

# Zweiter Digital-MBA-Grad/ „Doppelabschluss“

in fünf Fachrichtungen



# Welche zusätzliche Abschlussmöglichkeit gibt es?

## „Doppelabschluss“ in einer der fünf MBA-Fachrichtungen

- **Zweiter MBA-Grad** in weiterer Fachrichtung durch Zusatzbelegung von nur 1-3 Kursmodulen, *falls MBA mit Abschlussnotenschnitt von mind. 2,3 absolviert*
- **1-3 Modulen** aus der jeweiligen neuen Fachrichtung zu belegen – (teilweise) schon im 4. Sem. parallel zur Thesis oder später
- **Gebühren:**  
**EUR 1.150; EUR 2.250 oder EUR 3.250**  
+ Prüfungsgebühr von EUR 200  
*(plus ggf. für Betreuung zweiter Masterarbeit EUR 1.000, falls Masterarbeitsnote > 2,0)*

## Antrag auf Zulassung über Weiterbildungs- akademie während oder nach dem MBA-Erst- Studium:

- Formular wird in nächsten Tagen/ Wochen zugänglich gemacht
- während MBA-Studium formal erstmal nur Kursbelegung und Zulassung zu MBA-Doppeldiplom + Kursanrechnung mit Erhalt erstem MBA-Abschluss

Anmeldung und Antrag auf Zulassung an der HfWU für den **Doppelabschluss** des Digital-MBA-Programms (Externenprüfung § 33 LHG)

Bewerbung für eine weitere Fachrichtung § 5 Abs. 5

- Digital Business & Leadership
- Digital Marketing & Sales
- Digital Operations Management
- Digital Management & Analytics
- Digital & Sustainable Management

- Start Sommersemester 20\_\_\_\_\_
- Start Wintersemester 20\_\_\_\_\_

### 1. Anmeldung

Anrede:  Herr  Frau  Divers  keine Angabe

Nachname: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Straße, Hausnummer: \_\_\_\_\_

PLZ: \_\_\_\_\_ Ort: \_\_\_\_\_

Geburtsdatum: \_\_\_\_\_ Geburtsort: \_\_\_\_\_

Staatsangehörigkeit: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_ Mobil: \_\_\_\_\_

E-Mail privat: \_\_\_\_\_ E-Mail geschäftlich (optional): \_\_\_\_\_

Hiermit melde ich mich an der HfWU Akademie e.V. auf Grundlage der mir bekannten Externenprüfungsordnung (EPO) in der jeweils geltenden Fassung und den nachfolgenden Vertragsbedingungen an.

Die Zulassung oder die vorläufige Zulassung zur Externenprüfung an der HfWU ist Grundlage für das Zustandekommen dieses Vertrags.

Zur Externenprüfung kann zugelassen werden, wer folgende Voraussetzungen erfüllt:

1. Einen abgeschlossenen MBA Digital Business & Leadership oder MBA Digital Marketing & Sales oder MBA Digital Operations Management oder MBA Digital Management & Analytics der HfWU (Prüfungsordnung ab Studienbeginn WiSe 2022/23, gültig ab 01.09.2022) oder
2. einen abgeschlossenen MBA Digital Business, Management & Leadership oder MBA Digital Management, Marketing & Sales der HfWU (Prüfungsordnung ab Studienbeginn SoSe 2021, gültig ab 01.03.2021) oder
3. einen abgeschlossenen MBA Digital Management & Marketing der HfWU (Prüfungsordnung ab Studienbeginn SoSe 2019, gültig ab 01.03.2019).
4. Nachweis einer hinreichenden Vorbereitung auf die Externenprüfung durch Teilnahme an den Vorlesungen der beantragten Fachrichtung.

# Modulübersicht Digital MBA

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

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

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

Modulhandbuch unter:  
[https://www.hfwu.de/fileadmin/user\\_upload/DMX/Dokumente/Modulhandbuch\\_Digital\\_MBA\\_-\\_5\\_Fachrichtungen\\_-\\_EPO\\_2024.pdf](https://www.hfwu.de/fileadmin/user_upload/DMX/Dokumente/Modulhandbuch_Digital_MBA_-_5_Fachrichtungen_-_EPO_2024.pdf)

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

# Doppelabschluss in einer von fünf Fachrichtungen

1. MBA- Ab- schluss	Digital & Sustainable Management (DNX)				Digital Business & Leadership (DBX)				Digital Operations Management (DOX)				Digital Management & Analytics (DAX)				Digital Marketing & Sales (DSX)			
Anzahl weite- rer Kurse*	2 weitere Kurse	3 weitere Kurse	3 weitere Kurse	3 weitere Kurse	2 weitere Kurse	1 weiterer Kurs	2 weitere Kurse	2 weitere Kurse	3 weitere Kurse	1 weiterer Kurs	1 weiterer Kurs	3 weitere Kurse	3 weitere Kurse	2 weitere Kurse	1 weiterer Kurs	1 weiterer Kurs	3 weitere Kurse	2 weitere Kurse	3 weitere Kurse	1 weiterer Kurs
2. MBA- Ab- schluss	DBX	DOX	DAX	DSX	DNX	DOX	DAX	DSX	DNX	DBX	DAX	DSX	DNX	DBX	DOX	DSX	DNX	DBX	DOX	DAX

\* bei regulärer Belegung der jeweiligen Fachrichtungsmodulare | min. jedoch 1 weiterer Kurs

# Fachrichtung Digital & Sustainable Management

## Primäre Zielgruppe

- Unternehmensführung
- Nachhaltigkeitsmanager
- CSR-ExpertInnen
- Digital Business Development
- Innovationsmanagement
- Social (Digital) Entrepreneurs/ Incubators
- Organisations- & Personalentwicklung
- Start-Up-Gründung & -Management
- Coaching & Training
- Unternehmensberatung

## Lernziele

- Methoden für Change-Management und Führung in **digitalen und nachhaltigen Transformationen** erlernen
- Entwicklung eines **Managementverständnisses**, das Wirtschaft, Ethik, Umwelt und Digitalisierung verbindet
- Entwicklung eines tiefen Verständnisses für **Nachhaltigkeitsprinzipien und -instrumente**
- Strategien, um **digitale Innovationen** in Geschäftsprozesse zu integrieren & nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln

## „Profilbildung **HILFT**“

Neuer Studiengang verbindet digitales mit nachhaltigem Management

Die Digital Business School an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) in Nürtingen-Geislingen hat ihr berufs begleitendes „Digital-MBA“-Studienprogramm um die Fachrichtung „Digital & Sustainable Management“ erweitert. Darüber sprach Katrin Starke mit Prof. Stefan Detscher, dem wissenschaftlichen Leiter der Digital-MBA-Studienprogramme der HfWU.

**WAMS:** Mit der Fachrichtung „Digital & Sustainable Management“ haben Sie Ihren Digital-MBA um eine fünfte Fachrichtung erweitert. Weshalb?  
**DETSCHER:** Die große Transformation in Wirtschaft und Gesellschaft umfasst die digitale und die nachhaltige Trans-

formation. Beides wollten wir in einer Fachrichtung abbilden. Denn das Instrument, um mehr Nachhaltigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft zu bringen, ist die Digitalisierung – ob es nun um eine Technologie zur Lieferkettennachverfolgung geht oder um ein Energiemanagement in Produktion und Haushalt zur Reduktion des Kohlendioxidausstoßes. Fachbereiche wie „Sustainable & Innovation Management“ oder „Sustainable Technology Management“ gibt es an einigen deutschen Hochschulen. Für die Ausrichtung auf „Digital & Sustainable Management“ haben wir eine Lücke gesehen – und der Bedarf ist da. Sowohl von Unternehmen als auch von Studierenden gab es große Nachfrage, was nicht überrascht: Immer mehr Unter-

nehmen bauen Sustainable-Management-Bereiche auf. Auf dem Arbeitsmarkt sind die Chancen also bestens.

**WAMS:** Wie fügt sich die neue Studienrichtung in das Studienprogramm Digital-MBA ein?  
**DETSCHER:** Der gesamte MBA hat zwölf Module. Die ersten sieben davon sind Kernmodule des digitalen Managements. Im zweiten Semester beginnt die Spezialisierung. Da geht es in der Vertiefungsrichtung „Digital & Sustainable Management“ unter anderem um die Prinzipien eines nachhaltigen Managements und die Umsetzungsfelder

oder darum, wie Innovationen in Sachen Nachhaltigkeit initiiert und nachhaltige Produkte vermarktet werden können.

**WAMS:** Mit dieser Ausrichtung wird ein bereits spezialisierter Studiengang noch weiter spezialisiert ...  
**DETSCHER:** Ja, das entspricht auch der Entwicklung am Markt. Vor zehn Jahren gab es viele generalistische MBA-Programme. Geht man heute über eine Master-Messe, findet man fast nur noch spezialisierte MBAs. Das macht aus meiner Sicht auch Sinn. Denn die Leute, die sich für einen MBA entscheiden, haben bereits Erfahrung in der Arbeitswelt und möchten nun Führungsverantwortung übernehmen – und genau da hilft eine Spezialisierung. Der MBA trägt zur Profilbildung bei. Wer sich mit einem spezialisierten MBA-Abschluss um einen Posten im Management bewirbt, kann mit exakt auf die Stelle zugeschnittenem Know-how punkten.

**WAMS:** Arbeiten die Studierenden während des berufs begleitenden Studiums weiter in Vollzeit?  
**DETSCHER:** Die meisten haben 100-Prozent-Stellen. Die Unternehmen wollen nicht auf ihre Fachkräfte verzichten. Die Studierenden selbst wollen das auch – nicht zuletzt aufgrund gestiegener Lebenshaltungskosten. Für den Studiengang sind pro Semester 4.750 Euro fällig, insgesamt 19.000 Euro. Dazu kommt die Prüfungsgebühr von 200 Euro. Die Hälfte unserer Studierenden sind Selbstzahler. Die andere Hälfte bekommt vom Arbeitgeber eine Teil- oder Vollförderung.

**WAMS:** Ein Studium „nebenbei“ kann sehr kräftezehrend sein ...  
**DETSCHER:** Durchhaltevermögen ist schon erforderlich. Da ist das Studium bereits eine gute Schule in Sachen Stress- und Zeitmanagement. Außerdem unterstützen wir durch Beratungen und persönliche Coachings. Und: Ohne Mehrkosten kann das auf vier Semester angelegte Studium auf bis zu sieben Semester ausgedehnt werden. Gerade junge Eltern nutzen dieses Angebot gern.

# Module 2. MBA

## Digital & Sustainable Management

### Principles of Sustainability Management

SoSe 25  
(22./23.02.2025)



#### Lernziele/ -inhalte:

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

### Innovation & Entrepreneurship For Sustainability Management

SoSe 25



#### Lernziele/ -inhalte:

- Anwendung moderner Innovationsmethoden
- Grundlagen von Entrepreneurship und Startup anwenden
- Organisationen planen und gestalten (z.B. BMC)
- Geschäftsmodelle kommunizieren (z.B. Pitch)

### Sustainability Marketing

SoSe 25



#### Lernziele/ -inhalte:

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

### Trend Topics Sustainability Management

WiSe 25 /26



#### Lernziele/ -inhalte:

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

### Digital Leadership & Agile Management

SoSe 25



#### Lernziele/ -inhalte:

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



# Fachrichtung Digital Business & Leadership



## Primäre Zielgruppe

- Digital-Strategie & -Berater
- Unternehmensführung
- Digital Business Development
- Innovationsmanagement
- Corporate Entrepreneurs / Incubators
- Start-Up-Gründung & -Management
- Agiles Projekt-, Produkt- & Prozessmanagement
- Organisations- & Personalentwicklung
- Coaching & Training
- HR-Strategie & -Management
- Recruiting & Employer Branding

## Lernziele

- **Agiles Management und Führung**
- Gestaltung moderner Arbeitswelten mit Einsatz von **New Work Ansätzen und Tools**
- **Data-driven Leadership**
- Entwicklung von **digitalen Employer Branding Strategien** und **Social Recruiting Konzepten**
- Management digitaler Geschäftsmodelle

# Module 2. MBA

## Digital Business & Leadership

### Digital Leadership & Agile Management

SoSe 25



#### Lernziele/ -inhalte:

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

### Digital HR Management

SoSe 25



#### Lernziele/ -inhalte:

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

### Digital Sales & E-Commerce

WiSe 25 /26



#### Lernziele/ -inhalte:

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

### Data-based B2B Business Models & Platforms

SoSe 25



#### Lernziele/ -inhalte:

- B2B Geschäftsmodelle auf Basis digitaler Technologien verstehen
- Aufbau von datenbasierten B2B-Geschäftsmodellen und -Eco-Systemen evaluieren und realisieren können
- Daten- & Service-Plattformen analysieren und umsetzen können

### Digital Business Planning, Steering & Valuation

WiSe 25 /26



#### Lernziele/ -inhalte:

- Ableitung von Wert- und Wachstumstreibern von (digitalen) Geschäftsmodellen
- Aufbau einer treiberbasierten Business Planung
- Forecasting, Reporting und Performance Management
- Bewertung von digitalen Geschäftsmodellen mit DCF und Venture Valuation Ansätzen



# Fachrichtung Digital Operations Management



## Primäre Zielgruppe

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

## Lernziele

- **Entwicklung datenbasierter Geschäftsmodelle**
- Anwendung von **Process Mining, Data Analytics und Automatisierungskonzepten** zur Effizienzsteigerung in betrieblichen Abläufen.
- **Steuerung und Bewertung digitaler Geschäftsmodelle**
- Einsatz moderner Technologien wie **Internet of Things, Blockchain, RFID und Industrie 4.0/ 5.0** für Supply Chain Management und Logistik.

# Module 2. MBA

## Digital Operations Management

**Digitalization of Indus. Value Chains & Innovation Mgmt.**

WiSe 25 /26



**Lernziele/ -inhalte:**

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



**Digital Supply Chain Management**

SoSe 25



**Lernziele/ -inhalte:**

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

**Data-based B2B Business Models & Platforms**

SoSe 25



**Lernziele/ -inhalte:**

- B2B Geschäftsmodelle auf Basis digitaler Technologien verstehen
- Aufbau von datenbasierten B2B-Geschäftsmodellen und -Eco-Systemen evaluieren und realisieren können
- Daten- & Service-Plattformen analysieren und umsetzen können

**Digital Controlling & AI Based Process Automation**

SoSe 25



**Lernziele/ -inhalte:**

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



**Digital Business Planning, Steering & Valuation**

WiSe 25 /26



**Lernziele/ -inhalte:**

- Ableitung von Wert- und Wachstumstreibern von (digitalen) Geschäftsmodellen
- Aufbau einer treiberbasierten Business Planung
- Forecasting, Reporting und Performance Management
- Bewertung von digitalen Geschäftsmodellen mit DCF und Venture Valuation Ansätzen

# Fachrichtung Digital Management & Analytics



## Primäre Zielgruppe

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

## Kernlernziele

- Praxisorientierte Technologie-Anwendung mit **Fokus auf KI**
- Unterstützung datengetriebener Entscheidungen durch **Big Data** basierte **Advanced Analytics** und **Visual Analytics**
- Anwendungsorientierte Entwicklung und Anwendung von **Machine Learning-Methoden, LLMs** und **generativer KI**
- Optimierung und **Automatisierung** von **Unternehmensprozessen (RPA)**
- Einsatz von Applikationen wie u.a. UI Path, Power Automate, Power BI, Microsoft Azure und Knime

# Module 2. MBA

## Digital Management & Analytics

### Digital Controlling & AI Based Process Automation

SoSe 25



#### Lernziele/ -inhalte:

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



### Machine Learning & Big Data Analytics

SoSe 25



#### Lernziele/ -inhalte:

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



### Digital Business Planning, Steering & Valuation

WiSe 25 /26



#### Lernziele/ -inhalte:

- Business Planning und Performance Management für digitale Geschäftsmodelle
- Venture Valuation mit Comparable Transaction- und Comparable Company-basiertem Multiple-Ansatz
- DCF-Bewertungsansätze, KPIs und Unit Economics für digitale Geschäftsmodelle

### Web & People Analytics \*

WiSe 25 /26



#### Lernziele/ -inhalte:

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

inkl. Zertifizierung in



### Data Management & Visual Analytics

WiSe 25 /26



#### Lernziele/ -inhalte:

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



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

# Fachrichtung Digital Marketing & Sales



## Primäre Zielgruppe

- Produkt-Management & -Marketing
- Strategisches Marketing
- Brand Management & Communication
- Marketingkommunikation
- Online Marketing
- Social Media Marketing & Management
- Content Creation & Marketing
- E-Commerce & Category Management
- Retail-Management (B2C)
- Vertrieb & Key Account Management (B2B)
- Lead Management & CRM
- Customer Service & Customer Experience Management
- Interne Unternehmenskommunikation
- Public Relations/ externe Unternehmenskommunikation

## Lernziele

- Praxisorientierter Einsatz von **Online-Marketing-Technologien** zur zielgerichteten Kundenansprache.
- Erarbeitung **datenbasierter Marketingstrategien** durch Web-, Google- und KI-basierte Social Media Analytics Tools.
- **Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen**
- **Optimierung von Multi-Channel-Vertriebsansätzen, inklusive Customer Journey Management.**
- Vertiefung im Bereich **E-Commerce** und **Marktplätze**

# Module 2. MBA

## Digital Marketing & Sales

**Advanced & Programmatic  
Digital Marketing**

SoSe 25



**Lernziele/ -inhalte:**

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

**Machine Learning &  
Big Data Analytics**

SoSe 25



**Lernziele/ -inhalte:**

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



**Social Media, Content &  
Influencer Marketing**

SoSe 25



**Lernziele/ -inhalte:**

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



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

WiSe 25 /26



**Lernziele/ -inhalte:**

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

inkl. Zertifizierung in



**Digital Sales & E-Commerce**

WiSe 25 /26



**Lernziele/ -inhalte:**

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



# Kurs AI Application Workshop/ KI-Werkstatt = *neu im MBA-Curriculum ab WiSe 25/26 und als Doppelabschlusskurs nutzbar*

im  
SoSe 25  
+WiSe 25/26

## AI Application Workshop/ KI-Werkstatt



+

## Zwei weitere Kurse mit starken KI-Bezug aus Curriculum

=

## Zertifizierte/r KI- Manager/in

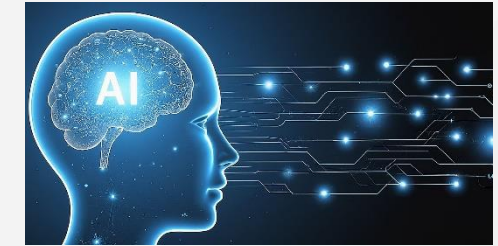
In diesem Kurs werden für eine Problemstellung aus dem Arbeitsumfeld eine KI/ Advanced Analytics basierte Lösung entwickelt und idealerweise prototypisch umgesetzt.

### Qualifikationsziele des Kurses:

- Potentiale für KI Anwendungen in eigenen Datensätzen und Prozessen erkennen
- Einen Umsetzungsplan für KI Anwendungen aufstellen
- Das Ökosystem für KI Anwendungen verstehen
- Wissen aus Impulsvorträgen und anderen Veranstaltungen in praktische Umsetzung übertragen

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

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



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

Weitere Infos unter [www.ki-manager.pro](http://www.ki-manager.pro)

# Ansprechpersonen

Infos & Formulare in ILIAS und unter:  
<https://www.hfwu.de/studium/studienangebot/fb/f/digital-mba-studienprogramm/doppelabschluss/>

## 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](mailto:stefan.detscher@hfwu.de)

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt  
Nürtingen-Geislingen

Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen

Gebäude CI10 | Raum 343

Sigmaringer Str. 25

72622 Nürtingen




## Studienberatung



### Yannik Roos

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

Tel.: 0152 / 59751691 

[yannik.roos@hfwu-dbs.de](mailto:yannik.roos@hfwu-dbs.de)

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

[www.hfwu.de/dmx](http://www.hfwu.de/dmx)

[www.hfwu-mba.de](http://www.hfwu-mba.de)



### Florian Setka

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

Tel.: 0151 / 22238252

[florian.setka@hfwu-dbs.de](mailto:florian.setka@hfwu-dbs.de)

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

[www.hfwu.de/dmx](http://www.hfwu.de/dmx)

[www.hfwu-mba.de](http://www.hfwu-mba.de)

## Anmeldung & Organisation



### Susanne Liemer

- Seminarmanagerin
- Mitarbeiterin der Weiterbildungsakademie an der HfWU

Tel.: 07022 / 201-401

[waf@hfwu.de](mailto:waf@hfwu.de)

HfWU Akademie

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Neckarsteige 6-10

76222 Nürtingen

