

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

Nürtingen, Februar 2020

Prof. Dr. Stefan Detscher



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

Anbieter des Programms „Digital Management & Marketing“

Die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen

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



Die WAF Weiterbildungsakademie

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



Die wissenschaftliche Leitung – Prof. Dr. Stefan Detscher

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

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

Mission und Zielgruppen des Programms „Digital Management & Marketing“

Mission:

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

Zielgruppen:

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



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

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

1. Systemakkreditierte staatliche Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen mit WirtschaftsWoche-Top-3-/Top-9-Ranking (B.-W./ Dtschl.)
2. Innovative Themenbereiche wie Künstliche Intelligenz, Machine Learning, Blockchain, Cybersecurity, Internet of Things und Industrie 4.0 sowie Lean Startup-Ansatz und Growth Hacking
3. Hochqualifizierte Dozentenschaft mit sieben ProfessorInnen und mehr als 15 DozentInnen aus der Praxis auf dem Niveau von (ehemal.) Geschäftsführern/ Vorständen, Bereichsleitern, Senior Advisors & Unternehmern
4. Einziges stark anwendungsorientiertes berufsbegleitendes Studienprogramm im Bereich „Digital Management & Marketing“ im süddeutschen Raum
5. Effektiver Blended Learning-Ansatz mit Class-Room-Sessions und E-Learning-Phasen
6. Fokus auf Projekt-basierte Studienarbeiten und Masterarbeit für höchst mögliche Praxisrelevanz
7. Komplette modularer Aufbau vom einzelnen Zertifikat über Diploma of Advanced Studies bis zum MBA
8. International Study Tour für ein Studienmodul und Möglichkeit zu optionalem Auslands-studium, u.a. an der  UNIVERSITY OF CAMBRIDGE
9. Berufseinstieg in ein (Partner-)Unternehmen parallel zum MBA-Studium
10. Life-Long Learning/ Peer-Coaching zwischen Teilnehmern, Alumni und Dozenten



Welche Themenmodule werden angeboten?

Studienablauf/ Modulübersicht

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

Welches Fachgebiet deckt welches Modul ab?

Module, Fachgebiete und Prüfungsformen

Sem.	Modul	Fachgebiete									Prüfungsform
		Unternehmensführung	Organisation & Personal	Controlling & Finanzen	Marketing & Kommunikation	Vertrieb & Handel	Produktion & Logistik	Recht	IT & Technologie	Quantitative Methoden	
1	Digital Business Model Generation	x	x								Referat/ Präsentation
	Digital Technology & Law							x	x		Klausur
	Digital Customer Experience Management		x		x	x			x		Referat/ Präsentation
	Digital Marketing Communication				x						Studienarbeit
2	Intrapreneurship & Digital Leadership	x	x								Klausur
	Entrepreneurship & Innovation Management	x		x							Referat/ Präsentation
	Digital Market Analytics				x				x	x	Referat/ Präsentation
	Social Media & Advanced Digital Marketing				x						Studienarbeit
3	Digital Operations Management						x		x		Klausur
	Digital Business Planning, Controlling & Valuation	x		x						x	Studienarbeit
	Digital Sales & E-Commerce				x	x					Referat/ Präsentation
	Digital Product & Project Management	x	x		x						Referat/ Präsentation
4	Projekt-/ Case Study-basierte Masterarbeit (inkl. Kurzseminar zu Research-Methoden)	Freie Fachgebietswahl									Masterarbeit

Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MANAGEMENT im 1. Semester

Digital Business Model Generation

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Dr. Martin Handschuh:**

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

e.venture



• **Johannes Ellenberg:**

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



• **Dr. Michael Hepp:**

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



Digital Technology & Law

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Prof. Dr. Mathias Engel:**

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



• **Alexander Sachs:**

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



• **Prof. Dr. Katja Gabius:**

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



• **RA Dr. Carsten Ulbricht**

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



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MARKETING im 1. Semester

Digital Customer Experience Management

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Julia Lehmann:**

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

OnFore



• **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



Digital Marketing Communication

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Prof. Dr. Stefan Detscher:**

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

Hochschule für
Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen



• **Tobias Fox:**

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

VERDURE



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MANAGEMENT im 2. Semester

Intrapreneurship & Digital Leadership

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Prof. Dr. Stefan Detscher:**

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



• **Dr. Martin Handschuh:**

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



• **Marco Pfeiffer:**

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



Entrepreneurship & Innovation Management

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Johannes Ellenberg:**

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



• **Dario Müller:**

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



• **Serge Reit:**

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



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MARKETING im 2. Semester

Digital Market Analytics

Lernziele/ -inhalte:

- Big Data Analysis & Predictive Analytics
- CRM/ Data Mining
- Neuromarketing und -pricing

Referenten:

- **Prof. Dr. Sebastian Moll:**

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



- **Dr. Martin Handschuh:**

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



Social Media & Advanced Digital Marketing

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

- **Martin Böhringer:**

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



- **Markus Besch:**

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



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MANAGEMENT im 3. Semester

Digital Operations Management

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Prof. Dr. Christoph Zanker:**

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



• **Dr. Andreas M. Stockert:**

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



• **Tobias Weber:**

- Verantwortlich für die Branche Forschungs- und Bildungseinrichtungen im Bereich Additive Manufacturing bei TRUMPF
- Langjährige Erfahrungen im industriellen 3D-Druck aus Branchen- und Anwendersicht



Digital Business Planning, Controlling & Valuation

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Prof. Dr. Stefan Detscher:**

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



• **Oliver Würtenberger:**

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



Wer lehrt welche Inhalte im jeweiligen Modul?

Module Digital MARKETING im 3. Semester

Geplant als
fünftägige
International Study
Tour nach Estland
ab SoSe 2021

Digital Sales & E-Commerce

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Prof. Dr. Dirk Funck:**

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



• **Markus Fost (MBA):**



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



• **Dr. Hannes Schubert:**

- Director Digital Marketing & E-Commerce bei der Andreas Stihl AG & Co. KG, Gründer mehrerer Start-ups
- Fachliche Schwerpunkte sind E-Commerce, Digitale Transformation und Entrepreneurship



Digital Product & Project Management

Lernziele/ -inhalte:

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

Referenten:

• **Prof. Dr. Sebastian Fiedler:**

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



• **Lukas Bosch:**

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



Mit welchen Abschlüssen kann das berufsbegleitende Studienprogramm absolviert werden?

Mögliche Abschlüsse „Digital Management & Marketing“

MBA „Digital Management & Marketing“

- 12 Module (12x 6 ECTS = 72 ECTS) + projektbasierte Masterthesis (18 ECTS) für MBA „Digital Mgm. & Marketing“ (90 ECTS)
- Dauer: 4 Semester
- Aufnahmebedingung: Bachelor (180 ECTS) und mind. 1 Jahr Berufserfahrung
- Gebühren für MBA: EUR 4.750 jeweils zu Beginn der vier Semester oder EUR 795 pro Monat über 24 Monate und einmalig EUR 200 Prüfungsgebühr

Diplomas of Advanced Studies

- Dipl. of Adv. Stud. bei Abschluss von 6 Modulen in Teilbereich
- Mögliche „Diploma of Advanced Studies“:
 - **Dipl. of Adv. Stud. „Digital Management“** – erfolgreicher Abschluss von 6 Modulen im Bereich „Digital Management“
 - **Dipl. of Adv. Stud. „Digital Marketing“** – erfolgreicher Abschluss von 6 Modulen im Bereich „Digital Marketing“
- Dauer: 1,5 Jahre
- Gebühren für Diploma: EUR 2.900 jeweils zu Beginn der drei Semester oder EUR 485 pro Monat über 18 Monate und einmalig EUR 200 Prüfungsgebühr

Zertifikat

- Teilnahme und Abschluss einzelner Kursmodule
- Kumulieren der Module zu MBA oder Diploma möglich
- Dauer pro Kursmodul: 1 Semester
- Gebühren für einen Zertifikatskurs: EUR 1.450 und EUR 100 Prüfungsgebühr jeweils einmalig

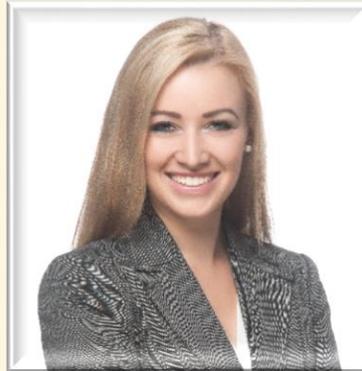
Studiengebühren als Werbungskosten von Steuer absetzbar oder direkt von Arbeitgeber (teil-)zahlbar

Was sagen unsere Studierenden?

Statements unserer Studierenden

Sandra Schleicher

- Consultant für operatives Fehlermanagement im Projekteinsatz bei der Porsche AG in der Entwicklung in Weissach
- BSc. International Management Double Degree ESB Business School, Reutlingen und NEOMA Business School, CESEM, Reims, Frankreich



*„Warum habe ich mich für den MBA Digital Management & Marketing an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) Nürtingen-Geislingen entschieden?
Ganz einfach: 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.“*

Hanna Junger

- aktuell als Marketing Managerin in der Maschinenbaubranche tätig
- zuvor Bachelor in der Betriebswirtschaftslehre an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Stuttgart



*„Die Entscheidung für den berufsbegleitenden Master „Digital Management & Marketing“ an der HfWU in Nürtingen war genau die richtige!
Die Kombination aus Wissenschaft und Praxis ist extrem wertvoll und bringt einen persönlich und beruflich definitiv weiter. Wenn man sich im digitalen Umfeld zuhause fühlt und offen ist für Neues, kann ich den Studiengang wärmstens empfehlen.“*

Was sagen unsere Studierenden?

Statements unserer Studierenden

Rebecca Loyal

- aktuell im Partnervertrieb bei der Vodafone GmbH tätig
- zuvor Bachelor in BWL & Dienstleistungsmanagement im Bereich Medien und Kommunikation mit Schwerpunkt Vertrieb an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Stuttgart



„Für den MBA an der HfWU habe ich mich entschieden, da er mir die Möglichkeit gibt, zum einen für mich etwas neues dazu zu lernen was in Verknüpfung mit den heutigen Chancen und Herausforderungen der Wirtschaft steht und gleichzeitig so praxisnah ist, dass ich einige Themen direkt mit in meine jetzige Tätigkeit übernehmen kann.“

Aufgrund des Erfahrungsschatzes der HfWU im Aufbau von Studiengängen, war der Start des neuen Programms meiner Meinung nach ein voller Erfolg, sodass ich den Zweig nur weiter empfehlen kann.“

Katrin Geisthardt

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



„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.“

Rahmenbedingungen Studienprogramm „Digital Management & Marketing“

- 28 Unterrichtseinheiten x 45 min Präsenzveranstaltungen pro Zertifikatskurs/ Modul in Blöcken an jeweils zwei Freitag Nachmittagen/ Abenden (16:15 - 20:15 Uhr) und Samstagen (8:30 - 16:15 Uhr)
- In der Regel finden während der Vorlesungszeiten von Ende März bis Anfang Juli sowie von Anfang Oktober bis Ende Januar jedes zweite Wochenende die Präsenzkurse statt (mit Pause über Pfingsten + Weihnachten)
- Präsenzkurse am Campus Nürtingen (bei Stuttgart) sowie Betreuung durch Dozenten über E-Learning-Plattform in den Selbstlern- und Projektphasen
- **Anmeldefrist:** MBA-Anmeldungen fürs Sommersemester 2020 werden **bis zum 28.02.2020** angenommen; fürs Diploma und die Zertifikatskurse sind Anmeldungen auch noch im laufenden Semester möglich.
- Überblick über Finanzierungsmöglichkeiten und Förderung stellt unsere Weiterbildungsakademie bereit unter dem Punkt "Finanzierungsmöglichkeiten": <https://www.hfwu.de/weiterbildung/bachelor-master-mba/>
- Weitere Möglichkeit zur Studienfinanzierung ist die Teilnahme an einem „umgekehrten Generationenvertrag“, bei welchem erst Zahlungen nach dem Studium einkommensabhängig fällig werden, wie bspw.:
<https://www.mba-bildungsfonds.de/>
-> Aktuelle Vergleichsstudie des CHE zu verschiedenen, anderweitigen Studienfinanzierungsangeboten ist zu finden unter: https://www.che.de/downloads/CHE_AP_224_Studienkredit_Test_2019.pdf

Wann starten das MBA- sowie die Diploma- und Zertifikatskursprogramme in 2020?

Programmübersicht Sommersemester 2020 & Wintersemester 2020/21

Startdatum	Enddatum	Anmeldefrist	Kurs/ Programm
27. März 2020	Februar 2022	28.02.2020, Nachfrist für mögliche Restplätze bis 16.03.2020	MBA Digital Management & Marketing
	Juli 2021		Diplomas of Advanced Studies Digital Management & Digital Marketing
27. März bis 24. April 2020 -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx	Juli 2020	jeweils zwei Wochen vor Kursstart	alle 12 Kursmodule des MBAs als Zertifikatskurse
9. Oktober 2020	Juli 2022	15.09.2020	MBA Digital Management & Marketing
	Februar 2022		Diplomas of Advanced Studies Digital Management & Digital Marketing
Oktober bis November 2020 -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx	Juli 2020	jeweils zwei Wochen vor Kursstart	alle 12 Kursmodule des MBAs als Zertifikatskurse

Kurse "Digital Sales & E-Commerce" und "Digital Business Planning, Controlling & Valuation" werden teilweise als Online-Präsenzlehre angeboten (so dass auch eine Remote-Teilnahme möglich ist)

Mögliche Arten der Zusammenarbeit mit Unternehmen/ „duales“ Studium

Weiterbildung/ Weiterentwicklung durch Zertifikatskurse/ Diploma/ MBA

- Gezielter Aufbau von **Fähigkeiten und Kompetenzen als Fach- und Führungskraft** in den verschiedenen Fachbereichen von **Digital Management & Marketing** durch den **MBA/ das Diploma**
 - Teilnahme an einem oder mehreren der Module mit jeweils **Abschluss eines Zertifikats** von der HfWU (später anrechenbar für den Diploma-/ MBA-Abschluss)
 - Möglicher **Bestandteil eines digitalen Transformationsprogramms** in Unternehmen
 - **Mitarbeiterentwicklung und -bindung** durch Weiterqualifizierung und Studienfinanzierung
- > siehe Top-5 Fragen/ Argumentation im Anhang für Arbeitgeber

Berufsbegleitendes MBA-Studium als Trainee/ Young Professional

- **Berufseinstieg als Trainee/ Young Professional** mit gleichzeitigem **Know-How-Aufbau im Digitalbereich**
 - **Berufsbegleitendes MBA-Studium und Traineeship/ Junior-Position** kombinierbar, so dass der Young Professional sofort ein Gehalt hat und Vollzeitberufserfahrung sammelt trotz Weiterstudium zum MBA
 - **Kontakt zu interessierten Unternehmen** kann hergestellt werden
- > bei Interesse mit Präferenz der Unternehmensart/ der Stelle wenden an stefan.detscher@hfwu.de oder individuell potentiellen neuen Arbeitgeber nach Möglichkeit eines berufsbegleitenden MBAs fragen

Wie können Sie im Rahmen des Studiums Auslandserfahrung sammeln?

Mögliches optionales Auslandsstudium

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

University of Cambridge



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm "Innovation and Entrepreneurship Programme" in der zweiten Julihälfte/ Anfang August: <http://www.ice.cam.ac.uk/course/innovation-and-entrepreneurship-summer-programme-2020>
- anrechenbar fürs Modul „Entrepreneurship & Innovation“
- sehr erfahrene Unternehmer/ Experten als Dozenten
- Entwicklung eines eigenen Geschäftsmodells/ Business Plans
- kulturell-historisches Rahmenprogramm in Cambridge

Universitat Central de Catalunya in Barcelona



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

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

Ist das Programm systemakkreditiert und wie wird Qualität gesichert?

Systemakkreditierung & Qualitätsmanagement

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



Wer ist im Beirat des Studienprogramms „Digital Management & Marketing“ engagiert?

Beirat des Programms „Digital Management & Marketing“

- **Dr. Andreas Albath**, ehem. Vorstand/ CEO telegate Media AG & Unternehmer/ Investor
 - **Helen Yuanyuan Cao**, Researcher Washington University St. Louis und
Director Marketing & Product EMEA Biosciences Becton Dickinson
 - **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 A.T. Kearney
 - **Dr. Michael Hepp**, VP Digital Business & Transformation und Mitglied der GL der Walter AG
 - **Prof. Dr. Markus Mändle**, Prorektor HfWU & Direktor Institut für Kooperationswesen
 - **Stefan Schmid**, geschäftsführender Gesellschafter Möbelhaus Schmid/ HOME Company
 - **Steffen Vietz**, Unternehmer im Einzelhandel und Technologieberatung, ehemals Airbus
- + perspektivisch 1 Alumni/a des MBA-Studienprogramms ab 2021

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

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

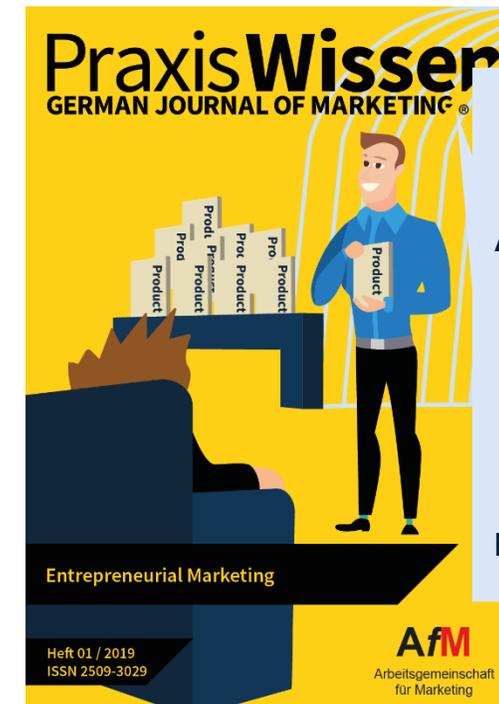


“Mit AAA-Vertrieb innovative Energielösungen verkaufen“
(veröffentlicht in 11/2018)

„Was die „Etablierten“ von den „Jungen“ lernen können“
(veröffentlicht 04/2019)



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

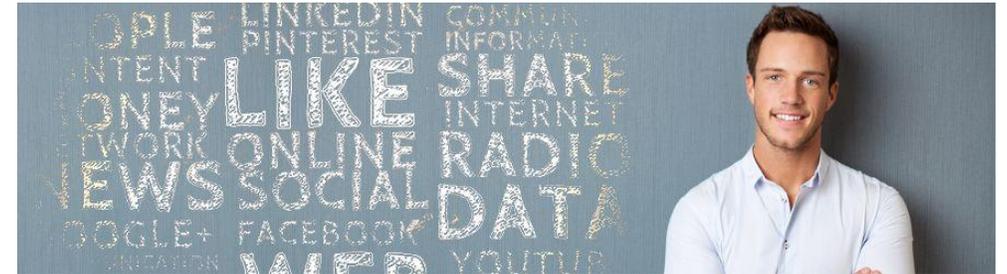


Umfrage zu innovativen unternehmerischen Ansätzen in Marketing & Vertrieb von Unternehmen und daraus resultierend Studienveröffentlichung und Artikelpublikation in Peer-reviewed Journal

Welche Positionen können Sie typischerweise mit dem Studienprogramm anstreben?

Berufliche Entwicklung durch den MBA Digital Management & Marketing

- Nach dem Diploma- oder MBA-Abschluss sind Sie für **anspruchsvolle Aufgaben in interdisziplinären (Projekt-)Teams** ideal vorbereitet.
- Sie **gestalten digitale Geschäftsmodelle** mit und sind aufgrund Ihres Studiums in der Lage, die Grenzen und Möglichkeiten beim **Einsatz technologischer Lösungen** zu reflektieren.
- Im Team **vertreten** Sie die **betriebswirtschaftliche Seite**, können jedoch die **Positionen anderer Abteilungen nachvollziehen** und beurteilen.
- **Typische Positionen** sind:
 - als Leiter/-in oder Experte in Transformations-/ Innovationsprojekten
 - in (Fach-)Abteilungen zur Umsetzung von Digitalisierungsstrategien
 - als Assistent/-in des Vorstands/ der Geschäftsführung oder als ProjektmanagerIn
 - als Online-Marketing-/ Social-Media-Manager/-in
 - Experte/in E-Commerce
 - uvm.



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

Ihre Ansprechpartner

Wissenschaftliche Leitung & Firmenpartnerschaften

Prof. Dr. Stefan Detscher

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

Tel.: 07022 / 201-1056

stefan.detscher@hfwu.de



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

www.hfwu.de/dmx

Anmeldung & Organisation

Simone Lang

Büroleiterin
Weiterbildungsakademie

Tel.: 07022 / 201-301

waf@hfwu.de



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



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Ihre Fragen?

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

Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

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

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

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

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

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

Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

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

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

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

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

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

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