



Digital Business School



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

24.06.2023

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



Über Uns

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU)



- Systemakkreditierte staatliche Hochschule mit Spitzenrankings von WirtschaftsWoche und von CHE/ Die ZEIT
- Starke Position in praxisorientierter Lehre und angewandter Forschung mit >30 Vollzeit- & >20 berufsbegleitenden Bachelor- und Masterstudiengängen/-programmen



Digital Business School an der HfWU

- >10 ProfessorInnen, >30 DozentInnen aus der Praxis und vierköpfiges Organisationsteam
- Kursorte des Studienprogramms in der Innenstadt von Nürtingen: modernes Fakultätsgebäude C110 und Start-Up-Center Future.Box



Weiterbildungsakademie an der HfWU

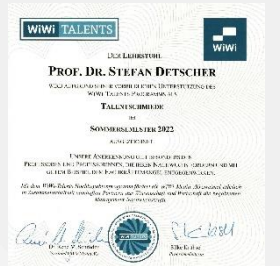
- Zentrales Kompetenzzentrum der HfWU für Weiterbildung und berufsbegleitende Studienprogramme
- Mehrere tausend Teilnehmende und AbsolventInnen seit 20 Jahren



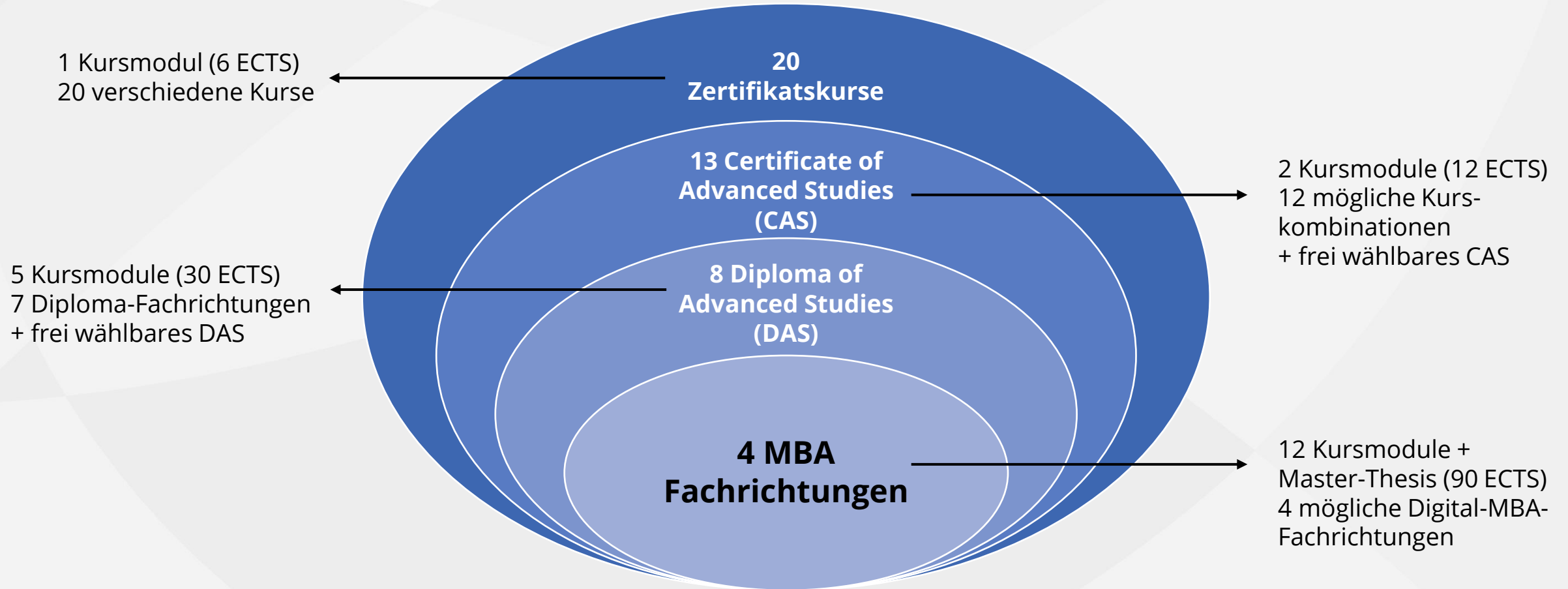
Leitung Digital Business School Prof. Dr. Stefan Detscher








- Geschäftsführender Direktor des Digital Business Institute und Leiter der Digital Business School an der HfWU
- Professor im Studiengang BWL an der HfWU
- 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, u.a. tado° GmbH
- ehemals Berater bei Roland Berger & Kearney



Übersicht Digital-MBA-& Studienprogramm



Digital-MBA-Programm Modulübersicht

Pflichtmodule (für alle Fachrichtungen)			
Digital Business Model Innovation		Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt. 	
Digital Technology & Law		Digital AI Based Customer Experience & Relationship Mgmt.	
Digital Transformation & Sustainable Change Mgmt. 		Design Thinking & User Experience Management	
Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development			
Fachrichtungsmodule (pro Fachrichtung)			
Digital Sales & E-Commerce 	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innov. Mgmt.	Data Management & Visual Analytics	Digital Sales & E-Commerce 
Data-based B2B Business Models & Platforms		Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	
Digital Business Planning, Steering & Valuation 			Advanced & Programmatic Digital Marketing
Digital HR Management	Digital Controlling & AI Based Process Automation		Social Media, Content & Influencer Marketing
Digital Leadership & Agile Management	Digital Supply Chain Management	Machine Learning & Big Data Analytics	
4. Semester: Projekt-/ Case Study-basierte Masterarbeit (inkl. Digital Research Seminar)			
MBA Digital Business & Leadership	MBA Digital Operations Management	MBA Digital Management & Analytics	MBA Digital Marketing & Sales

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

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

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

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

Fachrichtungsmodule

Digital Leadership & Agile Management

- Agile Führungs- & Steuerungssysteme (OKR, Multipliers, Topgrading)
- Agiles (Projekt-)Management
- New Work Management-Ansätze

Digital HR Management

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

Digital Business Planning, Steering & Valuation

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

Digital Sales & E-Commerce

Data-based B2B Business Models & Platforms

Fachrichtung Digital Operations Management



Primäre Zielgruppe

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

Fachrichtungsmodule

Internet of Things, Industrie 4.0 & Innovation Mgmt.

- Internet of Things
- innovative Vernetzung-/Produktionstechnologien
- Innovation Management

Digital Supply Chain Management

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

Data-based B2B Business Models & Platforms

- B2B Geschäftsmodelle auf Basis digitaler Technologien verstehen
- Aufbau von datenbasierten B2B-Geschäftsmodellen und -Eco-Systemen
- Logik von Daten- & Service-Plattformen

Digital Business Planning, Steering & Valuation

Digital Controlling & AI Based Process Automation

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

Fachrichtungsmodule

Data Management & Visual Analytics

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

Digital Controlling & AI Based Process Automation

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

Machine Learning & Big Data Analytics

- Maschinelles Lernen & Forecasting
- Big Data Analytics (Text Mining, Image Mining)
- Predictive Analytics, CRM Analytics

Digital Business Planning, Steering & Valuation

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

Fachrichtungsmodule

Advanced & Programmatic Digital Marketing

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

Social Media, Content & Influencer Marketing

- Social Media Marketing & Content Marketing
- Influencer Marketing Strategien
- Social Media Monitoring & Analytics

Digital Sales & E-Commerce

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

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics

- Suchmaschinenmarketing Strategien
- SEA/ SEO Praxisanwendungen
- Social Ads
- Web / Google Analytics

Machine Learning & Big Data Analytics

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. Mathias Engel:

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



Prof. Dr. Dirk Funck:

- Professor für Handels- u. Kooperationsmanagement
- 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. 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)



Markus Besch:

- 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



Adrian Blockus:

- Leiter bei Google Cloud EMEA
- Ehemals Manager/Berater bei Booz und Cap Gemini
- Experte für Data Ethics
- Doctorate Program an der IE University in Madrid, zuvor Lecturer an der University of Cambridge



Johannes Ellenberg:

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



Benjamin Federle:

- 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



Markus Fost (MBA):

- Managing Partner der Strategieberatung FOSTEC & Company
- Gründer & Geschäftsführer FOSTEC Ventures
- Experte für E-Commerce, Online Geschäftsmodelle und digitale Transformation



Tobias Fox:

- Advisor/ Geschäftsführer der Digitalagentur VERDURE Medienteam GmbH
- SEO Experte und Digital Marketing Strategieberater
- Performance Marketing Speaker und Dozent
- Fachbeiratsmitglied der "SEOkomm" Konferenz



Ingo Gugisch:

- 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



Dr. Martin Handschuh:

- Gründer & Geschäftsführer der eco2nomy GmbH
- Gründer/Venture Partner e.venture consulting & VC-Investor
- Postdoc an der Harvard University
- Experte für Geschäftsmodellentwicklung und exponentielle Wachstumsstrategien



Julia Lehmann:

- 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



Dr. Christian Lerch:

- 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



Sonja Mechling:

- CEO Kaiser & Kraft, President Industrial & Packaging TAKKT AG
- Langjährige Erfahrung in globalen Sales & Marketing Funktionen u.a. bei Schindler AG, Bosch und Heidelberger Druck Gründung und Leitung von Corporate Start-Ups, wie Bosch Smart Home und Heidelberg Digital Unit



Philipp Riedlinger:

- IT Business Analyst
- Blockchain Experte
- M.Sc. in technischer



Dr. Claudia Salomon:

- 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



Dr. Hannes Schubert:

- Gründer & geschäftsführender Partner von DISCUS Strategy
- Ehem. Managing Director E-Commerce bei der Andreas Stihl AG & Co. KG
- Ehem. Geschäftsführer STIHL direct GmbH
- Gründer mehrerer Start-ups



Miriam Trometer:

- 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



RA Dr. Carsten Ulbricht:

- Partner in renommierter Anwaltskanzlei
- Rechtsanwalt mit Fokus auf Internet-, Social Media und Urheberrecht
- Experte für Datenschutz / DSGVO



Überblick Unterstützungs- und Betreuungsangebote im Digital MBA

Unterstützung und Betreuung im Digital MBA		
VOR Studien- beginn	<p>Informationsveranstaltungen Individuelle Studienberatung (mit Studienberaterin oder Studiengangsleiter)</p> <p>Schnuppervorlesungen (einzelne Vorlesungen) Probestudium (erster Monat unverbindlich studieren)</p>	
WÄHREND dem Studium	<p style="text-align: center;">Fachlich</p> <p>Digital-Management-Talks: Vortrags-/Austauschabende mit spannenden Firmenvertretern, anderen MBA-Semestern und MBA-Alumni: www.digital-management-talks.de</p> <p>Start-Up-Förderinitiative Zukunft.Gründen: Gründungsberatung, Austausch und Förderprogramme für (potenzielle) Unternehmensgründungen</p> <p>Betreuung durch die Dozierenden und Austausch mit anderen Studierenden zwischen den Präsenzterminen über unsere E-Learning-Plattform</p>	<p style="text-align: center;">Überfachlich</p> <p>Persönliche Kompetenzentwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme am Leaderfy Simulation Game (weitere Infos im Anhang) • Einzelcoachings (optional zubuchbar) <p>Seminar (Digitale) Research-Methoden – Prof. Dr. Carsten Herbes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literaturrecherche • empirische und qualitative Forschungsmethoden • Anwendung von Theorien im Bereich Digital Management und Marketing • Nutzung des Support-Tools NEOpaper – Prof. Dr. Stefan Remhof <p>Sprechstunden-/Beratungsmöglichkeit: mit der Studienprogrammkoordination/-leitung, u.a. bzgl. beruflicher Entwicklung</p>
	NACH Studien- abschluss	<p style="text-align: center;">Alumni-Initiative & -Netzwerk</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

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“

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

Mögliche Abschlüsse & Studien-/Teilnahmegebühren

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
- **Zwölf 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
- **Sieben 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 Arbeitgeber (teil-)zahlbar

Finanzierungsmöglichkeiten & Rahmenbedingungen

Finanzierungsmöglichkeiten

- **„Umgekehrter Generationenvertrag“**
bei welchem erst Zahlungen nach dem Studium einkommensabhängig fällig werden wie bspw.:
<https://mba.braincapital.de/>
→ weitere Anbieter in CHE-Studie: [CHE Studienkredit-Test 2021](#)
- **KfW-Studienkredite:**
[https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Privatpersonen/Studieren-Qualifizieren/Finanzierungsangebote/KfW-Studienkredit-\(174\)/](https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Privatpersonen/Studieren-Qualifizieren/Finanzierungsangebote/KfW-Studienkredit-(174)/)

+ Teilstipendien-Programm
Digital Business Institute

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)
- Jedes Modul umfasst **Präsenzkurse + Live-Video-Sessions** an **zwei Freitagnachmittagen/-abenden** (16:15 - 20:15 Uhr) und **zwei Samstagen** (8:30 - 16:15 Uhr) ergänzt um Fallstudienbearbeitung und Selbststudium per E-Learning.
- **Hälfte der Kurstermine** sind **Live-Video-Sessions**, die weiteren **Kurstermine** finden **vor Ort** statt (bei **MBA** an **4** und bei **Diploma** an **2 Wochenenden** pro Semester)
- Zusätzlich werden alle Vor-Ort-Termine bei Bedarf auch per Live-Video übertragen (=Hybridmodus), so dass auch eine reine Remote-Teilnahme möglich ist.
- Präsenztermine finden üblicherweise in den Gebäuden der **Hochschule für Wirtschaft & Umwelt** in der **Nürtinger Innenstadt** statt (nur 5 min Fußweg vom Bahnhof + kostenlose Parkplätze).
- **Frühzeitige Anmeldung lohnt sich:** Von den insgesamt 15 MBA-Plätzen pro Semester werden 10 auf der Basis von First-Come-First-Serve vergeben, die weiteren 5 werden zum Bewerbungsschluss nach Abschlussnote des Bachelors und der Relevanz der Berufserfahrung zugeteilt.
- Für **Bildungszeit** (Bildungsurlaub) anerkannte Bildungseinrichtung

Teilstipendien-Programm

Teilstipendien-Aktion bis 31.08.2023 unter:
www.hfwu-stipendium.de

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):

- Kurz-Motivationsschreiben (in einer E-Mail) mit Darlegung, was zu Studienprogramm inhaltlich beitragen könnte und weshalb förderbedürftig/- würdig
- 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: dmx@hfwu.de

Duale Stellen

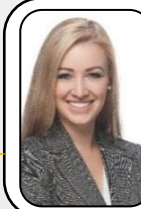
- **Berufsbegleitendes MBA-Studium** und **Berufseinstieg** als Trainee/ Junior/ Young Professional mit gleichzeitigem Know-How-Aufbau im Digitalbereich kombinierbar
- Durch die Stellen profitierst Du doppelt: von spannender Berufserfahrung und dem Digital-MBA
- Bei Interesse mit Präferenz der Unternehmensart / der Stelle wende Dich gerne an stefan.detscher@hfwu.de oder individuell potentiellen neuen Arbeitgeber nach Möglichkeit eines berufsbegleitenden MBAs fragen

Partnerunternehmen	Stelle (m/w/d)	Berufsbegleitende MBA-Fachrichtung	Zur Bewerbung
	Junior Consultant deutschlandweit	alle	https://bit.ly/P3mba
	Business Analyst in Stuttgart	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/fostecmba
	Recruitment Consultant in Stuttgart	Digital Business & Leadership	https://bit.ly/digilentsmba
	Consultant in Stuttgart	alle	https://bit.ly/refinemba
	International Graduate Program	Digital Marketing & Sales	http://bit.ly/webhelpmba
	Projektcontroller in Stuttgart	Digital Management & Analytics	http://bit.ly/dekra-mba
	Online-Marketing Manager	Digital Marketing & Sales	tba (Wise 2023/24)
	Digital Marketing Manager & Studienberatung	Digital Marketing & Sales	https://bit.ly/dbi-mba

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.“

„Die Wahl des Studiengangs MBA Digital Management & Marketing war meine beste Entscheidung, die ich im Rahmen meiner beruflichen Weiterbildung getroffen habe. Besonders gut gefällt mir die generalistisch und ganzheitliche Betrachtung des digitalen Ökosystems, um die Wirkungsweise der digitalen Transformation zu verstehen und zu analysieren. Mir hat der MBA die Augen für die anstehenden Hürden und Aufgaben der Digitalisierung geöffnet. Ich habe das Werkzeug gelernt, wie ich Strategien für eine erfolgreiche und nachhaltige Transformation entwickeln und anwenden kann. Ob Kultur oder Technik.“



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



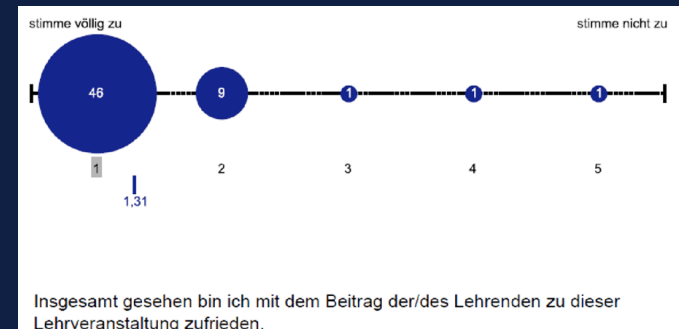
Luis Dario Stephan:

eco2nomy

- Aktuell im Projekt- & Partnermanagement bei der eco2nomy GmbH tätig
- Zuvor Consultant HR Strategy and New Work bei der Hays AG tätig
- Bachelor Volkswirtschaftslehre B. Sc. an der HfWU

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.



Übersicht Startdaten und Anmeldefristen nächste Semester

Kurs/ Programm	Startdatum	Anmeldung
Wintersemester 2023/2024		
MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management / MBA Digital Management & Analytics	13. Oktober 2023 (späterer/flexibler Start möglich)	31.08.2023, Anmeldung unter www.hfwu.de/dmx-mba Kostenfreie Stornierung bis 30.09.2023, Restplatzvergabe bis 15.09.2023
Diploma of Advanced Studies und Kombiabschluss Diploma + MBA (7 Fachrichtungen)	Oktober/ November 2023	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Certificate of Advanced Studies (12 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs als Zertifikatskurse www.hfwu.de/dmx-zdk		
Sommersemester 2024		
MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management / MBA Digital Management & Analytics	Ende März (späterer/flexibler Start möglich)	28.02.2024, Anmeldung unter www.hfwu.de/dmx-mba
Diploma of Advanced Studies und Kombiabschluss Diploma + MBA (7 Fachrichtungen)	März - Mai 2024	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Certificate of Advanced Studies und Kombiabschluss Certificate + MBA (12 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs als Zertifikatskurse (auch als Einstieg in MBA möglich) www.hfwu.de/dmx-zdk		

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 sowie Lean Startup-Ansatz und Growth Hacking

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

3. Hochqualifizierte Dozentschaft mit 11 ProfessorInnen und >30 DozentInnen aus der Praxis auf dem Niveau von (ehemal.) Geschäftsführern/ Vorständen, Bereichsleitern, Senior Advisors & Unternehmern; Lehrende u.a. von:



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



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

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



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



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

AnsprechpartnerInnen

Wissenschaftliche Leitung & Firmenpartnerschaften

Prof. Dr. Stefan Detscher



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

Tel.: 07022 / 201-1056

stefan.detscher@hfwu.de

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen

Gebäude CI10 | Raum 343

Sigmaringer Str. 25

72622 Nürtingen



Studienberatung

Yannik Roos



- Studienberater Digital Business School
- Recruiting & Business Development Consultant 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

Anmeldung & Organisation

Susanne Liemer



- Seminarmanagerin
- Mitarbeiterin der Weiterbildungsakademie an der HfWU

Tel.: 07022 / 201-401

waf@hfwu.de

WAF Weiterbildungsakademie an der

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Neckarsteige 6-10

76222 Nürtingen



Vielen Dank! Eure Fragen?

Regelmäßige Online-Infoabende der Digital Business School an der HfWU per ZOOM alle zwei Wochen – in der Regel dienstags um 18:30 Uhr:

- Kostenfreie Anmeldung über www.hfwu.de/dmx oder **direkt unter** <https://www.eventbrite.de/e/online-infoabend-digital-business-school-an-der-hfwu-tickets-488489965637>

Regelmäßige Schnuppervorlesungen während Semesterzeiten (online/ vor Ort):

- Kostenfreie Anmeldung über www.hfwu.de/dmx oder direkt unter <https://www.eventbrite.de/cc/schnuppervorlesungen-digital-business-school-hfwu-674789>

Folgt uns gerne!

LinkedIn:

Digital Business School an der HfWU



Instagram:

digital.business.school.hfwu



Facebook:

Digital Business School an der HFWU



Zur Website:

www.hfwu.de/dmx



Anhang

weitere Informationen zum Digital-MBA- & Studienprogramm



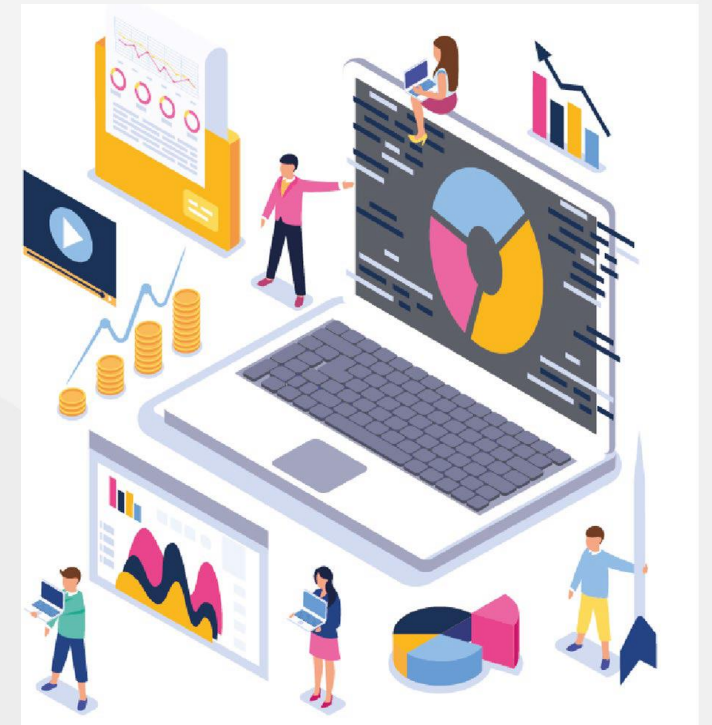
Mission und Zielgruppe

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



Pflichtmodule für alle Fachrichtungen

Digital Business Model Innovation



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



Dr. Martin Handschuh:

- Gründer und Geschäftsführer der eco2nomy GmbH
- Gründer/ Venture Partner e.venture consulting & VC-Investor
- Langjähriger A.T. Kearney Partner und Leiter des globalen A.T. Kearney B2B Sales Competence Centers
- Experte für Strategie, Wachstum, digitalen Vertrieb & Marketing
- Postdoc an der Harvard University

eco2nomy

Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development



Lernziele/ -inhalte:

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



Digital Business School X Zukunft.Gründen

- Gründungsberatung
- Austausch-Formate & Förderprogramme für Gründungen
- Support durch Gründungsbotschafter unserer Fakultät: Prof. Detscher & Prof Zanker



Prof. Dr. Dario Müller:

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

DARIO'S



Johannes Ellenberg:

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



ACCELERATE
STUTT GART

Pflichtmodule für alle Fachrichtungen

Digital Technology & Law



Lernziele/ -inhalte:

- 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, Arbeitsrecht, Sicherheit/ Cybersecurity, Risikomanagement



Prof. Dr. Mathias Engel:

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



Philipp Riedlinger:

- IT Business Analyst
- Blockchain Experte
- M.Sc. in technischer

targens



Mag. jur. Aleksandar Savanovic:

- Gründer & Geschäftsführer der LITERACY GmbH (M&A Tech) und Rechtsanwalt auf dem Gebiet Corporate / M&A



RA Dr. Carsten Ulbricht:

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

MENOLD
BEZLER

Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management



Lernziele/ -inhalte:

- 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 Markenrolloutkonzept und globale Kampagnenplanung



Prof. Dr. Stefan Detscher:

- Professor für Digital Marketing
- Geschäftsführer Digital Business Institute an der HfWU
- Langjähriger Geschäftsführer des Online-Marketing- Dienstleisters RegioHelden GmbH in Stuttgart
- Experte für Online Marketing & Growth Hacking



Sonja Mechling:

- CEO Kaiser & Kraft, President Industrial & Packaging TAKKT AG
- Langjährige Erfahrung in globalen Sales & Marketing Funktionen u.a. bei Schindler AG, Bosch und Heidelberger Druck Gründung und Leitung von Corporate Start-Ups, wie Bosch Smart Home und Heidelberg Digital Unit
- Expertin für Digitale Transformation, Customer Journey, (Digitales) Sales & Marketing

KAISER+KRAFT

Pflichtmodule für alle Fachrichtungen

Digital Transformation & Sustainable Change Management



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Michael Hepp:

- Professor an der HFU
- Ehemals Vice President Digital Business & Transformation, CIO 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



Dr. Martin Handschuh:

- Gründer und Geschäftsführer der eco2nomy GmbH
- Gründer/ Venture Partner e.venture consulting & VC-Investor
- Langjähriger A.T. Kearney Partner und Leiter des globalen A.T. Kearney B2B Sales Competence Centers
- Experte für Strategie, Wachstum, digitalen Vertrieb & Marketing
- Postdoc an der Harvard University



Digital AI Based Customer Experience & Relationship Management



Lernziele/ -inhalte:

- Digital Customer Touchpoints u.a. mit KI/ Chatbots
- Entwicklung eines Customer Experience Konzeptes
- Konfiguration eines Chatbots
- ChatGPT
- Robotic Process Automation in Marketing und Vertrieb
- Digitale Marketing- & Vertriebsorganisationen verstehen und konzipieren können



Julia Lehmann:

- Gründerin & Geschäftsführerin von OnFore
- Expertin für Digital Innovations/ Solutions
- Advisor für Customer Experience, Digital Analytics/ Marketing und Applications of AI in Business
- Vorstand Innovatorspace München & Mitarbeit in BMF-Projekt ABIDA



Benjamin Ferreau:

- Geschäftsführer & CEO einer AI Company, Dozent, Speaker und Entrepreneur
- Langjährige Corporate & Start-up Erfahrung in den Bereichen Digitalisierung, Digitale Transformation und M&A
- Experte für eCommerce, Künstliche Intelligenz sowie des Geschäftsmodell-Turnarounds

Pflichtmodule für alle Fachrichtungen

Design Thinking & User Experience Management



Lernziele/ -inhalte:

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



Karsten Winkler:

- CEO & Gründer der Unternehmensberatung KADACON und der App „myroundpen“
- >10 Jahre Beratererfahrung
- Zertifizierter Scrum Master
- Begleitet Unternehmen bei Projekten zu UX und User Research

KADACON
THE INTERACTION FACTORY



Lukas Bosch:

- Freier Berater & Innovation/ Design Thinking Coach von der HPI School of Design Thinking
- Experte für die nutzerzentrierte Entwicklung von digitalen Lösungen & Strategien im Kontext der digitalen Transformation
- Mehrjährige Erfahrung in der Beratung von Konzernen, Mittelstand & Start-ups



Miriam Trometer:

- Customer Centricity Lead bei der Mercedes-Benz Customer Solutions GmbH
- Expertin für User Research und User Experience
- Mehrjährige Berufserfahrung u.a. als Unternehmensberaterin im Bereich Digital Business Consulting sowie als User Researcher



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



Fachrichtungsmodulare 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



Manuel Pflumm:

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

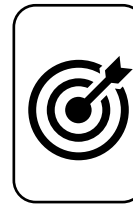


Marco Pfeiffer:

- Leiter Business Center Digital & Smart Products bei Festool
- Langjährige Führungskraft bei der LBBW, der Hugo Boss AG und bei Diconium
- Erfahrung insbesondere in den Bereichen Digitalisierung, Projektmanagement, Transformation und Innovation im Agentur- sowie im Corporate-Umfeld, sowie als Projektleiter und Berater



Digital HR Management



Lernziele/ -inhalte:

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



Ingo Gugisch:

- Vice President People Relations bei FR L'Osteria SE
- Ehemaliger HR Director Starbucks Germany und Vice President HR bei der telegate AG
- DGFP-zertifizierter Personalleiter Executive
- Experte für Digital HR Management und digitale HR Strategien



Dr. Claudia Salomon:

- Gründer-GF des Beratungs-Startups HR Tech Consulting
- 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



Benjamin Federle:

- Personalleiter bei Electrolux Professional, ehemals HR-Geschäftsführer/ Personalleiter bei Bauknecht/ Whirlpool und Leuze electronic
- Umfangreiche Erfahrung in Entrepreneurial HR Management, u.a. als Leiter HR & Recruiting des Start-Ups RegioHelden
- Experte für Employer Branding und Digital/ Social Recruiting



Fachrichtungsmodulare

Digital Business & Leadership

Digital Business Planning, Steering & Valuation



Lernziele/ -inhalte:

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



Oliver Würtenberger:

- Mehrfache Tätigkeit als Interims-CFO bei Digital-/ Start-Up-Unternehmen, u.a. bei tado° GmbH und merolt GmbH
- Langjähriges Erfahrung im Investment Banking (u.a. bei Morgan Stanley) und im Private Equity & Venture/ Growth Capital (u.a. bei H.I.G. Capital)

Digital Sales & E-Commerce

» siehe Fachrichtung Digital Marketing & Sales

Data-based B2B Business Models & Platforms

» siehe Fachrichtung Digital Operations Management

Fachrichtung Digital Operations Management

Primäre Zielgruppe

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



Fachrichtungsmodulare

Digital Operations Management

Internet of Things, Industrie 4.0 & Innovation Management



Lernziele/ -inhalte:

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

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



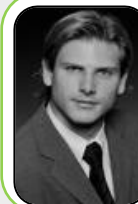
Prof. Dr. Christoph Zanker:

- Professor und Experte im Bereich industrielle Innovations- und Produktionsstrategien
- Langjährige Erfahrung in der ganzheitlichen Industrie 4.0-Umsetzung und Bewertung von Produktionstechnologien



Serge Reit:

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



Dr. Christian Lerch:

- Leiter des Geschäftsfelds Industrieller Wandel und neue Geschäftsmodelle am Fraunhofer ISI
- Langjährige Erfahrung in der wirtschaftsnahen Forschung
- Begleitung und Beratung zahlreicher Unternehmen bei der Umsetzung von Innovationsprojekten und Geschäftsmodellen
- Experte für Business Development und Digital Transformation



Fachrichtungsmodulare

Digital Operations Management

Digital Supply Chain Management



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Monika Reintjes:

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



Marc Flammer:

- Leiter Business & Process Management bei der HUGO BOSS AG und Experte in der UNECE-Initiative
- Umfangreiche Führungserfahrung im Corporate-, Mittelstands- und Start Up-Umfeld
- Experte für Digitalisierung & Supply Chain Management (insbes. RFID & Blockchain)

HUGO BOSS

Digital Business Planning, Steering & Valuation

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

Digital Controlling & AI Based Process Automation

» siehe Fachrichtung Digital Management & Analytics

Fachrichtung Digital Management & Analytics

Primäre Zielgruppe

- Business Intelligence & Analytics
- Big Data Management & Analytics
- Data Analyst/ Manager
- Controlling
- Finance & Accounting
- Market Research & Intelligence
- Channel Management
- Customer Relationship Management
- Marketing Automation
- Administration
- Tax & Law



Fachrichtungsmodul Digital Management & Analytics

Digital Controlling & AI Based Process Automation



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Ulrich Sailer:

- Professor für Controlling und ehemals Pro-Rektor der HfWU
- Studiendekan des Masterstudiengangs Controlling
- umfangreiche Erfahrung in leitenden Positionen in einem internationalen Konzern und im Mittelstand
- Experte für Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Controlling



Malte Horstmann:

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



Machine Learning & Big Data Analytics



Lernziele/ -inhalte:

- Maschinelles Lernen
- Forecasting
- Big Data Analytics (Text Mining, Image Mining)
- Predictive Analytics
- CRM Analytics



Prof. Dr. Sebastian Moll:

- Professor für quantitative Methoden in der BWL
- Head of Analytics bei Dymatrix
- Experte für Data Science und Market Analytics
- Langjährige Consultingenerfahrung im Bereich CRM und Marketing Analytics



Dr. Stefanie Seifert:

- Head of Analytics bei DYMATRIX Consulting
- Expertin für Data Science & Customer Intelligence
- Umfangreiche Consultingenerfahrung in Marketing Automation und Data Driven Marketing



Fachrichtungsmodul Digital Management & Analytics

Data Management & Visual Analytics



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Sebastian Moll:

- Professor für quantitative Methoden in der BWL
- Head of Analytics bei Dymatrix
- Experte für Data Science und Market Analytics



Adrian Blockus:

- Leiter bei Google Cloud EMEA
- Ehemals Manager/Berater bei Booz und Cap Gemini
- Experte für Data Ethics
- Doctorate Program an der IE University in Madrid, zuvor Lecturer an der University of Cambridge



Gabriel Fechir:

- Berater für mehr als 50 namhafte Unternehmen aus dem deutschen Mittelstand und DAX
- -Routinier an der Schnittstelle zwischen Business Requirements, IT-Architektur und Projektmanagement
- -Trainer und Dozent für die Themengebiete Cloud Computing und Data Management

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics

» siehe Fachrichtung Digital Marketing & Sales

Digital Business Planning, Steering & Valuation

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

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



Fachrichtungsmodulare Digital Marketing & Sales

Advanced & Programmatic Digital Marketing



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Kai-Markus Müller:

- Professor für Consumer Behavior an der HFU Business School
- Berater, Mitbegründer und Vorstandmitglied in diversen Tech-Start-Ups
- Speaker und (Buch-) Autor (in zahlreichen Medien und Top-Journalen)



Martin Böhringer:

- Director Marketing & E-Commerce bei Object Carpet und ehemals der Zeltwanger Holding
- Erfahrung im B2C & B2B Marketing
- Dozent an der Hochschule Reutlingen

**OBJECT
CARPET**

Social Media, Content & Influencer Marketing



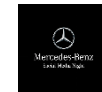
Lernziele/ -inhalte:

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



Markus Besch:

- Vorstand NextDBI AG und Gründer des SocialMedia Institute mit Hauptsitz in Stuttgart und San Francisco
- Veranstalter der Mercedes-Benz Social Media Night
- Experte für Social Media Management und Marketing



Julia Lehmann:

- Gründerin & Geschäftsführerin von OnFore
- Expertin für Digital Innovations/ Solutions
- Advisor für Customer Experience, Digital Analytics/ Marketing und Applications of AI in Business
- Vorstand Innovatorspace München & Mitarbeit in BMF-Projekt ABIDA

OnFore

Fachrichtungsmodulare Digital Marketing & Sales

Digital Sales & E-Commerce



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Dirk Funck:

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



Markus Fost (MBA):

- Managing Partner der Strategieberatung FOSTEC & Company
- Gründer & Geschäftsführer FOSTEC Ventures
- Experte für E-Commerce, Online Geschäftsmodelle und digitale Transformation



Dr. Hannes Schubert:

- Gründer & geschäftsführender Partner von DISCUS Strategy
- Ehem. Managing Director E-Commerce bei der Andreas Stihl AG & Co. KG
- Ehem. Geschäftsführer STIHL direct GmbH
- Gründer mehrerer Start-ups

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics



Lernziele/ -inhalte:

- Suchmaschinenmarketing Strategien
- SEA/ SEO Praxisanwendungen
- Social Ads
- Web / Google Analytics

inkl. Zertifizierung in



Tobias Fox:





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



Machine Learning & Big Data Analytics

» siehe Fachrichtung Digital Management & Analytics

Modulübersicht


Sem.	Modul	Fachrichtung	Prüfungsform	WiSe/ SoSe
1	Digital Business Model Innovation	alle	R/P	beide
	Digital Technology & Law		S	
	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management 		StA	
	Digital AI based Customer Experience & Relationship Management		StA	
2/3	Digital Transformation & Sustainable Change Management 		R/P	WiSe/ SoSe im Wechsel (ggf. jedes Sem.)
	Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development		StA	
	Design Thinking & User Experience Management		StA	
	Digital Leadership & Agile Management	Digital Business & Leadership	S	
	Digital HR Management		StA	
	Data-based B2B Business Models & Platforms	DOM, DBL	StA	
	Digital Business Planning, Steering & Valuation 	DBL, DOM, DMA	StA	
	Digital Controlling & AI based ProcessManagement Automation	DMA, DOM	StA	
	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innovation Management	Digital Operations Management	StA	
	Digital Supply Chain Management		StA	
	Data Management & Visual Analytics	Digital Management & Analytics	StA	
	Machine Learning & Big Data Analytics	DMA, DMS	R/P	
	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	DMS, DMA	StA	
	Advanced & Programmatic Digital Marketing	Digital Marketing & Sales	StA	
	Social Media, Content & Influencer Marketing		StA	
	Digital Sales & E-Commerce * 	DMS, DBL	R/P	
4	Project based Master Thesis (+ Seminar Research Methods)	alle	M	beide

Prüfungsformen:

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

Fachrichtungen:

DBL = Digital Business Leadership
 DOM = Digital Operations Management
 DMA = Digital Management Analytics
 DMS = Digital Marketing & Sales

 = wird jedes zweite Semester auf englisch angeboten

Diploma of Advanced Studies (DAS)

Zielgruppe	HR/ Recruiting/ Coaches Organisationsentwicklung	(Digital)Strategie/ (Digital)Berater	Produktionssteuerung Supply Chain Mgmt., Logistik, Einkauf Prozessgmt., 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., E-Commerce, Online Mark. Agenturen	Digitalisierungs- Interessierte aus verschiedenen Fachbereichen
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
DAS	Digital Leadership & HR Mgmt.	Digital Strategy & Transformation	Digital Management & Operations	Digital Analytics & Controlling	Digital Product & Innovation Mgmt.	Digital Customer & Sales Management	Digital Marketing & E-Commerce	Digital Management
Diploma of Advanced Studies (DAS) <small>(jeweils 5 Kurse i.d.R. über 3 Semester, 30 ECTS; Belegung eines Fremdmoduls möglich)</small>	Digital Business Model Innovation		Digital Technology & Law		Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.			
	Digital HR Management	Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digital Supply Chain Management	Machine Learning & Big Data Analytics	Digital AI Based Customer Experience & Relationship Management		Advanced & Programmatic Digital Marketing	
	Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development	Design Thinking & User Experience Management	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innov. Mgmt.	Data Management & Visual Analytics	Digital Business Model Innovation	Machine Learning & Big Data Analytics	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	
	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	Data-based B2B Business Models & Platforms		Digital Business Planning, Steering & Valuation	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innovation Mgmt.	Digital Sales & E-Commerce		
Belegung weiterer (min.) 7 Kursmodule + Erstellung einer Masterarbeit führen als Kombistudium zum								
MBA	Digital Business & Leadership		Digital Operations Mgmt	Digital Mgm. & Analytics	Digital Marketing & Sales			alle Fachrichtungen

Certificate of Advanced Studies (CAS)

Zielgruppe	HR/ Recruiting/ Coaches Organisationsentwicklung	(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 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 Business Model Innovation	Data-based B2B Business Models & Platforms	Machine Learning & Big Data Analytics	Design Thinking & User Experience Management	Dig AI Based Customer Exp. & Relationship Mgmt.	Search Engine/ Performance Mkt. & Web Analytics	2 frei wählbare Module aus dem gesamten Digital-MBA-Curriculum
	Digital HR Management	D. Entrepreneurship & Value Bas. Start-Up Devel.	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innov. Mgmt.	Data Management & Visual Analytics	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innov. Mgmt.	Digital Sales & E-Commerce	Advanced & Programmatic Digital Marketing	
	Digital Transformation & Leadership			Digital Controlling & Business Mgmt.	Digital Sales & Supply Chain Mg.	Digital Marketing & Sales Strategy	Dig. Mkt. & Social Media Strategy	
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.		
	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 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

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 Führungs Herausforderungen 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 -konzepte 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



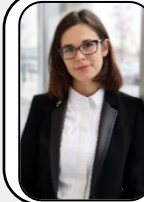
Prof. Dr. Carsten Herbes:

- 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



Weitere Statements unserer Studierenden

„Der MBA war für mich eine spannende, lehrreiche Zeit mit absolut tollen Menschen und einem einfach genialen Mix aus Theorie und Praxis.“



Anastasia Markemann:

- Das Erststudium: Hochschule der Medien, Bachelor of Arts, Werbung und Marktkommunikation
- Aktuelle Position: TTS Tooltechnic Systems, Inhouse Consultant Corporate Development, Focus Marketing & Sustainability

„Wie gleise ich meine Marke professionell im digitalen Umfeld auf? Welche Tools des digitalen Marketings sind wichtig, um meine Marke erfolgreich online zu positionieren und auszubauen? Der Zertifikatskurs "Digital Marketing Communication" gibt in einer gelungenen Mischung aus Theorie und Praxis Aufschluss auf diese Fragen sowie Werkzeuge an die Hand, um das Gelernte im geschäftlichen Umfeld direkt selbst anzuwenden. Die erworbenen Kenntnisse stärken meine Marketing-Kompetenz im digitalen Umfeld - das Zertifikat ist ein Plus in meinem CV.“



Katrin Geisthardt:

- seit 2003 tätig als Kommunikations- und Marketingmanagerin, hauptsächlich in der Food-Branche
- Diplom Oecotrophologin, University of Applied Science Fulda

"Besonders die kleinen Studiengruppen im MBA-Studium wusste ich sehr zu schätzen. Das sorgt für guten Austausch und einen guten Informationsfluss zwischen den Studierenden und den fachlich sehr guten Dozenten."



Markus Bofinger:

- Leiter Unternehmenskommunikation Kreissparkasse Göppingen
- Hochschule der Sparkassen-Finanzgruppe Bonn

„Aufgrund der Marktumgebung, die sich durch die Digitalisierung permanent wandelt, ist eine Weiterbildung im Bereich Digital Management & Marketing sehr zu empfehlen. Die Zertifikatskurse sind für mich eine hervorragende Möglichkeit, meine bisherigen Erfahrungen einzubringen und mich gleichzeitig in neue Gebiete einzuarbeiten. In den einzelnen Kursen werden aktuelle Themen diskutiert und Zukunftsszenarien aufgezeigt. Inspirierend finde ich insbesondere den Austausch mit den Dozenten und Kommilitonen – Kreative Denkansätze und Erfahrungen aus der Praxis stehen hier im Vordergrund.“



Tiana Kneifel:

- aktuelle Position: Marketing Manager WMF Group
- Bachelor of Science Business Administration und Master of Arts Fashion Retail and Luxury Management

Systemakkreditierung & Qualitätsmanagement

- Die **HfWU** hat die 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 20.07.2022



Professor Dr. Andreas Frey
Rektor

Beirat der Digital Business School

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



Researcher
Washington
University St.
Louis und
Chief Operating
& Innovation
Officer bei
INDICAL
Bioscience
(ehemals Qiagen)

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
Technologiebe-
ratung,
ehemals
Airbus

Wissenschaftliche Fundierung durch Studien und Veröffentlichungen in (Peer-reviewed) Journals



„Fin Sales Tech: Artificielle Intelligenz im Marketing und im Vertrieb von Kapitalmarktprodukten“
(veröffentlicht in Q3 2018)



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



„Mit AAA-Vertrieb innovative Energielösungen verkaufen“
(veröffentlicht in 11/2018)
„Was die „Etablierten“ von den „Jungen“ lernen können“
(veröffentlicht 04/2019)




„KI-basierte Anwendungen im digitalisierten Sales Funnel nutzen“
(veröffentlicht in 02/2021)



„Potenziale für den Einsatz von Voice-Commerce entlang der Customer Journey.“
(veröffentlicht 06/2022)

Weitere Veröffentlichungen & Vorträge: <https://www.digital-business-school.eu/digital-business-institute/veroeffentlichungen-und-fachvortraege/>



Herausgeberwerk:
„Digitales Management & Marketing – So nutzen Unternehmen die Marktchancen der Digitalisierung“
mit dem Springer Gabler Tag mit Beiträgen von >10 Professoren/ PostDocs und >20 Experten aus der Praxis (Publikation in Q4 2021):
<https://www.springer.com/de/book/9783658337308>

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.

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

Die Teilnahme an den Events ist kostenfrei.

Pressespiegel der Digital Business School an der HfWU – inbes. zur Auszeichnung als Talentschmiede von WiWi-Talents

Rüstzeug für die digitale Transformation

Die HfWU hat ihr Digital-MBA- und Studienprogramm zur Digital Business School weiterentwickelt.

NÜRTINGEN. An der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) gibt es ab dem Wintersemester 2022/2023 zwei neue Fachrichtungen des berufsbegleitenden Digital-MBA- und Studienprogramms. Nun können die Studenten zwischen vier Digital-MBA-Fachrichtungen wählen: Digital Business & Leadership, Digital Marketing & Sales, Digital Operations Management und Digital Management & Analytics. Außerdem kann im Rahmen eines Kontaktstudiums neben dem Zertifikatsabschluss und dem Diploma of Advanced Studies auch der Abschluss Certificate of Advanced Studies gemacht werden.

Durch das Wachstum firmiert das Programm künftig als Digital Business School an der HfWU. Sie hat das Ziel, Berufstätige und Berufseinsteiger mit erstem Hochschulabschluss für die digitale Transformation von Unternehmen und die Digitalisierung der Vermarktung fit zu machen. Zwölf Professoren und 25 Experten aus der Praxis sind mittlerweile als Lehrende aktiv – jeweils mit Erfahrung als Führungskräfte, Geschäftsführer und Unternehmer im Digitalbereich. Inhaltlich und forschungsseitig betreut wird die Digital Business School vom als An-Institut der HfWU formierten Digital Business Institute.

Ins Leben gerufen wurde das Digital-MBA- und Studienprogramm von Professor Dr. Stefan Detscher. Er selbst verfügt über

langjährige Führungserfahrung in Digitalunternehmen sowie als deren Gründer. Detscher sieht den Vorteil der neu formierten Digital Business School besonders im erhöhten Praxisbezug und den noch stärkeren Spezialisierungsmöglichkeiten: „Wir können unseren Studierenden so noch mehr Anwendungsbezug ermöglichen.“ Neben dem Digital-MBA können Berufstätige die insgesamt 20 Studienmodule auch als zulassungsfreie einzelne Zertifikatskurse abschließen.

Ebenfalls kann in zwölf Fachbereichen ein Certificate of Advanced Studies (CAS) oder in sieben Fachbereichen ein Diploma of Advanced Studies (DAS) erreicht werden. Dies ermöglicht Berufstätigen – auch ohne formalen ersten Hochschulabschluss, sondern nach einem Betriebs- oder Fachwirt – einen Zugang zu einzelnen Kompetenzfeldern. Das Diploma- oder Certificate-Programm ist ein aus dem angelsächsischen Hochschulsystem stammender Abschluss, den man an der HfWU praxisnah mit insgesamt fünf Kursmodulen (DAS) oder mit zwei Kursmodulen (CAS) erreicht. Sie sind stark auf typische Funktionsbereiche von Unternehmen ausgerichtet, so die Hochschule in einer Pressemitteilung.

Zum aktuellen Sommersemester starteten 27 neue Studenten. Darunter sind 16 MBA-Studenten, fünf davon mit Doppelabschluss. Drei Studenten absolvieren ein Di-

plomaprogramm und acht belegen Zertifikatskurse. Die Vorlesungen des Digital-MBA- und Studienprogramms finden in einem Blended-Learning-Format statt. Im hybriden Format ist lediglich eine Anreise an wenigen Wochenenden notwendig oder alternativ auch eine komplette Online-Remote-Teilnahme möglich, sodass auch Studierende mit weiterer geografischer Entfernung sich in die Kurse einschreiben können.

Der nächste Studienstart für das Digital-MBA-Programm ist Anfang Oktober zum Wintersemester mit Anmeldefrist bis 31. August. Die Anmeldung für das Zertifikatskurs-, Certificate- oder Diploma-Programm ist jeweils bis zwei Wochen vor Kursstart möglich. Anmeldungen für das Diploma- und Zertifikatsstudium fürs laufende Semester sind noch bis Ende April und für einige Kurse noch bis Mai möglich. Jedes Semester werden pro Abschlussart je drei Teilstipendien vergeben. Für Studieninteressierte finden in regelmäßigen Abständen Online-Infoabende statt. Die nächsten zwei Termine sind am Montag, 25. April, und am Montag, 9. Mai, jeweils um 18.30 Uhr. *pm*

■ Weitere Informationen zum Digital-MBA- und Studienprogramm sowie die Anmelde-/Zugangslinks zu den Infoabenden gibt es unter www.hfwu.de/dmx.

HfWU-Abteilung ist „Talentschmiede“

NÜRTINGEN. Mit dem Digital-MBA- und Studienprogramm der Digital Business School an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) soll Fach- und Führungskräften die Möglichkeit geben werden, sich persönlich und beruflich weiterzubilden. Für die Förderung begabter Management-Nachwuchskräfte erhielt Professor Stefan Detscher kürzlich die Auszeichnung „Talentschmiede“ von WiWi Talents der WiWi Media AG. Die Prämierung würdigt Professorinnen und Professoren, die ihren Nachwuchs fördern und so in vorbildlicher Weise dem Fachkräftemangel entgegenwirken. Mit dem Hochbegabtenprogramm fördert die WiWi Media AG zweimal jährlich in Zusammenarbeit mit Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft die begabtesten Management-Nachwuchskräfte. Das WiWi-Talents-Programm wurde im Jahr 2005 mit dem Ziel ins Leben gerufen, Studierende der Wirtschaftswissenschaften und angrenzender Fachbereiche ideell zu unterstützen und die überregionale Vernetzung zwischen Unternehmen und dem Fach- und Führungskräfte nachwuchs voranzubringen. An der Digital Business School der HfWU sind aktuell noch Plätze für den Start im Wintersemester 2022/23 verfügbar. *red*

Professor erhält Auszeichnung

Nürtingen. Professor Stefan Detscher, Leiter Digital Business Institute & School an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU), wurde im Sommersemester mit der Prämierung „Talentschmiede“ für die Förderung von Nachwuchstalents von WiWi Talents der WiWi-Media AG ausgezeichnet. Mit dem Digital-MBA- und Studienprogramm der Digital Business School an der Hf-

WU soll Fach- und Führungskräften die Möglichkeit geben werden, sich persönlich und beruflich weiterzubilden. Dabei werden auch die Top-Leistungen der Studierenden gefördert. Für die Förderung begabter Management-Nachwuchskräfte erhält Stefan Detscher diese Auszeichnung. Die Prämierung würdigt Professorinnen und Professoren, die ihren Nachwuchs fördern und so dem Fachkräftemangel entgegen-

Auszeichnung als Talentschmiede

Professor Stefan Detscher von der HfWU wird von WiWi-Media geehrt.

NÜRTINGEN. Professor Stefan Detscher, Leiter Digital Business Institute & School an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU), wurde im Sommersemester 2022 mit der Prämierung „Talentschmiede“ für die Förderung von Nachwuchstalents von WiWi Talents der WiWi-Media AG ausgezeichnet.

Mit dem Digital-MBA- und Studienprogramm der Digital Business School an der HfWU soll Fach- und Führungskräften die Möglichkeit geben werden, sich persönlich und beruflich weiterzubilden. Dabei werden

auch die Top-Leistungen der Studierenden gefordert. Für die Förderung begabter Management-Nachwuchskräfte erhielt Stefan Detscher die Auszeichnung „Talentschmiede“. Die Prämierung würdigt Professorinnen und Professoren, die ihren Nachwuchs fördern und so dem Fachkräftemangel entgegenwirken. Mit dem Hochbegabtenprogramm fördert die WiWi Media AG zweimal jährlich in Zusammenarbeit mit namhaften Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft die begabtesten Management-Nachwuchskräfte.

Pressemeldungen in der EZ, GZ, SWP und im Teckboten (in 08/2022)

Talente fördern

Geislingen/Nürtingen. Die „Digital Business School“ der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) ist laut der WiWi-Media AG eine Talentschmiede. Die Hamburger AG hat sich dem strategischen Hochschulmarketing verschrieben und sieht sich als Bindeglied zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Die Talentschmiede-Auszeichnung erhielt HfWU-Professor Stefan Detscher, Leiter des „Digital Business Institute & School“, wie die Pressestelle der Hochschule mitteilt. Ziel ist es, Fach- und Führungskräfte die Chance zu geben, sich persönlich und beruflich weiterzubilden. Dabei werden auch die Top-Leistungen der Studierenden gefördert.

