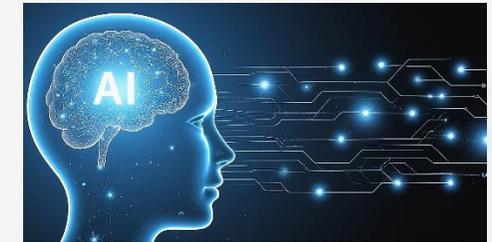
Zwei weitere Kurse mit starken KI-Bezug aus Curriculum

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

- Machine Learning & Big Data Analytics
- Data Management & Visual Analytics
- Web & People Analytics
- Digital Controlling & AI based Process Automation
- Digital Technology & Law
- AI & Immersive Web based Customer Experience Management
- Design Thinking & User Experience
- Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management
- Digital Supply Chain Management
- Social Media, Content & Influencer Marketing

=

Zertifizierte/r KI- Manager/in



- 3 Kurse/ 18 ECTS
- 1-2 Semester Dauer (flexibel selbst gestaltbar)
- Aufbau Fachkunde nach Art. 4 KI-VO
- Separate Belegung als Weiterbildung (4.200 EUR + 100 EUR Prüfungsgebühr) oder im Rahmen des MBAs (ohne Mehrkosten ab WiSe 25/26 bzw. zuvor 1.150 EUR als Zusatzmodul/-qualifikation)

Weitere Infos unter www.ki-manager.pro

Unsere ProfessorInnen



Prof. Dr. Stefan Detscher:

- Geschäftsführender Direktor Digital Business School & Institute an der HfWU
- Professor mit Fachschwerpunkten Digital Management & Marketing
- Langjähriger Geschäftsführer, Beirat & Investor von Digitalunternehmen



Prof. Dr. Dirk Funck:

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



Prof. Dr. Michael Hepp:

- Professor an der HFU Business School
- zuvor CIO/ VP Digital VP Digital Business & Transformation der Walter AG
- Weitere Erfahrung in Business Innovation + M&A bei Festo & Rolls Royce Power Systems



Prof. Dr. Carsten Herbes:

- Professor für International Management und Erneuerbare Energien an der HfWU
- Direktor Institutszentr. f. Angewandte Forschung
- Langjährige Erfahrung als Senior Manager bei Roland Berger und als Vorstand eines Bioenergie-Unternehmens



Prof. Dr. Burkhard Hoppenstedt:

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



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



Prof. Dr. Dario Müller:

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



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)



Prof. Dr. Monika Reintjes:

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



Prof. Dr. Stefan Remhof:

- Professor für BWL an der IU München
- Guest Lecturer an der Frankfurt School of Finance & Management
- Co- Founder und CEO EDNEO AG
- Managing Partner People Mobility Alliance
- Angel Investor in mehreren HR-Tech-Start-Ups



Prof. Dr. Ulrich Sailer:

- Professor für Controlling und ehemals Pro-Rektor der HfWU
- Studiendekan des Masterstudiengangs Controlling
- Experte für Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Controlling



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

Unsere DozentInnen/ ExpertInnen aus der Praxis (Auszug aus >30)

 <p>Markus Besch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorstand NextDBI AG und Gründer des SocialMedia Institute mit Hauptsitz in Stuttgart und San Francisco • Veranstalter der Mercedes-Benz Social Media Night • Co-Gründer Impact Hub Karlsruhe <p><small>NextDBI Digital Business Institute</small> <small>SMI socialmedia institute</small></p>	 <p>Adrian Blockus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p><small>Google</small></p>	 <p>Anita Brenner:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lead Global Online Marketing Bosch Power Tools, BUOutdoor & Garden • Head of Brandmanagement • Experte für Brand, User Kommunikation, globale Kampagnensteuerung online / offline, UX und Produktmanagement <p><small>BOSCH</small></p>	 <p>Johannes Ellenberg:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gründer & Geschäftsführer von Accelerate Stuttgart • Gründer-Geschäftsführer Ellenberg Academy • Unternehmer und Startup-Experte • Autor von „Der Startup Code“ <p><small>ACCELERATE STUTTGART</small></p>
 <p>Benjamin Federle:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalleiter bei Electrolux Professional, ehem. 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 & Digital/ Social Recruiting <p><small>Electrolux</small></p>	 <p>Tobias Fox:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Advisor/ Geschäftsführer der Digitalagentur VERDURE Medienteam GmbH • SEO Experte und Digital Marketing Strategieberater • Performance Marketing Speaker und Dozent • Fachbeiratsmitglied der "SEOkomm" Konferenz <p><small>VERDURE</small></p>	 <p>Ingo Gugisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chief People Officer bei der 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 <p><small>L'OSTERIA</small></p>	 <p>Dr. Martin Handschuh:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gründer & Geschäftsführer der eco2nomy GmbH • Gründer/Venture Partner e.venture consulting & VC-Investor • Postdoc an der Harvard University • Experte für Geschäftsmodellentwicklung und exponentielle Wachstumsstrategien <p><small>eco2nomy</small></p>
 <p>Dr. Stefan Hoffmann:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsführer, CDO, Business Angel (OUTLETCITY.COM, maxdome, 1&1, o2, SupplyOn) • Experte für E-Commerce & Omnichannel-Strategien mit Expertise in B2C-, B2B- und D2C-Geschäftsmodellen • Deep Diving in AI, CRM & Clubs, Influencer Marketing und Social Commerce 	 <p>Julia Lehmann:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gründerin & Geschäftsführerin von OnFore • Advisor für Customer Experience, Digital Analytics/ Marketing und Applications of AI in Business • Vorstand Innovatorspace München & Mitarbeit in BMF-Projekt ABIDA <p><small>OnFore</small></p>	 <p>Dr. Christian Lerch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leiter des Geschäftsfelds Industrieller Wandel und neue Geschäftsmodelle am Fraunhofer ISI • Begleitung zahlreicher Unternehmen bei der Umsetzung von Innovationsprojekten • Experte für Business Development und Digital Transformation <p><small>Fraunhofer</small></p>	 <p>Philipp Riedlinger:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Senior Consultant bei GFT Technologies SE • IT Business Analyst • Blockchain Experte • M.Sc. in technischer Kybernetik <p><small>GFT</small></p>
 <p>Dr. Claudia Salomon:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gründer-GF des Beratungs-Startups HR Tech Consulting Experte 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 <p><small>HRTech consulting</small></p>	 <p>Dr. Hannes Schubert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p><small>Mercedes</small></p>	 <p>Miriam Trometer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Customer Centricity Lead bei der Mercedes-Benz Customer Solutions GmbH • Experte für User Research und User Experience • Mehrjährige Berufserfahrung u.a. als Unternehmensberaterin im Bereich Digital Business Consulting sowie als User Researcher <p><small>Mercedes</small></p>	 <p>RA Dr. Carsten Ulbricht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partner in renommierter Anwaltskanzlei • Rechtsanwalt mit Fokus auf Internet-, Social Media und Urheberrecht • Experte für Datenschutz / DSGVO <p><small>MENOLD BEZLER</small></p>

Mögliches optionales Auslandsstudium

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

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

Universität Central de Catalunya in Barcelona



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

Aydin University in Istanbul



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

Business School IÉSEG in Paris



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

Aalto University in Helsinki



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

Lernmethoden & Extra-Curriculares

Digitale & innovative Lernmethoden

Wir integrieren in unsere berufsbegleitenden Digital-Master- & Studienprogramm modernste Lernmethoden:

- **Blended Learning**
- **Projekt- und praxisbasiertes Lernen in Form von Case Studies/Fallstudien**
- **Serious Games**
- **(KI-)Tool-Nutzung**
- **Forschendes Lernen**
- **Flipped Classroom**



Prüfungsleistungen bestehen nur aus Fallstudien- und Projekt-prüfungen = hohe Anwendungs- und Praxisorientierung

Extra-curriculare Angebote

- **Digital Management Talks:**
Impulsvorträge und Austauschabende mit relevanten Executives, Gründern und internationalen Experten, u.a. mit
 - Friedrich Schwandt (Gründer Statista)
 - Lisa Schufro (internationale Expertin zu OKR)
 - Christine Rittner (ex-CHRO Lidl/Schwarz Gruppe) zu Female Leadership
 - Victoria Klisch (Partnerin w3.fund)
 - Google Zukunftswerkstatt
- **Persönliche Kompetenzentwicklung:**
Leaderfy Simulation Game
- **Individual-Coaching** in Kooperation mit der Münchner Business Coaching Akademie (bis zu 4 Sessions inkludiert)
- Betreuung von **Intrapreneur & Entrepreneur-Projekten** durch Förderinitiative Zukunft.Gründen der HfWU



Was sagen unsere Studierenden & AbsolventInnen zum Studium?

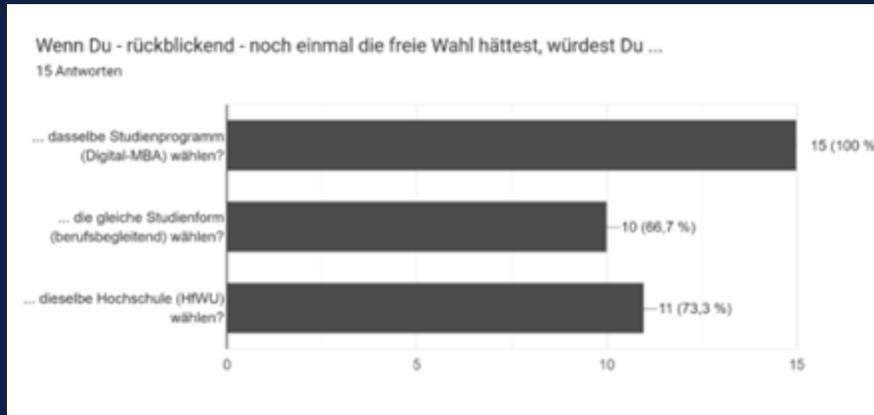
„Durch die praxisnahen Inputs der Dozenten ermöglicht der MBA an der Digital Business School den Studierenden, über den Tellerrand des eigenen Unternehmens hinauszublicken und aktuelle digitale Trends zu verfolgen. Dies schafft die Grundlage, innovative Ansätze zu erkennen und deren Relevanz für das eigene Unternehmen zu reflektieren. Die Hochschule bietet damit eine tolle Chance, sich fachlich und persönlich außerhalb des beruflichen Umfelds weiterzuentwickeln.“



Regina Döbel:

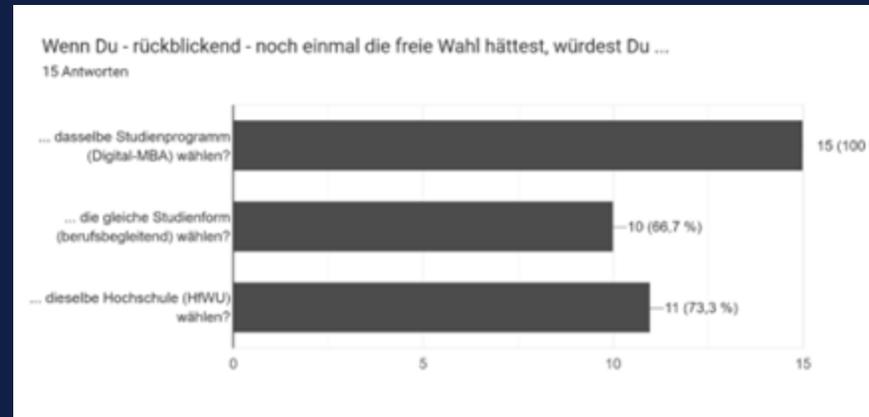
- Aktuell im Sales & Market Management USA bei der Mercedes-Benz AG
- Zuvor B.A. BWL- Industrie 4.0 an der DHBW Stuttgart

Absolventenumfrage Sommer 2024



100%-Weiterempfehlungsquote!

Net Promoter Score (NPS) von 93!



Bewertung
auf

★★★★★
StudyCHECK.de

SEHR GUT
★★★★★ 4.6
100 % Weiterempfehlung

Mögliche Abschlüsse

Master of Business Administration (MBA)

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

MBA-Doppelabschluss in zweiter Fachrichtung

Certificate of Advanced Studies (CAS)

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

Diploma of Advanced Studies (DAS)

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

Kombiabschluss Diploma + MBA

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

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

Zertifikat

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

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

Rahmenbedingungen & Unterstützung

Rahmenbedingungen

- **Kursphasen** in der Regel von **Ende März** bis **Mitte Juli** sowie von **Anfang Oktober** bis **Anfang Februar** (mit Pause über Pfingsten + Weihnachten sowie an Brückentagen) -> **Start** zu Ende **März und** Anfang **Oktober möglich!**
- Jedes Modul umfasst **Präsenzkurse + Live-Video-Sessions** an **zwei Freitagnachmittagen/-abenden** (16:15 - 20:15 Uhr / englisch-sprachige Kurse bis 19:30Uhr) und **zwei Samstagen** (8:30 - 16:15 Uhr)* ergänzt um Fallstudienbearbeitung und Selbststudium per E-Learning = **außerhalb** von **Kernarbeitszeiten!**
- **Hälfte der Kurstermine** sind **Live-Video-Sessions**, die weiteren **Kurstermine** finden **vor Ort** statt
- Zusätzlich werden alle Vor-Ort-Termine bei Bedarf auch per Live-Video übertragen (=Hybridmodus), so dass auch eine **reine Remote-Teilnahme möglich** ist, d.h. Programm auch für Studierende außerhalb des Großraums Stuttgarts interessant! (Nutzung neuartiger KI-Techniken für optimales Hybriderlebnis)
- **4 Semester** Regelstudienzeit – kostenfrei ausdehnbar auf bis zu 7, flexible Kursbelegung
- **Kleingruppenprinzip:** in Fachrichtungsmodulen 8-12 Studierende, in Kernmodulen 15-20
- Für **Bildungszeit** (Bildungsurlaub) anerkannte Bildungseinrichtung
- Ca. **ein Drittel englischsprachige Kurse** für internationale Weiterqualifizierung
- Kursorte des Studienprogramms in der **Innenstadt von Nürtingen: modernes Fakultätsgebäude C110** und **Start-Up-Center Future.Box** (3 Gehminuten vom Bhf., ausreichend Parkplätze)



*Die Kurszeiten der Fachrichtungsmodule „Digital & Sustainable Management“ sind 1x pro Sem. FR+SA 9-18 Uhr

Unterstützung

Schnuppervorlesungen

-> Anmeldung unter:

<https://www.eventbrite.de/e/online-infoabend-digital-business-school-an-der-hfwu-tickets-488489965637>



Probestudium

Lerne uns im ersten Monat unverbindlich kennen

-> Bis zu 4 Kurs-WE ohne Zahlungsverpflichtung und erst dann verbindliche Anmeldung

+ Teilstipendien-Programm Digital Business Institute

-> Siehe Folgeseite + www.hfwu-stipendium.de

Teilstipendien-Programm

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

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

- Bei jeweils mehr als 3 Bewerbern Ranking mit Gewichtung je zu einem Drittel:
Bedürftigkeit (= Monatseinkommen), Erststudienabschlussnote und Qualität Motivationsschreiben
- Veröffentlichung des Stipendiaten-Profiles und Bereitschaft zur aktiven Unterstützung des Digital-Studienprogramms (bei MBA-Stipendien)
- Neuanmeldung im Digital-MBA- & Studienprogramm (= keine vorige Teilnahme), nur ein Stipendium pro Teilnehmer und nur Selbstzahler Einreichung der Unterlagen digital an: info@digital-business.institute.de

Duale Stellen

- **Berufsbegleitendes MBA-Studium** und **Berufseinstieg** als Trainee/ Junior/ Young Professional mit gleichzeitigem Know-How-Aufbau im Digitalbereich kombinierbar
- Durch die Stellen profitierst Du doppelt: von spannender Berufserfahrung und dem Digital-MBA, mehr dazu unter www.dualer-mba.de
- Bei Interesse mit Präferenz der Unternehmensart / der Stelle wende Dich gerne an florian.setka@hfwu-dbs.de

Partnerunternehmen	Stelle (m/w/d)	Berufsbegleitende MBA-Fachrichtung	Zur Bewerbung
	Beteiligungscontroller in Stuttgart	Digital Management & Analytics	https://bit.ly/dekramba
	Data & Process Automation Consultant (Finance) in Stuttgart	Digital Management & Analytics	https://bit.ly/dekramba
	Account Manager	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/eflymba
	Performance Marketing Manager	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/eflymba
	Online-Marketing Manager	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/klickpilotenmba
	Recruitment Consultant in Stuttgart	Digital Business & Leadership	https://bit.ly/digilentsmba
	Junior Consultant deutschlandweit	alle	voraussichtlich wieder ab Q1/2025
	Business Analyst in Stuttgart	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/fostecmba
	International Graduate Program	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/conwebmba

zu den offenen Stellen:



Berufliche Entwicklung durch unser MBA- & Studienprogramm

- Nach dem Diploma- oder MBA-Abschluss sind Sie für **anspruchsvolle Aufgaben in interdisziplinären (Projekt-) Teams** ideal vorbereitet.
- Sie **gestalten digitale Geschäftsmodelle** mit und sind aufgrund Ihres Studiums in der Lage, die Grenzen und Möglichkeiten beim **Einsatz technologischer Lösungen** zu reflektieren.
- Im Team **vertreten** Sie die **betriebswirtschaftliche Seite**, können jedoch die **Positionen anderer Abteilungen nachvollziehen** und beurteilen.



Typische Positionen sind:

- Leiter/-in, Berater oder Experte in Transformations-/ Innovationsprojekten
- Leiter/ Referent in (Fach-)Abteilungen zur Umsetzung von Digitalisierungsstrategien
- Assistent/-in des Vorstands/ der Geschäftsführung
- Digital Product/ Process/ Project Manager
- Online-Marketing-/ Social-Media-Manager/-in
- Experte/-in E-Commerce/ CRM
- Data Analyst
- uvm.

Übersicht Startdaten und Anmeldefristen nächste Semester

Kurs/ Programm	Startdatum	Anmeldung
Sommersemester 2025		
MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management / MBA Digital Management & Analytics / MBA Digital & Sustainable Management (neu)	28. März 2025 (späterer/flexibler Start möglich)	Bis 28.02.2025, Anmeldung unter www.hfwu.de/dmx-mba , kostenfreie Stornierung bis 28.02.2025
Diploma of Advanced Studies (8 Fachrichtungen) und Kombiabschluss Diploma + MBA	März - Mai 2025	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Certificate of Advanced Studies (14 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs als einzelne Zertifikatskurse		
Wintersemester 2025/26		
MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management / MBA Digital Management & Analytics / MBA Digital & Sustainable Management	Oktober 2025 (späterer/flexibler Start möglich)	Bis 31.08.2025, Anmeldung unter www.hfwu.de/dmx-mba , kostenfreie Stornierung bis 31.08.2025
Diploma of Advanced Studies (8 Fachrichtungen) und Kombiabschluss Diploma + MBA	Ab September 2025	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Certificate of Advanced Studies (14 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs als einzelne Zertifikatskurse		

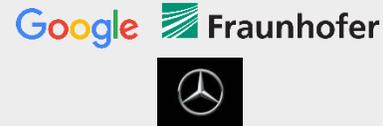
USPs der Digital Business School an der HfWU

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



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

3. Hochqualifizierte Dozentschaft mit >10 ProfessorInnen und >30 DozentInnen aus der Praxis auf dem Niveau von (ehemal.) Geschäftsführern/ Vorständen, Bereichsleitern, Senior Advisors & Unternehmern; Lehrende u.a. von:



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



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



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

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

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



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



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

Ansprechpersonen

Wissenschaftliche Leitung & Firmenpartnerschaften



Prof. Dr. Stefan Detscher

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

Tel.: 07022 / 201-1056

stefan.detscher@hfwu.de

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen

Gebäude CI10 | Raum 343

Sigmaringer Str. 25

72622 Nürtingen



Studienberatung



Yannik Roos

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

Tel.: 0152 / 59751691

yannik.roos@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen:

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

www.hfwu.de/dmx

www.hfwu-mba.de



Florian Setka

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

Tel.: 0151 / 22238252

florian.setka@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen:

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

www.hfwu.de/dmx

www.hfwu-mba.de

Anmeldung & Organisation



Susanne Liemer

- Seminarmanagerin
- Mitarbeiterin der Weiterbildungsakademie an der HfWU

Tel.: 07022 / 201-401

susanne.liemer@hfwu.de

HfWU Akademie

an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Neckarsteige 6-10

72622 Nürtingen



Vielen Dank für Eure
Aufmerksamkeit!

Eure Fragen?



Folgt der Digital
Business School:

LinkedIn:
**Digital Business
School an der HfWU**



Instagram:
**digital.business.
school.hfwu**



Webseite:
www.hfwu.de/dmx



Anhang

weitere Informationen zum Digital-
MBA- & Studienprogramm



Mission und Zielgruppe

Mission:

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

Zielgruppen:

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



Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

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

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

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

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

Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

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

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

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

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

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

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

Modulübersicht

MBA-Module	Modul	Fachrichtung	Prüfungsform	WiSe/ SoSe	
Kernmodule	Digital Business Model Innovation	alle	R/P	beide	
	Digital Technology & Law		S		
	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management		StA		
	AI & Immersive Web based Customer Experience Management		StA		
Digital Transformation & Sustainable Change Management	R/P				
Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development	StA				
Design Thinking & User Experience Management	StA				
Fachrichtungs- module	Digital Leadership & Agile Management		Digital Business Leadership + Digital & Sustainable Management	StA	<i>WiSe/ SoSe im Wechsel (ggf. jedes 3 Sem. bei wenig TN)</i>
	Digital HR Management		Digital Business Leadership	StA	
	Data-based B2B Business Models & Platforms		Digital Operations Management + Digital Business Leadership	StA	
	Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digital Business Leadership, Operations Management + Marketing & Sales	StA		
	Digital Controlling & AI based Process Automation	Digital Management Analytics + Digital Operations Management	StA		
	Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management	Digital Operations Management	StA		
	Digital Supply Chain Management				
	Data Management & Visual Analytics	Digital Management Analytics	StA		
	Machine Learning & Big Data Analytics	Digital Marketing & Sales + Digital Management Analytics	StA		
	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	Digital Marketing & Sales + Digital Management Analytics	StA		
	Advanced & Programmatic Digital Marketing	Digital Marketing & Sales	StA		
	Social Media, Content & Influencer Marketing				
	Digital Sales & E-Commerce	Digital Marketing & Sales + Digital Business Leadership	R/P		
	Principles of Sustainability Marketing*	Digital & Sustainable Management	StA		
	Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.*				
Sustainability Marketing*					
Trend Topics Sustainability Management*					
4. Sem.	Project based Master Thesis (+ Seminar Research Methods)	alle	M	beide	

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

Empfohlene Zusatzkurse

Zertifizierte/r KI ManagerIn:
Durch Absolvierung zwei weiterer Kurse mit
starkem KI-Bezug des MBA-Curriculums

Persönliche Kompetenzentwicklung: Leadership-Simulation



Lernziele/ -inhalte:

- Leaderfy Simulation Game
- Zusammenhänge zwischen Führungsverhalten herstellen
- Auseinandersetzung mit eigener Führungspersönlichkeit
- Anwendung einer großen Bandbreite an Führungstheorien und –konzepten in einem risikofreien Lernraum
- weitere Infos im [Anhang](#)



Manuel Pflumm:

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

KI Application Workshop



Lernziele/ -inhalte:

- 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



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



Anmeldung für diese Kurse unter: [Anmeldung zum Kurs](#)

Statements und Evaluation unserer MBA-Studierenden

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



Sandra Schleicher:

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

„Als Student des MBA-Studiengangs Digital Management & Analytics schätze ich den starken Praxisbezug der Themen, die ich in meinem beruflichen Alltag wiederfinde. Besonders beeindruckt mich die Aktualität der Inhalte, insbesondere im Hinblick auf die Digitalisierung und die zunehmende Verbreitung von künstlicher Intelligenz im Arbeitsumfeld.“



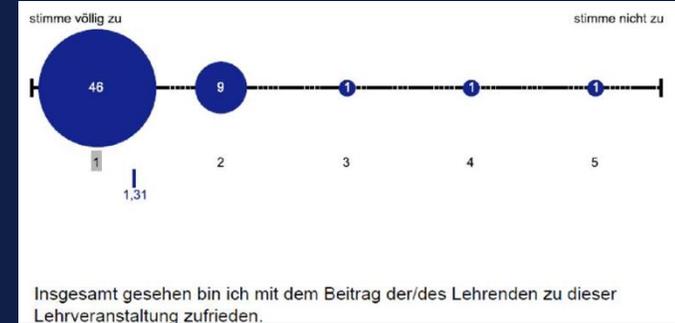
Kai Dingler:

- Aktuell im IT Controlling bei DEKRA SE tätig
- Zuvor B.Sc. Production Management an der ESB Reutlingen

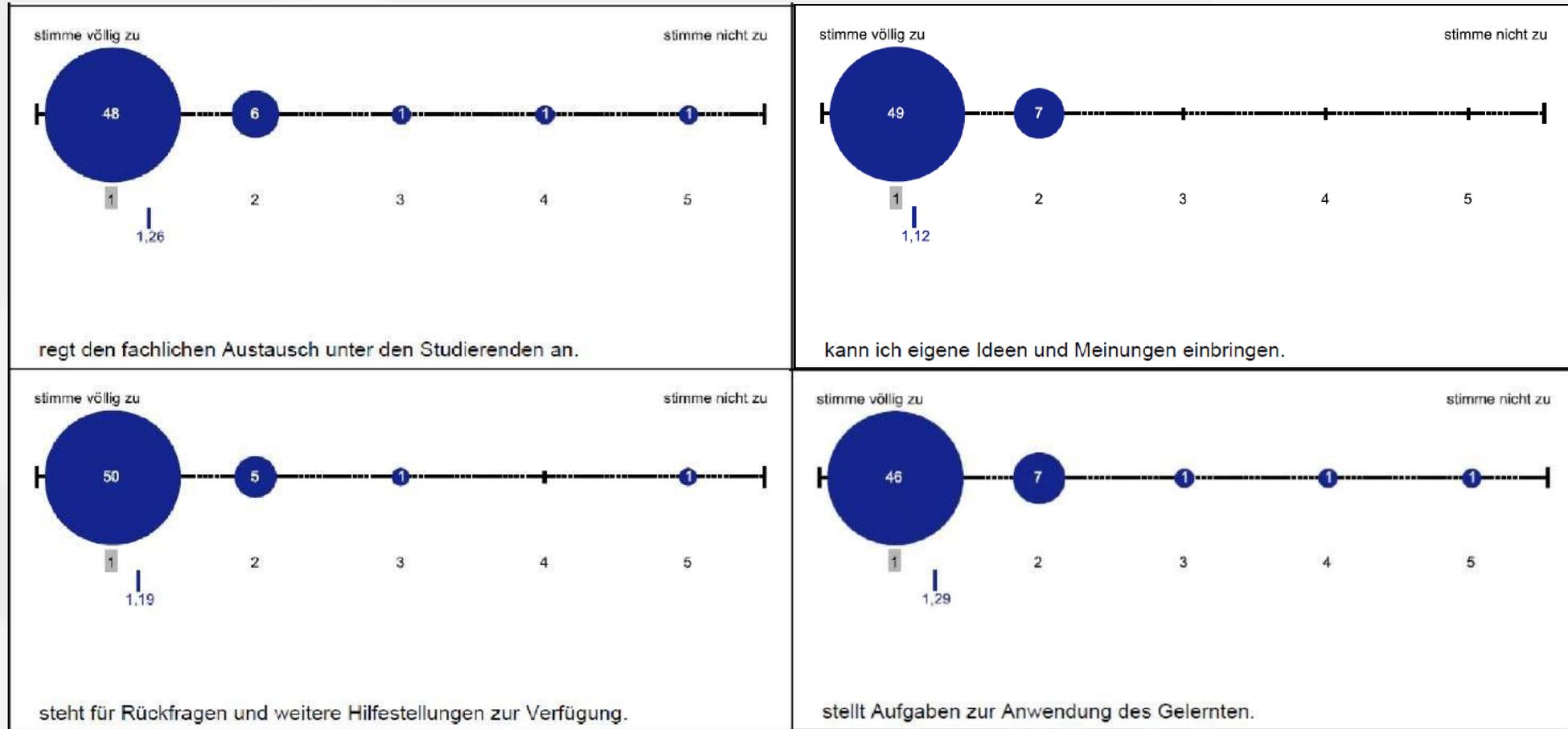
Aus unserer Alumni-Umfrage 2024 ergibt sich eine **100% Weiterempfehlungsquote** und ein Net Promoter Score (NPS) von **93** über mehrere Jahrgänge hinweg.

Auszug aus den Lehrevaluationen des letzten Semesters

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



Auszug aus den Lehrevaluationen des letzten Semesters



Artikel in Welt am Sonntag am 11.11.23

Bislang mussten sich die Käufer selbst überlegen, welches Dressing am besten zum Salat passt oder wie sie das Gemüse zubereiten. Demnächst sollen QR-Codes auf den Verpackungen ihnen helfen, mehr Kreativität in die Küche zu bringen. Katrin Geisthardt freut sich auf den Verpackungs-Relaunch. Die 43-Jährige arbeitet seit zwölf Jahren im Marketing der Firma Eisberg, einem führenden Hersteller frischer Convenience-Produkte und hat die Entwicklung des neuen Produktauftritts begleitet. „Mit Hilfe von Augmented Reality erfahren die Kunden über die QR-Codes, woher das Produkt kommt, das sie gerade erworben haben. Und es wird Tipps und Rezepte geben.“ Das Produkt werde nicht nur transparenter für den Kunden, „wir können auch zeigen, dass gesunde Lebensmittel Spaß ins Leben bringen.“

VON KATRIN STARKE

Katrin Geisthardt weiß, wie sich digitale Technologien bestmöglich für zeitgemäßes Marketing nutzen lassen. Damit hat sie sich in ihrem Master-Studium intensiv auseinandergesetzt. 2022 hat sie den „Digital-MBA“ an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) in Nürtingen-Geislingen abgeschlossen.

In den vergangenen Jahren hat der „Master of Business Administration“ einen Hype erlebt. Mittlerweile gibt es um die 250 MBA-Programme in Deutschland. Und immer mehr Hochschulen richten ihren Fokus dabei auf die digitale Transformation der Wirtschaft. „Unser Studiengang wendet sich an Fach- und Führungskräfte, die sich in Fragen der Digitalisierung fit machen und die entsprechenden Management-Kompetenzen erwerben wollen“, erklärt Stefan Detscher, wissenschaftlicher Leiter der Digital-MBA-Studienprogramme an der HfWU. Er wechselte 2018 nach knapp 15 Jahren in der Unternehmensberatung und Digitalwirtschaft auf den Professorenstuhl – und startete direkt den Digital-MBA an der HfWU. Studierende können zwischen vier Fachrichtungen wählen. Im Bereich „Business & Leadership“ geht es vornehmlich darum, digitale Geschäftsmodelle zu verstehen, aufzubauen und zu steuern. Der industrielle Wandel steht beim „Operations Management“ im Fokus. In „Management & Analytics“ wird der Blick darauf gerichtet, wie Daten am besten nutzbar gemacht werden können. Suchmaschinenperformance, Neuromarketing sowie digitalisierte Vertriebsmodelle stehen bei „Marketing & Sales“ im Mittelpunkt. Die Studierenden sind zwischen Mitte 20

Die Wirtschaft wird **DIGITAL**



Augmented Reality bereichert eine reale Umgebung durch digitale Elemente

MBA-Studiengänge vermitteln ein fundiertes Verständnis von Technologien und Methoden

und Anfang 50 und kommen aus verschiedenen Branchen. Studiert wird berufs begleitend, rund 95 Prozent arbeiten weiter in Vollzeit. Um Lastspitzen zu vermeiden, gebe es keine Klausuren, sondern Projektarbeiten in Gruppen, so Detscher. Vermittelt wird das Wissen überwiegend über E-Learning-Plattformen. An vier Wochenenden im Semester treffen sich die Studierenden an der Hochschule, an vier weiteren in Online-Seminarräumen. Seit die HfWU vor zwei Jahren ein hybrides Studienmodell einführte, werden die Wochenendveranstaltungen auch per Video übertragen. „80

Prozent unserer Studierenden sind in den Präsenzphasen weiterhin vor Ort“, sagt Detscher.

Die hohe Flexibilität des modular aufgebauten Studiums war es, die Katrin Geisthardt vom Digital-MBA an der HfWU überzeugte. Schließlich musste sie nicht nur ihre Berufstätigkeit, sondern auch ihre Familie mit zwei Kindern mit dem Studium in Einklang bringen. Obwohl sie in Nürtingen wohne, sei die MBA-Zeit extrem anstrengend gewesen. Dennoch schloss sie als Beste ihres Semesters ab. „Ich habe das Handwerkszeug erworben, Strategien im Umgang mit der digitalen Transformation zu entwickeln“, sagt sie. Auch in Sachen Firmenkultur habe sie viel dazugelernt – und gleich im Unternehmen angewandt. So stieß sie ein Projekt an, in dem die Firmenphilosophie neu beleuchtet wurde: „Was sind unsere Werte? Was wollen wir mit unseren Produkten erreichen?“ Gelohnt habe sich das Studium allemal, der MBA sei ein guter Türöffner – und einen Gehaltssprung habe sie auch gemacht.

Den meisten Studierenden gehe es darum, die digitale Wirtschaft in ihrer Breite zu durchdringen, sagt Professor Christian Stummeyer, der den MBA-Studiengang „Digital Business Management“ an der Technischen Hochschule in Ingolstadt leitet. „Manche suchen nach einer neuen Rolle im Unternehmen. Andere fühlen sich in ihrer Abteilung gut aufgehoben, brauchen aber

ein tieferes Verständnis digitaler Technologien und Methoden“, umreißt Christian Stummeyer die Beweggründe seiner Studierenden. Besonders herausfordernd für ihn als Studiengangsleiter sei es, das MBA-Programm wegen der rasanten Entwicklung der Digitalisierung stets auf dem aktuellen Stand der Technik zu halten. „Jedes Jahr sind etwa 30

Prozent der Themen neu“, sagt Christian Stummeyer und bringt ein Beispiel: „Vor drei Jahren haben wir beim Thema KI nur grob umrissen, was Large Language Models (LLM) sind. Dieses Jahr setzen wir LLM-Software wie ChatGPT-4 praktisch ein, um menschliche Sprache durch KI zu verstehen und Texte und Bilder zu generieren.“

ANZEIGE

Interview mit unserer Alumna
Katrin Geisthardt

Systemakkreditierung & Qualitätsmanagement

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

Akkreditierungsurkunde

Interne Akkreditierung

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

dem Studienprogramm

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

auf Basis

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

die interne Akkreditierung bis zum 28.02.2027 aus.



Nürtingen, den 30.07.2022



Professor Dr. Andreas Frey
Rektor

Platzierung & Bewertung auf StudyCheck

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



Beirat

Dr. Andreas Albath



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

Ralph Buchen



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

Helen Yuanyuan Cao



Academic Faculty
– Innovation &
Organizational
Transformation
Luzern University
of Applied
Science and Arts

Prof. Dr. Claus Gerberich



ehem.
Vorstand
ADIDAS AG
und
Unternehmer/
Senior Advisor

Dr. Martin Handschuh



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

Prof. Dr. Michael Hepp



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

Prof. Dr. Markus Mändle



Prorektor
HfWU &
Direktor
Institut für
Kooperations-
wesen

Anja Pflumm



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

Christine Rittner



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

Steffen Vietz



Unternehmer
im
Einzelhandel
und
Technologieber
atung, ehemals
Airbus

Überfachliche Betreuung und Unterstützung im Digital MBA

Leaderfy Simulation Game

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

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



Seminar (Digital) Research-Methoden



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Carsten Herbes:

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

Forschung am Digital Business Institute

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



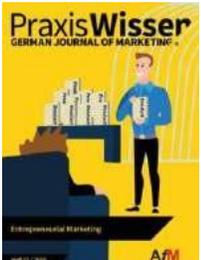
„Next-Gen Metaverse Customer Experience“
(02/2024)



"Erfolgsmarkkmale des B-to-B-Digital-Brand-Marketings"
(04/2023)



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



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

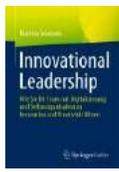


„Fin Sales Tech: Künstliche Intelligenz im Marketing und im Vertrieb von Kapitalmarktprodukten“
(04/2018)

>710.000 Downloads
-> Neuauflage in 2024/25 geplant



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



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



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

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

Schnuppervorlesungen & Digital Management Talks

Schnuppervorlesungen

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

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

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

Digital Management Talks

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

Nächster Termin:

Mittwoch, 29.01.2025 um 19 Uhr

Reshaping the employee experience with GenAI
mit Johannes Maechtel und Kevin Ueckert von MHP

Termine und weitere Infos werden unter www.digital-management-talks.de veröffentlicht.

Die Teilnahme an den Events ist kostenfrei:

[Zur Anmeldung](#)