

**Satzung der Externenprüfungsordnung für die
Fachrichtungen „Digital Marketing & Sales“,
„Digital Business & Leadership“,
„Digital Operations Management“,
„Digital Management & Analytics“ und
„Digital & Sustainable Management“
Master of Business Administration –
MBA der Hochschule für Wirtschaft und
Umwelt Nürtingen-Geislingen
vom 8. Februar 2022**

in der Fassung der 4. Änderungssatzung vom 17. April 2026

Rechtsgrundlage

Aufgrund von § 8 Abs. 6 in Verbindung mit § 30 Abs. 1, § 32 Abs. 3 und § 33 des Gesetzes über die Hochschulen in Baden-Württemberg (Landeshochschulgesetz - LHG) in der Fassung vom 1. Januar 2005 (GBl. 2005, S. 1), zuletzt geändert durch Artikel 5 des Gesetzes vom 11. Dezember 2025 (GBl. 2025 Nr. 139) hat der Senat der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen am 9. April 2026 die nachstehende Satzung, zuletzt geändert am 7. Februar 2023, am 13. Februar 2024 und am 9. Mai 2025, beschlossen.

A. ALLGEMEINER TEIL

§ 1 Geltungsbereich

Diese Prüfungsordnung gilt für die Masterprüfung von nichtimmatrikulierten Studierenden (Externenprüfung) zum „Master of Business Administration“ in den Fachrichtungen „Digital Marketing & Sales“, „Digital Business & Leadership“, „Digital Operations Management“, „Digital Management & Analytics“ und „Digital & Sustainable Management“.

§ 2 Anwendung der Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule Nürtingen-Geislingen

Die Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen - Allgemeiner Teil für Bachelor- und Masterstudiengänge (SPO-AT) vom 24. Januar 2022 in der jeweils geltenden Fassung ist auf die Externenprüfung anzuwenden, soweit in dieser Prüfungsordnung nichts anderes bestimmt ist. Ausgenommen ist § 4 Abs. 1 SPO-AT.

§ 3 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Zur Externenprüfung kann zugelassen werden, wer folgende Voraussetzungen nachweist:
 1. Ein abgeschlossenes Studium an einer deutschen Hochschule oder Dualen Hochschule oder ein vergleichbarer Abschluss an einer ausländischen Hochschule im Umfang von in der Regel mindestens 210 ECTS-Punkten; bei weniger als 210 ECTS-Punkten ist der Nachweis der Qualifikation nach Abs. 2 zu führen. Der Abschluss wird nachgewiesen durch eine amtlich beglaubigte Abschrift oder Fotokopie des Abschlusses, bei ausländischen Bildungsnachweisen ist eine Anerkennung des Abschlusses einzureichen. Die Anerkennung kann durch die von der Kultusministerkonferenz (KMK) festgelegten Anerkennungsstellen, z. B. das Studienkolleg Konstanz oder die Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen (ZAB), vorgenommen werden.
 2. Eine berufspraktische Erfahrung von mindestens einem Jahr, wobei die während des Erststudiums geleistete Praxiszeit anerkannt wird.
 3. Den Nachweis über eine hinreichende Vorbereitung auf die Externenprüfung. Dazu ist in der Regel die Teilnahme an einem Vorbereitungsprogramm erforderlich, das auf der Grundlage der Kooperationsvereinbarung zwischen der Hochschule und der HfWU Akademie e.V. durchgeführt wird. Das Vorbereitungsprogramm der HfWU Akademie e.V. muss von einer Akkreditierungsagentur, die vom Akkreditierungsrat anerkannt ist, zertifiziert sein.
- (2) Soweit Bewerber*innen einen Hochschulabschluss oder einen vergleichbaren Abschluss nachweisen, der die zum Antritt notwendigen Credits zum Erreichen eines 300 Credit Masterabschlusses um max.

30 Credits unterschreitet, jedoch mindestens 180 Credits umfasst, kann der zusätzliche individuelle Nachweis der fehlenden Qualifikation durch die in § 2 Abs. 10 SPO-AT genannten Optionen a. oder b. erbracht werden.

Die wissenschaftliche Leitung des Studienprogramms entscheidet, welche Option zur Anwendung kommt und führt bei Option a. die Gleichwertigkeitsprüfung in Form einer einmaligen, 30 minütigen mündlichen Prüfung durch und entscheidet bei Option b. über die Anerkennung bzw. Anrechnung von Leistungen.

Bei Anwendung von Option b. können ausschließlich Berufserfahrungen mit bis zu 30 ECTS angerechnet werden, die über die Mindestzeit von 12 Monaten hinaus außerhalb des Hochschulsystems erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten darstellen sowie sich von den Leistungen nach Abs.1 Nr. 2 unterscheiden. Die ECTS werden als Zusatzmodule ausgewiesen.

- (3) Dem Antrag auf Zulassung zur Externenprüfung ist außerdem ein Lebenslauf mit Darstellung der bisherigen Studienerfahrung und der relevanten Berufserfahrung beizufügen.
- (4) Über die Zulassung zur Externenprüfung entscheidet der Prüfungsausschuss der Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen.

§ 4 Modulinhalte und Modulprüfungen

- (1) Der Bewerber wählt in der Regel mit dem Antrag auf Zulassung eine der Fachrichtungen „Digital Marketing & Sales“, „Digital Business & Leadership“, „Digital Operations Management“, „Digital Management & Analytics“ und „Digital & Sustainable Management“. Die Auswahl der Fachrichtung kann noch bis zum Ende des 1. Semesters durch einfachen, formlosen Antrag des Bewerbers geändert werden. Das Anmeldeverfahren und das kapazitätsabhängige Zustandekommen der jeweiligen Fachrichtung regelt die wissenschaftliche Leitung des Studienprogramms.
- (2) Nach dem Abschluss des 1. Semesters ist ein Wechsel der Fachrichtung nur mit Zustimmung der wissenschaftlichen Leitung und des Prüfungsausschusses der Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen möglich. Hierfür müssen ggf. entsprechende Modulprüfungen und Vorbereitungskurse nachgeholt werden.
- (3) Die Modulprüfungen werden grundsätzlich im Anschluss an die betreffenden Vorbereitungskurse des jeweiligen Semesters abgelegt.
- (4) Die Masterarbeit ist eine schriftliche wissenschaftliche Arbeit. Die Bearbeitungszeit beträgt fünf Monate.
- (5) Schriftliche Arbeiten, Referate/ Präsentationen, Studienarbeiten und die Masterarbeit können auch als Gruppenarbeiten vergeben werden. Der Anteil der einzelnen Kandidaten in einer Gruppenleistung muss getrennt dargestellt und bewertet werden können.
- (6) Ein Ablegen der Module in einem anderen als im „Besonderen Teil“ vorgesehenen Semester ist möglich.
- (7) Eine Modulprüfung kann nur als Ganzes wiederholt werden. Eine Wiederholung von Teilen ist ausgeschlossen.

§ 5 Unterrichts- und Prüfungssprache

- (1) Unterrichts- und Prüfungssprachen sind Deutsch und Englisch. Die Unterrichtssprache für einzelne Lehrveranstaltungen oder Module wird zu Beginn des Vorlesungsbetriebs festgelegt und es erfolgt eine entsprechende Bekanntgabe – i.d.R. über das Modulhandbuch.
- (2) Die Entscheidung darüber, ob einzelne Lehrveranstaltungen oder Module in deutscher oder englischer Unterrichtssprache erfolgen, trifft die wissenschaftliche Leitung des Studienprogramms im Einvernehmen mit den entsprechenden Lehrpersonen.
- (3) Die Prüfung erfolgt in der Regel in der jeweiligen Unterrichtssprache.

§ 6 Zeugnis und Abschlussbezeichnung

- (1) Hat der Bewerber alle Modulprüfungen für die Masterprüfung bestanden, gilt die Externenprüfung als erfolgreich abgeschlossen. Über die Ergebnisse der Masterprüfung wird ein Masterzeugnis (MBA) ausgestellt, in welchem zu vermerken ist, dass die Masterprüfung als Externenprüfung abgelegt wurde.
- (2) Das Masterzeugnis (MBA) enthält die Modulnoten, das Thema der Masterarbeit und die Gesamtnote.
- (3) Im Besonderen Teil werden die Gewichtungsfaktoren zur Ermittlung der Noten im Masterzeugnis (MBA) bestimmt.

Die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen verleiht nach bestandener Masterprüfung den akademischen Grad Master of Business Administration für die Fachrichtung „Digital Marketing & Sales“, „Digital Business & Leadership“, „Digital Operations Management“, „Digital Management & Analytics“ oder „Digital & Sustainable Management“. Zusätzlich wird ein Diploma Supplement (DS) entsprechend dem European Diploma Supplement Model (Europäische Union/Europarat/UNESCO) ausgestellt.

- (4) Erstellt ein Bewerber eine weitere Masterarbeit und belegt die erforderlichen Module aus einer zunächst nicht gewählten Fachrichtung, kann ein weiterer Grad Master of Business Administration – MBA für die Fachrichtung „Digital Marketing & Sales“, „Digital Business & Leadership“, „Digital Operations Management“, „Digital Management & Analytics“ oder „Digital & Sustainable Management“ verliehen werden.

§ 7 Prüfungsgebühren

Es werden Prüfungsgebühren gemäß der Satzung über die Erhebung von Gebühren und Auslagen an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (Hochschulgebührensatzung) vom 29. Januar 2015 in der jeweils geltenden Fassung erhoben. Sie sind unverzüglich nach Zulassung zur Externenprüfung (§ 3 Abs. 4) zu entrichten. Die Zulassung wird erst wirksam, wenn die Prüfungsgebühr entrichtet ist.

§ 8 Inkrafttreten

- (1) Diese Satzung tritt zum 01. September 2022 in Kraft.
- (2) Die Änderung der Externenprüfungsordnung vom 7. Februar 2023 tritt zum 1. September 2023 in Kraft.
- (3) Die Änderung der Externenprüfungsordnung vom 13. Februar 2024 tritt zum 1. September 2024 in Kraft. Studierende, die ihr Studium früher begonnen haben, beenden ihr Studium nach der bisher gültigen Fassung.
- (4) Die Änderung der Externenprüfungsordnung vom 9. Mai 2025 tritt zum 1. September 2025 in Kraft. Studierende, die ihr Studium früher begonnen haben, beenden ihr Studium nach der bisher gültigen Fassung.
- (5) Die Änderungen der Externenprüfungsordnung vom 17. April 2026 in § 3 Abs. 1 Nr. 1 Sätze 2 und 3 treten mit Wirkung zum 1. März 2026 in Kraft. Alle weiteren Änderungen der Externenprüfungsordnung vom 17. April 2026 treten zum 1. September 2026 in Kraft. Studierende, die ihr Studium früher begonnen haben, beenden ihr Studium nach der bisher gültigen Fassung.

B. BESONDERER TEIL

1. Studienaufbau

Das berufsbegleitende Masterstudium umfasst drei theoretische Studiensemester mit einer gegenüber einem Vollzeitstudium auf 80% reduzierten Arbeitsbelastung (24 CR pro Semester). Die Anfertigung der Masterarbeit erfolgt i.d.R. im 4. Semester. Der Nachweis einer hinreichenden Vorbereitung auf die Externenprüfung gilt als erbracht, wenn der Besuch einschlägiger Vorbereitungskurse belegt werden kann. Inhalt und Struktur der Vorbereitung werden in einer separaten Vereinbarung mit dem Träger der Vorbereitungskurse festgelegt.

Bezugnehmend auf § 2 Abs. 9 SPO-AT kann der Unterricht der Vorbereitungskurse in einem sogenannten Hybridformat mit einem entsprechenden Anteil an Online-Unterricht angeboten werden.

Den entsprechenden Anteil an Präsenz- und Online-Unterricht legt die wissenschaftliche Leitung des Studienprogramms zusammen mit den jeweiligen Lehrpersonen fest.

Die Studierenden müssen daher die notwendigen Voraussetzungen für eine Teilnahme am Online-Unterricht der Vorbereitungskurse, wie insbesondere ein internetfähiges Endgerät mit Kamera und Mikrofon sowie einen entsprechenden Internetzugang, verfügbar haben.

2. Module und Modulprüfungen

Semester	Modulnummer	Module Deutsch Englisch	CR	PV	MP	GM	NG	Bemerkungen	
1-3	107-049	Digitale Geschäftsmodellinnovationen & Entrepreneurship <i>Digital Business Model Innovation & Entrepreneurship</i>	6		R		6		
	107-050	Digital- & KI-basierte Technologien & Recht <i>Digital & AI based Technology & Law</i>	6		StA		6		
	107-045	KI und Immersive Web basiertes Customer Experience Management <i>AI & Immersive Web based Customer Experience Management</i>	6		StA		6		
	107-047	KI-Anwendungswerkstatt <i>AI Application Workshop</i>	6		StA		6		
	107-051	Digitales & KI-basiertes Produkt-, Prozess- & Projektmanagement <i>Digital & AI based Product, Process & Project Management</i>	6		StA		6		
	107-030	Design Thinking & User Experience Management <i>Design Thinking & User Experience Management</i>	6		StA		6		
	107-031	Digitale Transformation & nachhaltiges Veränderungsmanagement <i>Digital Transformation & Sustainable Change Management</i>	6		R		6		
	Fachrichtung: Digital Marketing & Sales								
	107-028	Digitale Marketingstrategie, Markenführung & Kampagnenmanagement <i>Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management</i>	6		StA		6		
	107-032	Suchmaschinen-/Performance-Marketing & Web Analytics <i>Search Engine/Performance Marketing & Web Analytics</i>	6		StA		6		
	107-023	Social Media, Content & Influencer Marketing <i>Social Media, Content & Influencer Marketing</i>	6		StA		6		
	107-034	Automatisiertes und programmatisches digitales Marketing <i>Advanced & Programmatic Digital Marketing</i>	6		StA		6		
	107-036	Digitalisierung im Vertrieb & E-Commerce <i>Digital Sales & E-Commerce</i>	6		R		6		
	Fachrichtung: Digital Business & Leadership								
	107-036	Digitalisierung im Vertrieb & E-Commerce <i>Digital Sales & E-Commerce</i>	6		R		6		
	107-037	Datenbasierte B2B-Geschäftsmodelle und -Plattformen <i>Data-based B2B Business Models & Platforms</i>	6		StA		6		
	107-038	Digitale Business Planung, Steuerung & Unternehmensbewertung <i>Digital Business Planning, Steering & Valuation</i>	6		StA		6		
107-039	Digitale Führung & agiles Management <i>Digital Leadership & Agile Management</i>	6		StA		6			
107-040	Digitales Personalmanagement <i>Digital HR Management</i>	6		StA		6			

Fachrichtung: Digital Operations Management							
107-037	Datenbasierte B2B-Geschäftsmodelle und -Plattformen <i>Data-based B2B Business Models & Platforms</i>	6		StA		6	
107-038	Digitale Business Planung, Steuerung & Unternehmensbewertung <i>Digital Business Planning, Steering & Valuation</i>	6		StA		6	
107-041	Digitalisierung des Controllings u. KI-basierte Prozess- Automatisierung <i>Digital Controlling & AI based Process Automation</i>	6		StA		6	
107-046	Digitalisierung industrieller Wertschöpfungsprozesse & Innovationsmanagement <i>Digitalization of Industrial Value Chains and Innovation Management</i>	6		StA		6	
107-043	Digitales Supply Chain Management <i>Digital Supply Chain Management</i>	6		StA		6	
Fachrichtung: Digital Management & Analytics							
107-048	Web & People Analytics <i>Web & People Analytics</i>	6		StA		6	
107-035	Machine Learning & Big Data Analytics <i>Machine Learning & Big Data Analytics</i>	6		StA		6	
107-038	Digitale Business Planung, Steuerung & Unternehmensbewertung <i>Digital Business Planning, Steering & Valuation</i>	6		StA		6	
107-041	Digitalisierung des Controllings u. KI-basierte Prozess- Automatisierung <i>Digital Controlling & AI based Process Automation</i>	6		StA		6	
107-044	Datenmanagement & Visual Analytics <i>Data Management & Visual Analytics</i>	6		StA		6	
Fachrichtung: Digital & Sustainable Management							
107-039	Digitale Führung & agiles Management <i>Digital Leadership & Agile Management</i>	6		StA		6	
107-052	Grundlagen Nachhaltigkeitsmanagement <i>Principles of Sustainability Management</i>	6		StA		6	
107-053	Innovation und Entrepreneurship im Nachhaltigkeitsmanagement <i>Innovation and Entrepreneurship for Sustainability Management</i>	6		StA		6	
107-054	Nachhaltigkeitsmarketing <i>Sustainability Marketing</i>	6		StA		6	
107-055	Trendthemen Nachhaltigkeitsmanagement <i>Trend Topics Sustainability Management</i>	6		StA		6	
Gesamt Semester 1 bis 3		72				72	

	107-013	Masterarbeit Master Thesis	18	ja	MA 5Mo		18	Besuch Seminar digitales wissen- schaftliches Arbeiten als PV
	Gesamt Semester 4		18					
Gesamt Studium			90					

Legende:

- CR = Credits
- MA = Masterarbeit
- Mo = Monate
- MP = Modulprüfung
- NG = Notengewichtung für die Gesamtnote
- PV = Prüfungsvorleistung
- R = Referat / Präsentation
- StA = Studienarbeit

3. Belegung Module anderer Fachrichtung des MBA

Bis zu zwei Module des 1., 2. und 3. Semesters können mit Zustimmung des zuständigen wissenschaftlichen Leiters aus den anderen Fachrichtungen des MBA belegt werden und dadurch ein Modul aus der eigenen Fachrichtung oder den Pflichtmodulen ersetzt werden. Die Zustimmung zur Fremdbelegung des Moduls ist abhängig von fachlicher Passung und von kapazitiver Verfügbarkeit.

Das Modul 107-048 Web & People Analytics darf nur von Studierenden, die parallel weder das Modul 107-032 Suchmaschinen-/Performance-Marketing & Web Analytics noch das Modul 107-040 Digitales Personalmanagement belegen oder absolviert haben, belegt oder zur Anrechnung gebracht werden.

Bei einer Einschreibung für den ersten MBA-Grad bis spätestens zum Sommersemester 2025 gemäß der bis dahin gültigen EPO kann zur Erlangung eines zweiten MBA-Grades gemäß § 6 Abs. 4 ein drittes Fremdmodul für diesen anerkannt werden.

Es muss zum Erlangen des zweiten MBA-Grades trotz Belegung/ Anrechnung von Modulen anderer Fachrichtungen des MBAs immer mindestens ein zusätzliches Kursmodul absolviert und bestanden werden.

4. Anerkennung von Credits aus anderen Externen-Programmen

Auf Antrag können ausgewählte Module sowie die Masterarbeit aus den Externen-Programmen „Digital Business Management“ und „Artificial Intelligence & Data Science“ (DBX) zum Erwerb des Abschlusses Master of Business Administration für die Fachrichtung „Digital Marketing & Sales“, „Digital Business & Leadership“, „Digital Operations Management“, „Digital Management & Analytics“ oder „Digital & Sustainable Management“ anerkannt werden.