

Berufsbegleitendes Studien- & MBA-Programm „Digital Management & Marketing“

Nürtingen, August/ September 2019

Prof. Dr. Stefan Detscher



Wer bietet das Studien- & MBA-Programm „Digital Management & Marketing an?

Anbieter des Programms „Digital Management & Marketing“

Die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen

- Systemakkreditierte staatliche Hochschule (Top-3-Ranking in B.-W., Top-9 deutschlandweit für BWL)
- Starke Position in praxisorientierter Lehre und angewandter Forschung mit mehr als 130 Professoren
- Mehr als 30 Vollzeit- und 15 berufsbegleitende Bachelor- und Masterstudiengänge
- Modernes Fakultätsgebäude CI10 und Veranstaltungsort des Studienprogramms in der Innenstadt von Nürtingen



Die WAF Weiterbildungsakademie

- Zentrales Weiterbildungsinstitut der Hochschule Nürtingen-Geislingen
- Erfolgreiches Angebot von Seminaren und Studienprogrammen seit 2003



Die wissenschaftliche Leitung – Prof. Dr. Stefan Detscher

- Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbes. (Digital) Marketing an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen
- Gründer/ Aufbau mehrerer Digitalunternehmen in leitender Funktion, u.a. die RegioHelden GmbH in Stuttgart, welche er erfolgreich an die STRÖER-Gruppe veräußert hat
- Aktiver Investor & Beirat in Start-Ups, u.a. der tado° GmbH in München
- Langjährige Beratungstätigkeit bei A.T. Kearney und Roland Berger

Was ist die Mission und wer ist die Zielgruppe des Studienprogramms „Digital Management & Marketing“?

Mission und Zielgruppen des Programms „Digital Management & Marketing“

Mission:

- Hoher Bedarf in vielen Bereichen der Wirtschaft an Know-How im Bereich Digital Management und digitalisierte Vermarktung
- Praktikern Weiterbildungsmöglichkeit bieten im Bereich digitale Geschäftsentwicklung und digitales Marketing
- Modularer Aufbau mit Zertifikatskursen, die zum MBA „Digital Management & Marketing“ (alternativ Diploma of Advanced Studies) führen


Zielgruppen:

- Firmenpartner: Weiterentwicklung ihrer langjährigen Mitarbeiter und Führungskräfte sowie Entwicklung von Young Professionals mit Bachelor-Abschluss zu Digitalexperten
- Berufstätige Bachelor-Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher, technischer, naturwissenschaftlicher sowie geisteswissenschaftlicher Studienrichtungen mit mindestens einem Jahr Berufserfahrung
- Interdisziplinärer Kreis von Studierenden schafft Multiplikation der Sichtweise auf Herausforderungen der Digitalisierung von Geschäftsmodellen und der Vermarktung



Was hebt das externe Studienprogramm „Digital Management & Marketing“ von anderen Angeboten ab?

USPs des MBA- & Studienprogramms „Digital Management & Marketing“

1. Systemakkreditierte staatliche Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen mit WiWo-Top-3-/Top-9-Ranking (B.-W./ Dtschl.) = keine "windigen" privaten (Fern-)Studiengänge
2. Innovative Themenbereiche wie Künstliche Intelligenz, Machine Learning, Blockchain, Cybersecurity, Internet of Things und Industrie 4.0 sowie Lean Startup-Ansatz und Growth Hacking
3. Einziges stark anwendungsorientiertes berufsbegleitendes Studienprogramm im Bereich „Digital Management & Marketing“ im süddeutschen Raum mit sehr guten Praxispartnern in den verschiedenen Kompetenzbereichen
4. Effektiver Blended Learning-Ansatz mit stark synergetischer Kombination zwischen Class-Room-Sessions und E-Learning auf Basis einer modernen Lernplattform
5. Fokus auf Projekt-/ Case Study-basierte Studienarbeiten und Masterarbeit für höchst mögliche Praxisrelevanz
6. Komplette modularer Aufbau vom einzelnen Zertifikat über Diploma of Advanced Studies bis zum MBA
7. Möglichkeit zu „dualem“ Studium mit Praxispartnern
8. Möglichkeit zu optionalem Auslandsstudium, u.a. an der  UNIVERSITY OF CAMBRIDGE
9. Life-Long Learning/ Peer-Coaching zwischen Teilnehmern, Alumni und Dozenten



Welche Themenmodule werden angeboten?

Studienablauf/ Modulübersicht

Semester	Digital MANAGEMENT	Digital MARKETING
1	Digital Business Model Generation: Management disruptiver Ereignisse und Entwicklungen, Lean Start-Up Approach, Business Model Canvas	Digital Customer Experience Management: Digital Customer Touchpoints mit KI/ Chatbots, Robotic Process Automation in Marketing und Vertrieb, digitale Vermarktungsorganisation
	Digital Technology & Law: Digitale Vernetzung/ Machine Learning, Blockchain (technische Grundlagen und Use Cases), AR/ VR, rechtliche Implikationen neuer Technologien (Datenschutz/ DSGVO, KI, autonomes Fahren, Cybersecurity)	Digital Marketing Communication: Digitale Marketingstrategie, Digital Brand Management, Online-Marketing-Kanalmix, Performance-/ Suchmaschinenmarketing (SEA/ SEO)
2	Intrapreneurship & Digital Leadership: agile Führungs- & Steuerungssysteme (OKR, Multipliers, Topgrading), partizipative Transformation/ Change Management	Digital Market Analytics: Big Data Analysis & Predictive Analytics, Neuromarketing und -pricing
	Entrepreneurship & Innovation Management: Idea Generation & Validation, Skalierung von Innovationen/ Start-Ups, Growth Hacking	Social Media & Advanced Digital Marketing: Social Media, Influencer & Mobile Marketing, Display-, Affiliate- & E-Mail-Marketing
3	Digital Operations Management: Industrie 4.0/ Smart Factory, 3D Printing, Internet of Things, Digital Supply Chain Management	Digital Sales & E-Commerce: Digital Solution, Service & Platform Sales, Multi-Channel Management, E-Commerce/ E-Business
	Digital Business Planning, Controlling & Valuation: Business Planning and Performance Management for Digital Businesses, Venture Valuation	Digital Product & Project Management: Design Thinking/ User Experience (UX), agile Entwicklung und Projektmanagement
	Diploma of Advanced Studies “Digital Management” (36 ECTS)	Diploma of Advanced Studies “Digital Marketing” (36 ECTS)
4	Projekt-/ Case Study-basierte Masterarbeit (18 ECTS)	
	Master of Business Administration (MBA) “Digital Management & Marketing” (90 ECTS)	

Welches Fachgebiet deckt welches Modul ab?

Module, Fachgebiete und Prüfungsformen

S e m .	Modul	Fachgebiete									Prüfungs- form
		Unter- neh- mens- führung	Organi- sation & Perso- nal	Control- ling & Finan- zen	Marke- ting & Kommuni- kation	Vertrieb & Handel	Produk- tion & Logitis- tik	Recht	IT & Techno- logie	Quan- titative Met- hoden	
1	Digital Business Model Generation	x	x								Referat/ Präsentation
	Digital Technology & Law							x	x		Klausur
	Digital Customer Experience Management		x		x	x			x		Referat/ Präsentation
	Digital Marketing Communication				x						Studienarbeit
2	Intrapreneurship & Digital Leadership	x	x								Klausur
	Entrepreneurship & Innovation Management	x		x							Referat/ Präsentation
	Digital Market Analytics				x				x	x	Referat/ Präsentation
	Social Media & Advanced Digital Marketing				x						Studienarbeit
3	Digital Operations Management						x		x		Klausur
	Digital Business Planning, Controlling & Valuation	x		x						x	Studienarbeit
	Digital Sales & E-Commerce				x	x					Referat/ Präsentation
	Digital Product & Project Management	x	x		x						Referat/ Präsentation

Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MANAGEMENT im 1. Semester

Digital Business Model Generation

Lernziele/ -inhalte:

- Management disruptiver Ereignisse und Entwicklungen
- Lean Start-Up Approach und Business Model Canvas zum Verstehen, Analysieren und Aufbauen digitaler Geschäftsmodelle
- Wert- und Wachstumstreiber für digitale Geschäftsmodelle
- Case Study zu digitalen Geschäftsmodellen

Referenten:

Dr. Martin Handschuh:

- Partner und geschäftsführender Gesellschafter der e.venture consulting GmbH und VC-Investor
- Langjähriger A.T. Kearney Partner und Leiter des globalen A.T. Kearney B2B Sales Competence Centers
- Experte für Wachstum, digitalen Vertrieb & Marketing

e.venture



Johannes Ellenberg:

- Gründer und Geschäftsführer von Accelerate Stuttgart
- Unternehmer und Startup-Experte
- Autor von „Der Startup Code“



ACCELERATE
STUTTGART



Digital Technology & Law

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

Prof. Dr. Mathias Engel:

- Professor für IT-Anwendungen in der Betriebswirtschaft
- Experte für KI, IT-Sicherheit und BWL-Anwendungen



Alexander Sachs:

- IT-Consultant bei codecentric AG
- Experte für Scrum + Blockchain-Anwendungen



Prof. Dr. Katja Gabius:

- Professorin für Wirtschaftsrecht und Direktorin des Instituts für Corporate Governance
- Dozentin beim Beck Verlag



RA Dr. Carsten Ulbricht

- Rechtsanwalt mit Fokus auf Internetrecht
- Experte für Datenschutzrecht/ DSGVO



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MARKETING im 1. Semester

Digital Customer Experience Management

Lernziele/ -inhalte:

- Digital Customer Touchpoints u.a. mit KI/ Chatbots
- Robotic Process Automation in Marketing und Vertrieb
- digitale Marketing- und Vertriebsorganisation

Referenten:

• **Julia Lehmann:**

- Gründerin & Geschäftsführerin von OnFore
- Experte 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



• **Dr. Martin Handschuh:**

- Partner und geschäftsführender Gesellschafter der e.venture consulting GmbH und VC-Investor
- Langjähriger A.T. Kearney Partner und Leiter des globalen A.T. Kearney B2B Sales Competence Centers
- Experte für Wachstum, digitalen Vertrieb & Marketing

e.venture



Digital Marketing Communication

Lernziele/ -inhalte:

- Digitale Marketingstrategie und Online-Kanalmix
- Digital Brand Building & Management
- Suchmaschinenmarketing (SEA/ SEO) mit Praxisanwendungen

Referenten:

• **Prof. Dr. Stefan Detscher:**

- Professor für Digital Marketing
- Langjähriger Geschäftsführer des Online-Marketing-Dienstleisters RegioHelden GmbH in Stuttgart

Hochschule für
Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen



• **Dario Müller**

- Gründer und Geschäftsführer von DARIO'S, einem weltweit führenden E-Commerce Unternehmen für Luxusgüter
- Dozent & Promotion an der Aix-Marseille Universität zu „Sustainable Luxury in E-Commerce“
- Ehemaliger Mitarbeiter im Deutschen Bundestag für Dr. Peter Ramsauer

DARIO'S



• **Tobias Fox:**

- Geschäftsführer der Stuttgarter Digitalagentur VERDURE Medienteam GmbH
- SEO Experte und Digital Marketing Strategieberater
- Performance Marketing Speaker und Dozent
- Fachbeiratsmitglied der “SEOkomm” Konferenz

VERDURE



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MANAGEMENT im 2. Semester

Intrapreneurship & Digital Leadership

Lernziele/ -inhalte:

- agile Führungs- & Steuerungssysteme (OKR, Multipliers, Topgrading)
- Partizipative Transformation/ Change Management

Referenten:

• **Prof. Dr. Stefan Detscher:**

- Experte für digitale Geschäftsmodelle
- Gründer/ Aufbau mehrerer Digitalunternehmen in leitender Funktion, u.a. der RegioHelden GmbH in Stuttgart



• **Dr. Martin Handschuh:**

- Partner und geschäftsführender Gesellschafter der e.venture consulting GmbH und VC-Investor
- Langjähriger A.T. Kearney Partner und Leiter des globalen A.T. Kearney B2B Sales Competence Centers
- Experte für Wachstum, digitalen Vertrieb & Marketing



• **Dr. Michael Hepp:**

- Vice President Digital Business & Transformation und Mitglied des Executive Management Teams bei der Walter AG
- Langjährige Erfahrung im Bereich Digitalisierung, Business Innovation und M&A bspw. bei Festo und Rolls Royce Power Systems



• **Marco Pfeiffer:**

- Leiter des globalen Digitalstrategie-Teams bei der Hugo Boss AG
- Langjährige Erfahrung als Führungskraft mit Fokussierung auf Digitalisierung, Strategie, Transformation und Innovation im Agentur- sowie im Corporate-Umfeld, sowie als Projektleiter und Berater



Entrepreneurship & Innovation Management

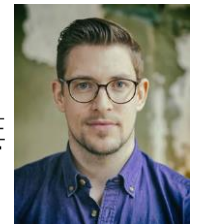
Lernziele/ -inhalte:

- Idea Generation & Validation
- Such- vs. Planphase
- Skalierung von Innovationen/ Start-Ups
- Growth Hacking

Referenten:

• **Johannes Ellenberg:**

- Gründer und Geschäftsführer von Accelerate Stuttgart
- Unternehmer, Startup-Experte und Vortragsredner
- Autor von „Der Startup Code“



• **Serge Reit:**

- Deputy Head of Digital Marketing bei der Deutschen Bank
- Start-up Mentor (Fokus: digital & non-profit)
- Ausgezeichnet für soziales Engagement durch Bundeskanzlerin Angela Merkel



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MARKETING im 2. Semester

Digital Market Analytics

Lernziele/ -inhalte:

- Big Data Analysis & Predictive Analytics
- Neuromarketing und -pricing

Referenten:

- **Prof. Dr. Mathias Engel:**
 - Professor für IT-Anwendungen in der Betriebswirtschaft
 - Experte für KI, IT-Sicherheit und BWL-Anwendungen
 - Umfangreiche Erfahrung mit Predictive Analytics und Simulationen
- **Dr. Sebastian Moll:**
 - Head of Analytics bei Dymatrix
 - Experte für Data Science und Market Analytics
- **Julia Lehmann:**
 - Gründerin & Geschäftsführerin von OnFore
 - Advisor für Customer Experience, Digital Analytics/ Marketing und Applications of AI in Business
- **Dr. Martin Handschuh:**
 - Partner und geschäftsführender Gesellschafter der e.venture consulting GmbH und VC-Investor
 - Langjähriger A.T. Kearney Partner und Leiter des globalen A.T. Kearney B2B Sales Competence Centers
 - Experte für Wachstum, digitalen Vertrieb & Marketing



Social Media & Advanced Digital Marketing

Lernziele/ -inhalte:

- Social Media & Influencer Marketing
- Display & Affiliate Marketing
- Mobile/ In-App & E-Mail-Marketing

Referenten:

- **Prof. Dr. Stefan Detscher:**
 - Professor für Digital Marketing
 - Geschäftsführer des Online-Marketing-Dienstleisters RegioHelden GmbH in Stuttgart
- **Martin Böhringer:**
 - Marketingleiter der ZELTWANGER Holding GmbH
 - Langjährige Erfahrung im B2C & B2B Marketing
 - Dozent an der Hochschule Reutlingen
- **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



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MANAGEMENT im 3. Semester

Digital Operations Management

Lernziele/ -inhalte:

- IoT-/Industrie 4.0-Implementierungsstrategien
- Innovative Produktionstechnologien (z. B. 3D-Printing, H-M-Collaboration)
- Digital Supply Chain Management/ Logistics

Referenten:

• **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. Andreas M. Stockert:**

- Experte für Digital Supply Chain Management/ Logistics
- Langjährige Erfahrung in der Konsumgüterindustrie und Handel als COO / CIO bei der Hugo Boss AG, Charles Vögele AG und Nino AG
- GF und Partner bei Roland Berger und Kurt Salmon Associates



Digital Business Planning, Controlling & Valuation

Lernziele/ -inhalte:

- Business Planning for Digital Businesses
- Performance Management for Digital Businesses
- Venture Valuation

Referenten:

• **Prof. Dr. Stefan Detscher:**

- Experte für digitale Geschäftsmodelle
- Langjähriger Geschäftsführer der RegioHelden GmbH in Stuttgart
- Aktiver Business Angel/ Investor für Start-Ups



• **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)



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MARKETING im 3. Semester

Digital Sales & E-Commerce

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Prof. Dr. Dirk Funck:**

- Professor für Handels- u. Kopperationsmanagement; Studiendekan BWL (B.Sc.)
- Experte für Multi-Channel-Handel & (regionale) Onlinemarktplätze
- Vorsitzender des Beirats der Rid Stiftung für den Bayerischen Einzelhandel, München



• **Markus Fost (MBA):**



- Managing Partner der Strategieberatung FOSTEC & Company
- Gründer und Geschäftsführer der Private Equity Gesellschaft FOSTEC
- Experte für E-Commerce, Online Geschäftsmodelle und Digitale Transformation



• **Dr. Martin Handschuh:**



- Partner und geschäftsführender Gesellschafter der e.venture consulting GmbH und VC-Investor
- Langjähriger A.T. Kearney Partner und Leiter des globalen A.T. Kearney B2B Sales Competence Centers
- Experte für Wachstum, digitalen Vertrieb & Marketing



Digital Product & Project Management

Lernziele/ -inhalte:

- Design Thinking/ User Experience (UX) und User Research
- agile Development und Project Management

Referenten:

• **Prof. Dr. Sebastian Fiedler:**

- Professor für digitale Transformation
- Umfangreiche Erfahrung mit User Experience (UX) und User Research



• **Lukas Bosch**

- Freier Berater und Innovation/Design Thinking Coach
- Experte für die nutzerzentrierte Entwicklung von digitalen Lösungen und Strategien im Kontext der digitalen Transformation
- Mehrjährige Erfahrung in der Beratung und Begleitung von Konzernen, mittelständischen Unternehmen und Start-ups



Mit welchen Abschlüssen kann das berufsbegleitende Studienprogramm absolviert werden?

Mögliche Abschlüsse „Digital Management & Marketing“

MBA „Digital Management & Marketing“

- 12 Module (12x 6 ECTS = 72 ECTS) + projektbasierte Masterthesis (18 ECTS) für MBA „Digital Mgm. & Marketing“ (90 ECTS)
- Dauer: 4 Semester
- Aufnahmebedingung: Bachelor (180 ECTS) und mind. 1 Jahr Berufserfahrung
- Gebühren für MBA (*Start WiSe 2019/20*): EUR 4.500 jeweils zu Beginn der vier Semester oder EUR 755 pro Monat über 24 Monate und einmalig EUR 200 Prüfungsgebühr
- Studiengebühren als Werbungskosten von Steuer absetzbar oder direkt von Arbeitsgeber (teil-)zahlbar

Diplomas of Advanced Studies

- Dipl. of Adv. Stud. bei Abschluss von 6 Modulen in Teilbereich
- Mögliche „Diploma of Advanced Studies“:
 - **Dipl. of Adv. Stud. „Digital Management“** – erfolgreicher Abschluss von 6 Modulen im Bereich „Digital Management“
 - **Dipl. of Adv. Stud. „Digital Marketing“** – erfolgreicher Abschluss von 6 Modulen im Bereich „Digital Marketing“
- Dauer: 1,5 Jahre
- Gebühren für Diploma (*Start WiSe 2019/20*): EUR 2.900 jeweils zu Beginn der drei Semester oder EUR 485 pro Monat über 18 Monate und einmalig EUR 200 Prüfungsgebühr
- Studiengebühren als Werbungskosten von Steuer absetzbar oder direkt von Arbeitsgeber (teil-)zahlbar

Zertifikat

- Teilnahme und Abschluss einzelner Kursmodule
- Kumulieren der Module zu MBA oder Diploma möglich
- Dauer pro Kursmodul: 1 Semester
- Gebühren für einen Zertifikatskurs (*WiSe 2019/20*): EUR 1.450 und EUR 100 Prüfungsgebühr jeweils einmalig
- Studiengebühren als Werbungskosten von Steuer absetzbar oder direkt von Arbeitsgeber (teil-)zahlbar

Rahmenbedingungen Studienprogramm „Digital Management & Marketing“

- 28 Unterrichtseinheiten x 45 min Präsenzveranstaltungen pro Zertifikatskurs/ Modul in Blöcken an jeweils zwei Freitag Nachmittagen/ Abenden (16:15 - 20:15 Uhr) und Samstagen (8:30 - 16:15 Uhr)
- In der Regel finden während der Vorlesungszeiten von Ende März bis Anfang Juli sowie von Anfang Oktober bis Ende Januar jedes zweite Wochenende die Präsenzkurse statt (mit Pause über Pfingsten + Weihnachten)
- Präsenzkurse am Campus Nürtingen (bei Stuttgart) sowie Betreuung durch Dozenten über E-Learning-Plattform in den Selbstlern- und Projektphasen
- **Anmeldefrist:** nächster Anmeldeschluss für den MBA ist der **6. September 2019** (falls Restplätze verfügbar noch bis 27.09.); fürs Diploma und die Zertifikatskurse werden auch noch im laufenden Semester Anmeldungen angenommen.
-> Bei zeitlich knapper Anmeldung Unterlagen bitte vorab per Mail an waf@hfwu.de senden
- Überblick über Finanzierungsmöglichkeiten und Förderung stellt unsere Weiterbildungsakademie bereit unter dem Punkt "Finanzierungsmöglichkeiten": <https://www.hfwu.de/weiterbildung/bachelor-master-mba/>
- Weitere Möglichkeit zur Studienfinanzierung ist die Teilnahme an einem „umgekehrten Generationenvertrag“, bei welchem erst Zahlungen nach dem Studium einkommensabhängig fällig werden, wie bspw.: <https://www.mba-bildungsfonds.de/>
-> Aktuelle Vergleichsstudie des CHE zu verschiedenen, anderweitigen Studienfinanzierungsangeboten ist zu finden unter: https://www.che.de/downloads/CHE_AP_224_Studienkredit_Test_2019.pdf

Wann starten Kurse im Jahr 2019 und im ersten Halbjahr 2020?

Programmübersicht Wintersemester 2019/20 & Sommersemester 2020

Startdatum	Enddatum	Anmeldefrist	Kurs/ Programm
11. Oktober 2019	Juli 2021	06.09.2019 (falls Restplätze verfügbar noch bis 27.09.)	MBA Digital Management & Marketing
	Februar 2021		Diplomas of Advanced Studies Digital Management & Digital Marketing
11. Oktober bis 9. November 2019 -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx	Januar 2020	jeweils zwei Wochen vor Kursstart	<u>8 Kursmodule des 1. und 2. Semesters des MBAs als Zertifikatskurse:</u> Digital Business Model Generation, Digital Technology & Law, Entrepreneurship & Innovation Management, Intrapreneurship & Digital Leadership, Digital Customer Experience Management, Digital Marketing Communication/ Online Marketing Digital Market Analytics und Social Media & Advanced Digital Marketing
27. März 2020	Februar 2022	28.02.2020	MBA Digital Management & Marketing
	Juli 2021		Diplomas of Advanced Studies Digital Management & Digital Marketing
27. März bis 25. April 2020	Juli 2020	jeweils zwei Wochen vor Kursstart	alle 12 Kursmodule des MBAs als Zertifikatskurse

Mögliche Arten der Zusammenarbeit mit Unternehmen/ duales Studium

Weiterbildung/ Weiterentwicklung durch Zertifikatskurse/ Diploma/ MBA

- Gezielter Aufbau von **Fähigkeiten und Kompetenzen als Fach- und Führungskraft** in den verschiedenen Fachbereichen von **Digital Management & Marketing** durch den **MBA/ das Diploma**
- Teilnahme an einem oder mehreren der Module mit jeweils **Abschluss eines Zertifikats** von der HfWU (später anrechenbar für den Diploma-/ MBA-Abschluss)
- Möglicher **Bestandteil eines digitalen Transformationsprogramms** in Unternehmen
- **Mitarbeiterentwicklung und -bindung** durch Weiterqualifizierung und Studienfinanzierung

-> siehe Top-5 Fragen/ Argumentation im Anhang für Arbeitgeber

Duales MBA-Studium als Trainee/ Young Professional

- **Berufseinstieg als Trainee/ Young Professional** mit gleichzeitigem **Know-How-Aufbau im Digitalbereich**
- **Duales MBA-Studium und Traineeship/ Junior-Position** kombinierbar, so dass der Young Professional sofort ein Gehalt hat und Vollzeitberufserfahrung sammelt trotz Weiterstudium zum MBA
- **Kontakt zu interessierten Unternehmen** kann hergestellt werden

-> bei Interesse mit Präferenz der Unternehmensart/ der Stelle wenden an stefan.detscher@hfwu.de oder individuell möglichen neuen Arbeitgeber nach Möglichkeit eines dualen MBAs fragen

Wie können Sie im Rahmen des Studiums Auslandserfahrung sammeln?

Mögliches optionales Auslandsstudium

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

University of Cambridge



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm "Business and Entrepreneurship Programme" im August:
<http://www.ice.cam.ac.uk/course/business-and-entrepreneurship-summer-programme>
- anrechenbar fürs Modul „Entrepreneurship & Innovation“
- sehr erfahrene Unternehmer/ Experten als Dozenten
- Entwicklung eines eigenen Geschäftsmodells/ Business Plans
- kulturell-historisches Rahmenprogramm in Cambridge

Universitat Central de Catalunya in Barcelona



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm "Marketing & Business 4.0" im Juli:
<https://www.uvic.cat/en/international/study-abroad/international-summer-term/marketing-business-4>
- anrechenbar fürs Modul „Digital Market Analytics“
- sehr erfahrene Dozenten aus der Praxis
- Case Studies, Projektarbeit und vier Firmenbesuche
- kulturelles Rahmenprogramm in Barcelona

- > Weitere Partnerprogramme in anderen Ländern sind für die Folgejahre in Planung
- > Wenn Sie ein für Sie interessantes anderes Auslandsstudienprogramm sehen, können Sie die Programmbeschreibung zur Prüfung bzgl. Anrechenbarkeit an den Studienprogrammleiter unter stefan.detscher@hfwu.de senden

Ist das Programm systemakkreditiert und wie wird Qualität gesichert?

Systemakkreditierung & Qualitätsmanagement

- Die HfWU hat die Systemakkreditierung durch den Akkreditierungsrat erfolgreich durchlaufen. Damit wurde das hochschuleigene System zur Qualitätssicherung in Studium und Lehre AQAS zertifiziert.
- Das Studienprogramm Digital Management & Marketing hat alle Stufen dieses Systems der Qualitätssicherung nach den entsprechenden Vorgaben mit Erfolg absolviert und ist auf dieser Basis akkreditiert. Somit unterliegt es einem kontinuierlichen und systematischen Qualitäts-Monitoring.
- Vollständige Evaluation aller Lehrveranstaltungen und aller Dozenten durch Studierende im MBA Digital Management & Marketing
- Die Weiterentwicklung des Programms wird durch einen fünfköpfigen mit hochkarätigen Vertretern aus Wissenschaft und Praxis besetzten Beirat unterstützt und sichergestellt.



„ENTREPRENEURIAL MARKETING & SALES Summit #1“

am 28. November 2018 in der Hochschule in Nürtingen

- **Begrüßung**

Rektor Prof. Dr. Andreas Frey & Prof. Dr. Stefan Detscher

- **Key Note: 10X in Vertrieb und Marketing – Analytik, Automatisierung und artifizielle Intelligenz nutzen für radikale Verbesserungen**

Dr. Martin Handschuh, Geschäftsführer e.venture GmbH

- **Vortrag: Analytik einsetzen – Herausragende Verbesserungen entlang des Vermarktungsprozesses erzielen**

Dr. Paul Preiss, CEO Swiss Digital Excellence AG

- **Vortrag: Der Finanzvertrieb der Zukunft – maximal personalisiert, kundenwertgenerierend und technologieunterstützt.**

Ein Vorbild für andere Branchen?

Martin Lorch, Head of Digital Distribution Franklin Templeton Investments

- **Key Note: Disruptives Marketing – Was Großunternehmen von Start-Ups lernen können**

Prof. Dr. Stefan Detscher, HfWU

- **Vortrag: Die Rolle als Vertriebs- und MarketingmanagerIn: 2008, 2018, 2028**

Dr. Roman Wecker, Principal, Heidrick & Struggles

- **Impulsvortrag: Superkräfte für Top-Performance – Was wir aus dem Höchstleistungssport lernen können**

Michael Berrer, ex-ATP-Top-50-Tennisprofi, Deutscher Meister 2016

- **Zusammenfassung und Ausblick auf Studienprogramm „Digital Management & Marketing“**

Prof. Dr. Stefan Detscher & Dr. Martin Handschuh

- **Networking**

Pressemitteilung:

<https://goo.gl/CksgaZ>

Videointerview:

<https://youtu.be/ArhiFyVrcPU>

Welche Positionen können Sie typischerweise mit dem Studienprogramm anstreben?

Berufliche Entwicklung durch den MBA Digital Management & Marketing

- 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:
 - als Leiter/-in oder Experte in Transformations-/ Innovationsprojekten
 - in (Fach-)Abteilungen zur Umsetzung von Digitalisierungsstrategien
 - als Assistent/-in des Vorstands/ der Geschäftsführung oder als ProjektmanagerIn
 - als Online-Marketing-/ Social-Media-Manager/-in
 - Experte/in E-Commerce
 - uvm.

Weshalb ist das berufsbegleitende Studium Digital Management & Marketing sinnvoll für Unternehmen?

Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

1. *Welchen Nutzen bringt das Studienprogramm Digital Management & Marketing dem Unternehmen?*

Zeigen Sie, wie die wichtigsten Herausforderungen Ihres Unternehmens/ Bereichs durch den Studieninhalt Ihres geplanten berufsbegleitenden Studiums Digital Management & Marketing mit neu gewonnenen Kenntnisse und Kompetenzen gemeistert werden können. Neu erlernte Fähigkeiten und Fachkenntnisse können Sie so direkt bei der Arbeit zum Nutzen des Unternehmens anwenden und im Rahmen des Studiums sogar „echte“ Problemstellungen/ Projekte des Unternehmens mit Experteninput der Dozenten bearbeiten, wofür sonst „teure“ externe Dienstleister/ Neueinstellungen nötig wären.

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

Die Vorlesungen finden in der Regel Freitag nachmittags ab 16:15 Uhr und samstags statt. Dadurch können Sie unter der Woche, wie gewohnt, Ihrem Job nachgehen und sind für Termine verfügbar. Auch wird die Last bzgl. Prüfungsleistungen übers Semester/ Jahr hinweg verteilt, da es keine „geballte“ Klausurzeit gibt. Erklären Sie, wie Sie sich Ihre berufliche Entwicklung vorstellen und wie Sie planen, sich während der Weiterbildung zu entwickeln, dass Sie damit zu einer Fach-/ Führungskraft mit wertvollem Know-How insbesondere im Digitalbereich fürs Unternehmen werden können.

Weshalb ist das berufsbegleitende Studium Digital Management & Marketing sinnvoll für Unternehmen?

Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

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

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

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

Sie müssen Ihrem Arbeitgeber zeigen, dass das von Ihnen gewählte Programm dem Unternehmen insbesondere mittels Ihrer Weiterentwicklung einen Wert bringt. Nehmen Sie Bezug auf die **USPs des MBA- & Studienprogramms „Digital Management & Marketing“** von Seite 4 der Präsentation

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

Oftmals sind nicht nur Sie und Ihr Vorgesetzter Teil des Entscheidungsprozesses. Bereiten Sie sich darauf vor, dass auch andere Ansprechpartner, wie die Personalabteilung, andere Abteilungsleiter oder sogar die Geschäftsführung an der Entscheidungsfindung beteiligt sind und unterschiedliche Informationen benötigen.

Wen können Sie bei inhaltlichen Rückfragen und bzgl. Anmeldung/ Organisation kontaktieren?

Ihre Ansprechpartner

Wissenschaftliche Leitung & Firmenpartnerschaften

Prof. Dr. Stefan Detscher

Professor im Studiengang BWL und
Leiter MBA-Programm Digital Management
& Marketing

Tel.: 07022 / 201-1056

stefan.detscher@hfwu.de



Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen
Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen
Gebäude CI10 343
Sigmaringer Str. 25
72622 Nürtingen

www.hfwu.de/dmx

Anmeldung & Organisation

Simone Lang

Büroleiterin
Weiterbildungsakademie

Tel.: 07022 / 201-301

waf@hfwu.de



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



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Ihre Fragen?