



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



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

HfWU/ Digital Business School & Institute Prof. Dr. Stefan Detscher



- Systemakkreditierte staatliche Hochschule mit Spitzenrankings von WirtschaftsWoche und von CHE/ Die ZEIT
- Digital Business School & Institute als Kompetenzzentrum für digitales Management an der HfWU
- Seit Herbst 2018 aufgebaut mit >250 AbsolventInnen/ Studierenden
- 12 ProfessorInnen, 35 DozentInnen aus der Praxis und siebenköpfiges Organisationsteam



- Geschäftsführender Direktor des Digital Business Institute & Leiter der Digital Business School an der HfWU
- Professur in digitalem Management & Marketing
- 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
- ehemals Berater bei Roland Berger & Kearney

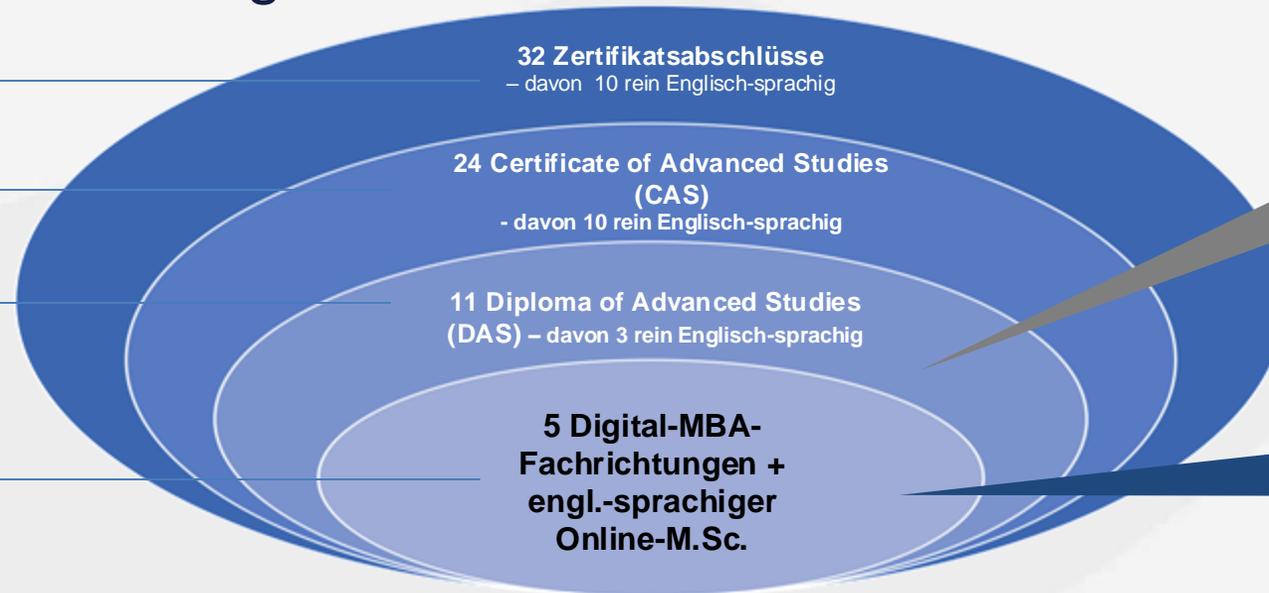
Unser Studien- und Kursangebot

1 Kursmodul (6 ECTS):
32 verschiedene Kurse

2 Kursmodule (12 ECTS):
14 mögliche Kurskombinationen
+ frei wählbares CAS

5 Kursmodule (30 ECTS):
8 Diploma-Fachrichtungen
+ frei wählbares DAS

11 bzw. 12 Kursmodule +
Master-Thesis (90 ECTS)
-> Voraussetzung: Bachelor-
(äquivalenter) Abschluss
-> danach: Berechtigung zur
Promotion



+ Zusätzlich Ausbildung zum
„Zertifizierten KI-Manager“
(3 Kursmodule)

Möglichkeit zum
Doppelabschluss mit
zweitem MBA-Grad!

Digital-MBA-Programm Modulübersicht

Kernmodule (für alle Fachrichtungen, 42 ECTS)				
Digital Business Model Innovation		AI Application Workshop *		
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 Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.
Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.	Data-based B2B Business Models & Platforms		Web & People Analytics *	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	Digital Sales & E-Commerce
4. Semester: Projekt-/ Case Study-basierte Masterarbeit (inkl. Digital Research Seminar, 18 ECTS)				
MBA Digital & Sustainable Management	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 Wechsel der Fachrichtung und Doppelabschluss möglich

Modulhandbuch unter: https://www.hfwu.de/fileadmin/user_upload/DMX/Dokumente/Modulhandbuch_Digital_MBA_-_5_Fachrichtungen_-_EPO_2024.pdf

* von WiSe 25/26 an; bis dahin „Dig. Mark., Strategy, Branding & Camp. Mgmt.“ als Kernmodul statt „AI Application Workshop“ sowie „Web & People Analytics“ nicht als separates Modul

Diploma of Advanced Studies (DAS)

Zielgruppe	Digitalisierung, Nachhaltigkeits-Management, Social Entrepreneurship	HR/ Recruiting/ Coaches Organisationsentwicklung	(Digital)Strategie/ (Digital)Berater	Produktions-steuerung Supply Chain Mgmt., Logistik, Einkauf, QM Prozessmgmt.	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 & Sustainable Mgmt.*	Digital Leadership & HR Mgmt.	Digital Strategy & Transformation	Digital Management & Operations	Digital Analytics & Controlling	Digital Product & Innovation Mgmt.	Digital Customer & Sales Mgmt.	Digital Marketing & E-Commerce	Digital Management
Diploma of Advanced Studies (DAS) (jeweils 5 Kurse i.d.R. über 3 Semester, 30 ECTS; Belegung eines Fremdmoduls möglich)	Principles of Sustainability Management	Digital Business Model Innovation		Digital Technology & Law	Digital Technology & Law	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.			5 frei wählbare Module aus dem gesamten Digital-MBA-Curriculum
	Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.	Digital HR Management	Digital Business Planning Steering & Valuation	Digital Supply Chain Management	Machine Learning & Big Data Analytics	AI & Immersive Web Based Customer Experience Management		Advanced & Programmatic Digital Marketing	
	Sustainability Marketing	Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development	Design Thinking & User Experience Management	Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management	Data Management & Visual Analytics	Digital Business Model Innovation	Machine Learning & Big Data Analytics	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	
	Trend Topics Sustainability Management	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	Digital Leadership & Agile Management	Data-based B2B Business Models & Platforms		Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digitalization of Industrial Value Chains & Innov. Mgmt.	Digital Sales & E-Commerce		
Belegung weiterer (min.) 7 Kursmodule + Erstellung einer Masterarbeit führen als Kombistudium zum									
MBA	Digital & Sustainable Mgmt.*	Digital Business & Leadership		Digital Operations Mgmt	Digital Mgm. & Analytics	Digital Marketing & Sales			alle Fachrichtungen

Certificate of Advanced Studies (CAS)

	Digitalisierung, Nachhaltigkeits-Management, Social Entrepreneurship	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 Sustainable Leadership*	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 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
	Principles of Sustainability Management	Digital HR Management	D. Entrepreneurship & Value Bas. Start-Up Devel.	Dig. of Industrial Value Chains & Innov. Management	Data Management & Visual Analytics	Dig. of Industrial Value Chains & Innov. Management	Digital Sales & E-Commerce	Advanced & Programmatic Digital Marketing	
	D. & Sustainable Transformation Mgmt.*	Digital Transformation & Leadership			Digital Controlling & Business Mgmt.	Digital Sales & Supply Chain Mg.	Digital Marketing & Sales Strategy	Dig. Mkt. & Social Media Strategy	
D. Transformation & Sustainable Change Management	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.		
Innovation & Entrepreneurship for Sustainable Mgmt.	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 & Sustainable Mgmt.*	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

Kernmodule Digitales Management

Digital Business Model Innovation *



- Management disruptiver Ereignisse und Entwicklungen
- Lean Start-Up Approach und Business Model Canvas
- Wert- und Wachstumstreiber für digitale Geschäftsmodelle
- Case Study zu digitalen Geschäftsmodellen

Digital Technology & Law *



- 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, Sicherheit/ Cybersecurity, Risikomanagement



Design Thinking & User Experience Management

Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development



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

AI Application Workshop **



- Potentiale für KI Anwendungen in eigenen Datensätzen und Prozessen erkennen
- Einen Umsetzungsplan für KI Anwendungen aufstellen
- Das Ökosystem für KI Anwendungen verstehen



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

Digital Transformation & Sustainable Change Management



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

AI & Immersive Web Based Customer Experience Management



- Digital Customer Touchpoints u.a. mit KI/ LLMs
- Robotic Process Automation in Marketing und Vertrieb
- Entwicklung von Customer Experience Konzepten
- Konfiguration von Chatbots/ Avataren
- Interaktivität/ Immersivität für die Customer Experience
- Interaktive 3D-Webanwendungen konzipieren lernen



Bis zu 2 Kernmodule können auch mit Fachrichtungsmodulen getauscht werden

* Teilkurse auf Englisch ab SoSe 25 bzw. WiSe 25/26

** von WiSe 25/26 an: „AI Application Workshop“, „Dig. Mark., Strategy, Branding & Camp. Mgmt.“ dann in Fachrichtung Mark. & Sales

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



Welt am Sonntag, 06.10.24

Fachrichtungsmodul

Digital & Sustainable Management

Principles of Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

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

Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Management



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



Lernziele/ -inhalte:

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

Trend Topics Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital Leadership & Agile Management



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

- Management **digitaler Geschäftsmodelle**
- **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**

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

Digital HR Management



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital Sales & E-Commerce



Lernziele/ -inhalte:

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

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

Digital Business Planning, Steering & Valuation



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.

Fachrichtungsmodul

Digital Operations Management

Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management



Lernziele/ -inhalte:

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



Digital Supply Chain Management



Lernziele/ -inhalte:

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



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

Digital Controlling & AI Based Process Automation



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung des Controlling
- Data Science, Data Analytics, Business Analytics
- Process Mining & Optimization Tools
- Einsatzbereiche und Nutzung von KI-Anwendungen



Digital Business Planning, Steering & Valuation



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

Fachrichtungsmodule

Digital Management & Analytics

Digital Controlling & AI Based Process Automation



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung des Controlling
- Data Science, Data Analytics, Business Analytics
- Process Mining & Optimization Tools
- KI-basierte Anwendungen, u.a. RPA-Tool UI Path



Machine Learning & Big Data Analytics 



Lernziele/ -inhalte:

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



Digital Business Planning, Steering & Valuation 



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 *



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



Lernziele/ -inhalte:

- Data Architecture & Management, Cloud Computing (u.a. MS Azure)
- Datenexploration & Mustererkennung (u.a. Power Automate)
- Reporting & Visualisierung (u.a. Power BI)
- Informations- & Datenethik



* 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**

Fachrichtungsmodulare

Digital Marketing & Sales

Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management



Advanced & Programmatic Digital Marketing

Social Media, Content & Influencer Marketing

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics

Digital Sales & E-Commerce



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, Globales Markenrollout Konzept



Lernziele/ -inhalte:

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



Lernziele/ -inhalte:

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



Lernziele/ -inhalte:

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

inkl. Zertifizierung in



Lernziele/ -inhalte:

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

Abschluss „Zertifizierte/r KI-Manager/in“

Im MBA enthalten

AI Application Workshop/ KI-Werkstatt

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

+

Zwei weitere Kurse mit starken KI-Bezug aus Curriculum

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
- Digital Supply Chain Management
- Social Media, Content & Influencer Marketing

=

Zertifizierte/r KI- Manager/in



- 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

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. 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. Burkhard Hoppenstedt:

- Professor für betriebliche Informationssysteme und Digitalisierung an der HfWU
- Promotion im Bereich KI (Predictive Maintenance)
- Projekterfahrung im Bereich Softwareentwicklung, Data Science und KI



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



Anita Brenner:

- Lead Global Online Marketing Bosch Power Tools, BUOutdoor & Garden
- Head of Brandmanagement
- Experte für Brand, User Kommunikation, globale Kampagnensteuerung online / offline, UX und Produktmanagement



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



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



Dr. Stefan Hoffmann:

- Geschäftsführer, CDO, Business Angel (OUTLET.CITY.COM, maxdome, 1&1, o2, SupplyOn)
- Experte für E-Commerce & Omnichannel-Strategien mit Expertise in B2C-, B2B- und D2C-Geschäftsmodellen
- Deep Diving in AI, CRM & Clubs, Influencer Marketing und Social Commerce



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



Philipp Riedlinger:

- Senior Consultant bei GFT Technologies SE
- IT Business Analyst
- Blockchain Experte
- M.Sc. in technischer Kybernetik



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



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.

Weitere Auslandsstudienprogramme können zur Prüfung bzgl. Anrechenbarkeit an uns gesendet werden. Aktuell schon zur Anrechnung vorgeprüfte Programme sind:

Universität Central de Catalunya in Barcelona



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm ["Marketing & Business 4.0"](#) in der ersten Julihälfte: anrechenbar „Machine Learning & Big Data Analytics“ oder „Advanced & Programmatic Digital Marketing“
- sehr erfahrene Dozenten aus der Praxis
- Case Studies, Projektarbeit und Firmenbesuche, kulturelles Rahmenprogramm in Barcelona
- Partnerhochschule der HfWU

Aydin University in Istanbul



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm ["Integrated Marketing Communications"](#) in der zweiten Julihälfte: anrechenbar für „Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management“ oder „Advanced & Programmatic Digital Marketing“
- sehr erfahrene Dozenten aus der Praxis
- Case Studies, Projektarbeit und Firmenbesuche, kulturelles Rahmenprogramm
- Partnerhochschule der HfWU

Copenhagen Business School in Kopenhagen



- englischsprachiges dreiwöchiges Programm an der renommierten und top-gerankten Copenhagen Business School, die über EQUIS-, AACSB- und AMBA-Akkreditierung sowie Universitätsstatus verfügt
- [„Social Entrepreneurship and Business Model Innovation“](#) anrechenbar für „Digital Entrepreneurship & Value Based Start- Up Development“

Business School IÉSEG in Paris



- englischsprachige vorgeprüfte Programme an der renommierten französischen Business School
- [„Entrepreneurship & Innovation“](#) anrechenbar für „Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development“
- [„Digital Marketing“](#) anrechenbar für „Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management“

Vives University of Applied Sciences in Brügge, Belgien



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm ["Innovative Entrepreneurship"](#) anrechenbar für „Digital Entrepreneurship & Value Based Start- Up Development“
- Fokus auf KI

EM Normandie Business School in Caen, Frankreich



- englischsprachiges zweiwöchiges Programm [„Introduction to Data Analysis Using Python and ChatGPT“](#) Ende Juni/ Anfang Juli. Anrechenbar für „Machine Learning & Big Data Analytics“ oder „Data Management & Visual Analytics“
- Anwendungsorientierte Prüfungsleistung und Open book questions

Aalto University in Helsinki



- englischsprachiges zweiwöchiges Programm [„Digital Business“](#) in der ersten Augushälfte anrechenbar für „Digital Leadership & Agiles Management“
- Projektchallenge mit intensivem Coaching
- Exkursionen
- Kulturelles Rahmenprogramm

Lernmethoden & Überfachliche Angebote

Digitale & innovative Lernmethoden

Wir integrieren in unsere berufsbegleitenden Digital-Master- & Studienprogramm modernste Lernmethoden:

- **Blended Learning**
- **Projekt- und praxisbasiertes Lernen in Form von Case Studies/Fallstudien**
- **Serious Games**
- **(KI-)Tool-Nutzung**
- **Forschendes Lernen**
- **Flipped Classroom**



Prüfungsleistungen bestehen nur aus Fallstudien- und Projekt-prüfungen = hohe Anwendungs- und Praxisorientierung

Überfachliche Angebote

- **Digital Management Talks:**
Impulsvorträge und Austauschabende mit relevanten Executives, Gründern und internationalen Experten, u.a. mit
 - Friedrich Schwandt (Gründer Statista)
 - Lisa Schufro (internationale Expertin zu OKR)
 - Christine Rittner (ex-CHRO Lidl/Schwarz Gruppe) zu Female Leadership
 - Victoria Klisch (Partnerin w3.fund)
 - Google Zukunftswerkstatt
- **Seminar (Digital) Research-Methoden**
Kompetenzaufbau empirische und qualitative Forschungsmethoden
- **Persönliche Kompetenzentwicklung:**
Leaderfy Simulation Game
- **Individual-Coaching** in Kooperation mit der Münchner Business Coaching Akademie (bis zu 4 Sessions inkludiert)
- Betreuung von **Intrapreneur & Entrepreneur-Projekten** durch Förderinitiative Zukunft.Gründen der HfWU



Was sagen unsere Studierenden & AbsolventInnen zum Studium?

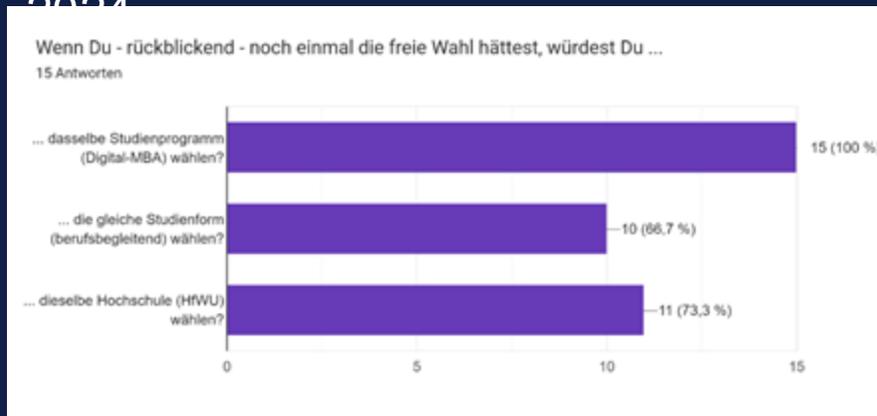
„Durch die praxisnahen Inputs der Dozenten ermöglicht der MBA an der Digital Business School den Studierenden, über den Tellerrand des eigenen Unternehmens hinauszublicken und aktuelle digitale Trends zu verfolgen. Dies schafft die Grundlage, innovative Ansätze zu erkennen und deren Relevanz für das eigene Unternehmen zu reflektieren. Die Hochschule bietet damit eine tolle Chance, sich fachlich und persönlich außerhalb des beruflichen Umfelds weiterzuentwickeln.“



Regina Döbel:

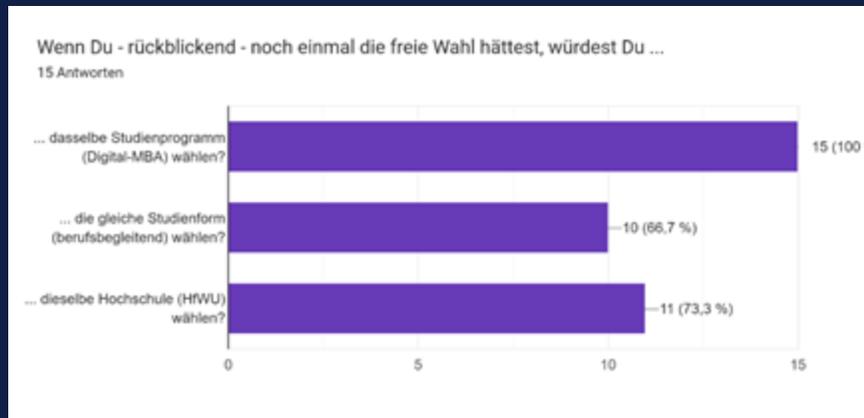
- Aktuell im Sales & Market Management USA bei der Mercedes-Benz AG
- Zuvor B.A. BWL- Industrie 4.0 an der DHBW Stuttgart

Absolventenumfrage Sommer 2024



100%-Weiterempfehlungsquote!

Net Promoter Score (NPS) von 93!



Bewertung auf

StudyCHECK.de

SEHR GUT
★★★★★ 4.6
100 % Weiterempfehlung

Mögliche Abschlüsse

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
- **Vierzehn 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
- **Acht 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 Gesamtabchlussnote 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/(sgebühr) 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-

Rahmenbedingungen & Unterstützung

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) -> **Start** zu Ende **März** **und** Anfang **Oktober** **möglich!**
- Jedes Modul umfasst **Präsenzkurse + Live-Video-Sessions** an **zwei Freitagnachmittagen/-abenden** (16:15 - 20:15 Uhr / englisch-sprachige Kurse bis 19:30Uhr) und **zwei Samstagen** (8:30 – 15:30/ 15:30 Uhr)* ergänzt um Fallstudienbearbeitung und Selbststudium per E-Learning = **außerhalb** von **Kernarbeitszeiten!**
- **Hälfte der Kurstermine** sind **Live-Video-Sessions**, die weiteren **Kurstermine** finden **vor Ort** statt
- Zusätzlich werden alle Vor-Ort-Termine bei Bedarf auch per Live-Video übertragen (=Hybridmodus), so dass auch eine **reine Remote-Teilnahme möglich** ist, d.h. Programm auch für Studierende außerhalb des Großraums Stuttgarts interessant! (Nutzung neuartiger KI-Techniken für optimales Hybriderlebnis)
- **4 Semester** Regelstudienzeit – kostenfrei ausdehnbar auf bis zu 7, flexible Kursbelegung
- **Kleingruppenprinzip:** in Fachrichtungsmodulen 8-12 Studierende, in Kernmodulen 15-20
- Für **Bildungszeit** (Bildungsurlaub) anerkannte Bildungseinrichtung
- Ca. **ein Drittel englischsprachige Kurse** für internationale Weiterqualifizierung
- Kursorte des Studienprogramms in der **Innenstadt von Nürtingen: modernes Fakultätsgebäude** CI10 und **Start-Up-Center** Future.Box (3 Gehminuten vom Bhf., ausreichend Parkplätze)



*Die Kurszeiten für vier der Fachrichtungsmodule „Digital & Sustainable Management“ sind 1x pro Sem. FR+SA 9-18 Uhr

Unterstützung

Schnuppervorlesungen

-> Anmeldung unter:

<https://www.eventbrite.de/o/digital-business-school-an-der-hfwu-20167466932>



Probestudium

Lerne uns im ersten Monat unverbindlich kennen

-> Bis zu 4 Kurs-WE ohne Zahlungsverpflichtung und erst dann verbindliche Anmeldung

+ Teilstipendien-Programm Digital Business Institute

-> Siehe Folgeseite + www.hfwu-stipendium.de

Teilstipendien-Programm

Weitere Infos unter
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, mehr dazu unter www.dualer-mba.de
- Bei Interesse mit Präferenz der Unternehmensart / der Stelle wende Dich gerne an florian.setka@hfwu-dbs.de



Zu den offenen Stellen:

Partnerunternehmen	Stelle (m/w/d)	Berufsbegleitende MBA-Fachrichtung
 eFLY	Account Manager in Stuttgart	Digital Marketing & Sales
 eFLY	Performance Marketing Manager in Stuttgart	Digital Marketing & Sales
 refine	Consultant in Stuttgart	Alle möglich
 KlickPiloten <small>Digital Marketing Experten</small>	Online-Marketing Manager in Stuttgart	Digital Marketing & Sales
 Digilents	Recruitment Consultant in Stuttgart	Digital Business & Leadership
 FOSTEC & COMPANY	Business Analyst in Stuttgart	Digital Marketing & Sales
 CONCENTRIX + Webhelp	International Graduate Program	Digital Marketing & Sales

Berufliche Entwicklung durch unser MBA- & Studienprogramm

- 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:

- Leiter/-in, Berater oder Experte in Transformations-/ Innovationsprojekten
- Leiter/ Referent in (Fach-)Abteilungen zur Umsetzung von Digitalisierungsstrategien
- Assistent/-in des Vorstands/ der Geschäftsführung
- Digital Product/ Process/ Project Manager
- Online-Marketing-/ Social-Media-Manager/-in
- Experte/-in E-Commerce/ CRM
- Data Analyst
- uvm.

Übersicht Startdaten und Anmeldefristen nächste Semester

Kurs/ Programm	Startdatum	Anmeldung
Wintersemester 2025/26		
MBA Digital Management & Analytics / MBA Digital & Sustainable Management / M.Sc. Digital Business Management / MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management	10. Oktober 2025 (späterer/flexibler Start möglich)	Bis 31.08.2025, Anmeldung unter www.hfwu.de/dmx-mba , kostenfreie Stornierung bis 31.08.2025
Diploma of Advanced Studies (8 Fachrichtungen)	Oktober/ November 2025	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Zert. KI-Manager und Certificate of Advanced Studies (14 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs + M.Sc. als einzelne Zertifikatskurse		
Sommersemester 2026		
MBA Digital Management & Analytics / MBA Digital & Sustainable Management / M.Sc. Digital Business Management / MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management	März 2026 (späterer/flexibler Start möglich)	Bis 28.02.2026, Anmeldung unter www.hfwu.de/dmx-mba , kostenfreie Stornierung bis 28.02.2026
Diploma of Advanced Studies (8 Fachrichtungen) u. Kombiabschluss Diploma + MBA/ M.Sc	März/ April 2026	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Zert. KI-Manager und Certificate of Advanced Studies (14 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs + M.Sc. als einzelne Zertifikatskurse		

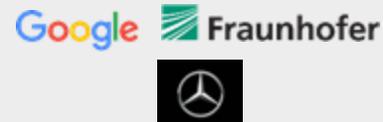
USPs der Digital Business School an der HfWU

1. Systemakkreditierte staatliche Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen mit Spitzenrankings von WirtschaftsWoche und von CHE/ Die ZEIT



2. Hoch innovative Themenbereiche wie Künstliche Intelligenz, Analytics, Blockchain, Cybersecurity, Internet of Things und Industrie 4.0/5.0 sowie Lean Startup-Ansatz und Growth Hacking -> Angebot eines [AI Application Seminars](#)

3. Hochqualifizierte Dozentschaft mit >10 ProfessorInnen und >30 DozentInnen aus der Praxis auf dem Niveau von (ehemal.) Geschäftsführern/ Vorständen, Bereichsleitern, Senior Advisors & Unternehmern; Lehrende u.a. von:



4. Einzigartiges stark anwendungsorientiertes berufsbegleitendes Studienprogramm mit starkem Forschungshintergrund durch [Digital Business Institute](#) und zahlreichen Publikationen



5. [Digitale und innovative Lernmethoden](#), darunter ein effektiver Blended Learning-Ansatz mit virtuellen & hybriden Class-Room-Sessions sowie E-Learning-Phasen



6. Fokus auf Projekt- & Fallstudien-basierte Studienarbeiten als Prüfungsleistungen und umfangreichen Modulwahlmöglichkeiten für höchst mögliche Praxisrelevanz

7. Komplette [modularer Aufbau vom einzelnen Zertifikat über Diploma of Advanced Studies](#) bis zum MBA inkl. Promotionsberechtigung/ [Möglichkeit zum Doktorat](#) (unterstützt durch Research-Seminar)

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



9. Berufseinstieg in ein (Partner) Unternehmen parallel zum MBA-Studium. Zum dritten Mal als Talentschmiede ausgezeichnet



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

Ansprechpersonen

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 C110 | 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

Beratungstermin buchen:

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

www.hfwu.de/dmx

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

Beratungstermin buchen:

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

www.hfwu.de/dmx

www.hfwu-mba.de

Anmeldung & Organisation



Susanne Liemer

- Seminarmanagerin
- Mitarbeiterin der Weiterbildungsakademie an der HfWU

Tel.: 07022 / 201-401

susanne.liemer@hfwu.de

HfWU Akademie

an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Neckarsteige 6-10

72622 Nürtingen



Vielen Dank für Eure
Aufmerksamkeit!



Eure Fragen?



Folgt der Digital
Business School:

LinkedIn:
**Digital Business
School an der HfWU**



Instagram:
**digital.business.
school.hfwu**



Webseite:
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



Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

1. Welchen Nutzen bringt das Digital-MBA- und -Studienprogramm dem Unternehmen?

Zeige, wie die wichtigsten Herausforderungen Deines Unternehmens/ Bereichs durch den Studieninhalt Deines geplanten berufsbegleitenden Studiums mit neu gewonnenen Kenntnisse und Kompetenzen in den Bereichen digitalen Managements gemeistert werden können. Neu erlernte Fähigkeiten und Fachkenntnisse kannst Du so direkt bei der Arbeit zum Nutzen des Unternehmens anwenden und im Rahmen des Studiums sogar „echte“ Problemstellungen / Projekte des Unternehmens mit Experteninput der DozentInnen bearbeiten, wofür sonst „teure“ externe Dienstleister / Neueinstellungen nötig wären.

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

Die Kurstermine finden in der Regel Freitag ab 16:15 Uhr und samstags statt - 50 % vor Ort mit Hybrid-Videozuschaltung + 50 % komplett online. Dadurch kannst Du unter der Woche, wie gewohnt, Deinem Job nachgehen und bist für Termine verfügbar. Auch wird die Last bzgl. Prüfungsleistungen übers Semester / Jahr hinweg verteilt, da es keine „geballte“ Klausurzeit gibt. Erkläre, wie Du Dir Deine berufliche Entwicklung vorstellst und wie Du planst, Dich während der Weiterbildung zu entwickeln, dass Du damit zu einer Fach-/ Führungskraft mit wertvollem Know-How insbesondere im Digitalbereich fürs Unternehmen werden können.

Top-5 Gründe für Arbeitgeber der berufsbegleitend Studierenden

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

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

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

Zeige Deinem Arbeitgeber, dass das von Ihnen gewählte Programm dem Unternehmen insbesondere mittels Deiner Weiterentwicklung einen Wert bringt. Nehme dabei Bezug auf die USPs des Digital-MBA- & Studienprogramms der Präsentation.

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

Oftmals sind nicht nur Du und Dein Vorgesetzter Teil des Entscheidungsprozesses. Bereite Dich darauf vor, dass auch andere Ansprechpartner, wie die Personalabteilung, andere Abteilungsleiter oder sogar die Geschäftsführung an der Entscheidungsfindung beteiligt sind und unterschiedliche Informationen benötigen.

Modulübersicht

MBA-Module	Modul	Fachrichtung	Prüfungsform	WiSe/ SoSe
Kernmodule	Digital Business Model Innovation	alle	R/P	beide
	Digital Technology & Law		S	
	AI Application Workshop – KI Werkstatt		StA	
	AI & Immersive Web based Customer Experience Management		StA	
	Digital Transformation & Sustainable Change Management		R/P	
	Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development		StA	
	Design Thinking & User Experience Management		StA	
Fachrichtungsmodul	Digital Leadership & Agile Management	Digital Business Leadership + Digital & Sustainable Management	StA	WiSe/ SoSe im Wechsel <i>(ggf. jedes 3 Sem. bei wenig TN)</i>
	Digital HR Management	Digital Business Leadership	StA	
	Data-based B2B Business Models & Platforms	Digital Operations Management + Digital Business Leadership	StA	
	Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digital Business Leadership, Operations Management + Marketing & Sales	StA	
	Digital Controlling & AI based Process Automation	Digital Management Analytics + Digital Operations Management	StA	
	Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management	Digital Operations Management	StA	
	Digital Supply Chain Management			
	Data Management & Visual Analytics	Digital Management Analytics	StA	
	Machine Learning & Big Data Analytics	Digital Management Analytics	StA	
	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	Digital Marketing & Sales + Digital Management Analytics	StA	
	Advanced & Programmatic Digital Marketing	Digital Marketing & Sales	StA	
	Social Media, Content & Influencer Marketing			
	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management	Digital Marketing & Sales	StA	
	Digital Sales & E-Commerce	Digital Marketing & Sales + Digital Business Leadership	R/P	
	Principles of Sustainability Marketing	Digital & Sustainable Management	StA	
	Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.			
Sustainability Marketing				
Trend Topics Sustainability Management				
4. Sem.	Project based Master Thesis (+ Seminar Research Methods)	alle	M	beide

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

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 Führungsherausforderungen 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 -konzepten 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

Empfohlene Zusatzkurse

Zertifizierte/r KI ManagerIn:
Durch Absolvierung zwei weiterer Kurse mit
starkem KI-Bezug des MBA-Curriculums

Persönliche Kompetenzentwicklung: Leadership-Simulation



Lernziele/ -inhalte:

- Leaderfy Simulation Game
- Zusammenhänge zwischen Führungsverhalten herstellen
- Auseinandersetzung mit eigener Führungspersönlichkeit
- Anwendung einer großen Bandbreite an Führungstheorien und –konzepten in einem risikofreien Lernraum
- weitere Infos im [Anhang](#)



Manuel Pflumm:

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

KI Application Workshop



Lernziele/ -inhalte:

- 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



Prof. Dr. Burkhard Hoppenstedt:

- Professor für betriebliche Informationssysteme und Digitalisierung an der HfWU
- Promotion im Bereich KI (Predictive Maintenance)
- Projekterfahrung im Bereich Softwareentwicklung, Data Science und KI

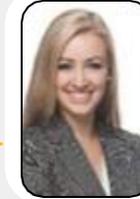


Anmeldung für diese Kurse unter: [Anmeldung zum Kurs](#)

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.“

„Als Student des MBA-Studiengangs Digital Management & Analytics schätze ich den starken Praxisbezug der Themen, die ich in meinem beruflichen Alltag wiederfinde. Besonders beeindruckt mich die Aktualität der Inhalte, insbesondere im Hinblick auf die Digitalisierung und die zunehmende Verbreitung von künstlicher Intelligenz im Arbeitsumfeld.“



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



Kai Dingler:

- Aktuell im IT Controlling bei DEKRA SE tätig
- Zuvor B.Sc. Production Management an der ESB Reutlingen

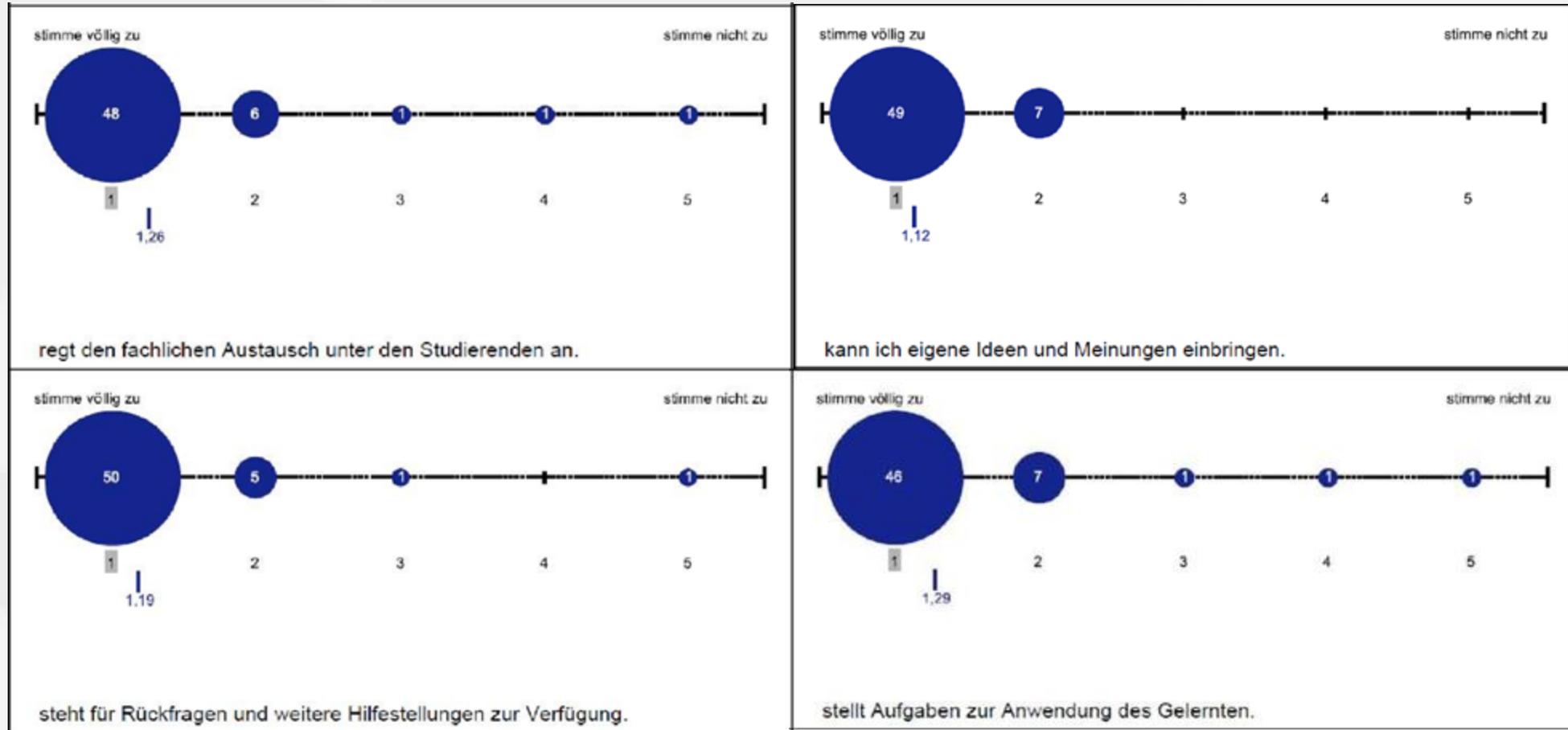
Aus unserer Alumni-Umfrage 2024 ergibt sich eine **100% Weiterempfehlungsquote** und ein Net Promoter Score (NPS) **von 93** über mehrere Jahrgänge hinweg.

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.



Auszug aus den Lehrevaluationen des letzten Semesters



Artikel in Welt am Sonntag am 11.11.23

Bislang mussten sich die Käufer selbst überlegen, welches Dressing am besten zum Salat passt oder wie sie das Gemüse zubereiten. Demnächst sollen QR-Codes auf den Verpackungen ihnen helfen, mehr Kreativität in die Küche zu bringen. Katrin Geisthardt freut sich auf den Verpackungs-Relaunch. Die 43-Jährige arbeitet seit zwölf Jahren im Marketing der Firma Eisberg, einem führenden Hersteller frischer Convenience-Produkte und hat die Entwicklung des neuen Produktauftritts begleitet. „Mit Hilfe von Augmented Reality erfahren die Kunden über die QR-Codes, woher das Produkt kommt, das sie gerade erworben haben. Und es wird Tipps und Rezepte geben.“ Das Produkt werde nicht nur transparenter für den Kunden, „wir können auch zeigen, dass gesunde Lebensmittel Spaß ins Leben bringen“.

VON KATRIN STARKE

Katrin Geisthardt weiß, wie sich digitale Technologien bestmöglich für zeitgemäßes Marketing nutzen lassen. Damit hat sie sich in ihrem Master-Studium intensiv auseinandergesetzt. 2022 hat sie den „Digital-MBA“ an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) in Nürtingen-Geislingen abgeschlossen.

In den vergangenen Jahren hat der „Master of Business Administration“ einen Hype erlebt. Mittlerweile gibt es um die 250 MBA-Programme in Deutschland. Und immer mehr Hochschulen richten ihren Fokus dabei auf die digitale Transformation der Wirtschaft. „Unser Studiengang wendet sich an Fach- und Führungskräfte, die sich in Fragen der Digitalisierung fit machen und die entsprechenden Management-Kompetenzen erwerben wollen“, erklärt Stefan Detscher, wissenschaftlicher Leiter der Digital-MBA-Studienprogramme an der HfWU. Er wechselte 2008 nach knapp 15 Jahren in der Unternehmensberatung und Digitalwirtschaft auf den Professorenstuhl – und startete direkt den Digital-

Die Wirtschaft wird **DIGITAL**



Augmented Reality bereichert eine reale Umgebung durch digitale Elemente

MBA-Studiengänge vermitteln ein fundiertes Verständnis von Technologien und Methoden

tal-MBA an der HfWU. Studierende können zwischen vier Fachrichtungen wählen. Im Bereich „Business & Leadership“ geht es vornehmlich darum, digitale Geschäftsmodelle zu verstehen, aufzubauen und zu steuern. Der industrielle Wandel steht beim „Operations Management“ im Fokus. In „Management & Analytics“ wird der Blick darauf gerichtet, wie Daten am besten nutzbar gemacht werden können. Sachmaschinenperformance, Neuromarketing sowie digitalisierte Vertriebsmodelle stehen bei „Marketing & Sales“ im Mittelpunkt. Die Studierenden sind zwischen Mitte 20

und Anfang 50 und kommen aus verschiedenen Branchen. Studiert wird berufs begleitend, rund 95 Prozent arbeiten weiter in Vollzeit. Um Lastspitzen zu vermeiden, gebe es keine Klausuren, sondern Projektarbeiten in Gruppen, so Detscher. Vermittelt wird das Wissen überwiegend über E-Learning-Plattformen. An vier Wochenenden im Semester treffen sich die Studierenden an der Hochschule, an vier weiteren in Online-Seminarräumen. Seit die HfWU vor zwei Jahren ein hybrides Studienmodell einführte, werden die Wochenendveranstaltungen auch per Video übertragen. „So

Prozent unserer Studierenden sind in den Präsenzphasen weiterhin vor Ort“, sagt Detscher.

Die hohe Flexibilität des modular aufgebauten Studiums war es, die Katrin Geisthardt vom Digital-MBA an der HfWU überzeugte. Schließlich musste sie nicht nur ihre Berufstätigkeit, sondern auch ihre Familie mit zwei Kindern mit dem Studium in Einklang bringen. Obwohl sie in Nürtingen wohne, sei die MBA-Zeit extrem anstrengend gewesen. Dennoch schloss sie als Beste ihres Semesters ab. „Ich habe das Handwerkszeug erworben, Strategien im Umgang mit der digitalen Transformation zu entwickeln“, sagt sie. Auch in Sachen Firmenkultur habe sie viel dazugelernt – und gleich im Unternehmen angewandt. So stieß sie ein Projekt an, in dem die Firmenphilosophie neu beleuchtet wurde: „Was sind unsere Werte? Was wollen wir mit unseren Produkten erreichen?“ Gelohnt habe sich das Studium allemal, der MBA sei ein guter Türöffner – und einen Gehaltssprung habe sie auch gemacht.

Den meisten Studierenden gehe es darum, die digitale Wirtschaft in ihrer Breite zu durchdringen, sagt Professor Christian Stummeyer, der den MBA-Studiengang „Digital Business Management“ an der Technischen Hochschule in Ingolstadt leitet. „Manche suchen nach einer neuen Rolle im Unternehmen. Andere fühlen sich in ihrer Abteilung gut aufgehoben, brauchen aber

ein tieferes Verständnis digitaler Technologien und Methoden“, umreißt Christian Stummeyer die Beweggründe seiner Studierenden. Besonders herausfordernd für ihn als Studiengangsleiter sei es, das MBA-Programm wegen der rasanten Entwicklung der Digitalisierung stets auf dem aktuellen Stand der Technik zu halten. „Jedes Jahr sind etwa 30

Prozent der Themen neu“, sagt Christian Stummeyer und bringt ein Beispiel: „Vor drei Jahren haben wir beim Thema KI nur grob umrissen, was Large Language Models (LLM) sind. Dieses Jahr setzen wir LLM-Software wie ChatGPT-4 praktisch ein, um menschliche Sprache durch KI zu verstehen und Texte und Bilder zu generieren.“

ANZEIGE

Interview mit unserer Alumna
Katrin Geisthardt

Systemakkreditierung & Qualitätsmanagement

- Die **HfWU** hat die international anerkannte 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 30.07.2022



Professor Dr. Andreas Frey
Rektor

Platzierung & Bewertung auf StudyCheck

- Die HfWU belegt in Baden-Württemberg den **4. Platz** und ist damit vor allen privaten Hochschulen steht - ein beeindruckendes **Top-5% Ergebnis!**
- Bundesweit zählen wir zu den besten 25 Hochschulen, was uns vor allen privaten Hochschulen in die **Top-7%** katapultiert
- Im Vergleich zu Universitäten liegen wir damit noch immer im hervorragenden **Top-8%** Bereich
- Unser **Digital-MBA Programm** sticht besonders hervor und rangiert an der HfWU in **Top-3** von über 50 verschiedenen Studienprogrammen!
- Schaue auf unserem StudyCheck Profil vorbei: [Digital Master of Business Administration \(MBA\)](#)



Beirat

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



Academic Faculty
– Innovation &
Organizational
Transformation
Luzern University
of Applied
Science and Arts

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

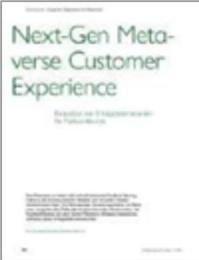
Steffen Vietz



Unternehmer im
Einzelhandel
und
Technologieber-
atung, ehemals
Airbus

Forschung am Digital Business Institute

8 Peer Reviewed Journal Artikel, eigenes Springer-Gabler Herausgeberwerk,
3 weitere Zeitschriftenbeiträge, 8 Buchbeiträge*, 2 Studien und >15 Fachvorträge



„Next-Gen Metaverse Customer Experience“
(02/2024)



"Erfolgsdeterminanten des B-to-B-Digital-Brand-Marketings"
(04/2023)



"Potenziale für den Einsatz von Voice-Commerce entlang der Customer Journey"
(02/2022)



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



„Fin Sales Tech: Künstliche Intelligenz im Marketing und im Vertrieb von Kapitalmarktprodukten“
(04/2018)

>875.000 Downloads
-> Neuauflage im Laufe des Jahres



Herausgeberwerk:
"Digitales Management & Marketing - So nutzen Unternehmen die Marktchancen der Digitalisierung"
im Springer Gabler mit 6 eigenen Beiträgen + 24 Beiträgen von >10 Professoren/ PostDocs und >20 Experten aus der Praxis (11/2021):
<https://www.springer.com/de/book/9783658337308>



"Von innovativen Arbeitswelten: 5.4 Metaversum - Interview mit Prof. Dr. Stefan Detscher", Hrsg. M. Swoboda, SpringerGabler, (2022)



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



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



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

-> Infos zum neuen Springer-Praxishandbuch „Digitales Management“ unter <http://www.digitales-management.com>

Neues Springer-Handbuch zum Digital-MBA

Neues Springer-Herausgeberwerk als Online-First-Publikation mit >100 Beiträgen, die Stück für Stück im Laufe des Jahres 2025 live gehen mit einer Print-Ausgabe bis zum Jahreswechsel, die sich in zwei Bände gliedert:

Band 1 -

Digital Business Management & nachhaltige Transformation (mittels KI):

- I.) Digitale & nachhaltige Transformation, Strategie- und Innovationsmanagement*
- II.) Entstehung, Arten und Steuerung digitaler und nachhaltiger Geschäftsmodelle*
- III.) Nachhaltige Digitalisierung der Geschäftsprozesse durch KI*
- IV.) Digitale organisationale Transformation und nachhaltige Unternehmensführung*

Band 2 -

Digital Marketing & Sales (mittels KI und Web3):

- I.) Digitale & nachhaltige Transformation des Marketings und der Kommunikation*
- II.) Automatisierung der Vermarktung durch KI und Analytics*
- III.) Anwendungsfelder des Web3 und Immersiven Webs in der Vermarktung*
- IV.) Nutzung digitaler Plattformen, Customer Journeys und KI-basierter Tools im Vertrieb*

Hier der Link zur stetig wachsenden Online-Ausgabe unseres Werks, frei zugänglich über HfWU-Bibliothekszugang: [Springer-Praxishandbuch "Digitales Management"](#)



English Track in MBA

Core modules (for all subject areas, 42 ECTS)				
Digital Business Model Innovation *		AI Application Workshop		
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				
Specialization modules (per specialization, 30 ECTS)				
Principles of Sustainability Management	Digital Sales & E-Commerce	Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management	Data Management & Visual Analytics	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.
Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.	Data-based B2B Business Models & Platforms		Web & People Analytics	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	Digital Sales & E-Commerce
4th semester: Project/case study-based Master's thesis (incl. digital research seminar, 18 ECTS)				
MBA Digital & Sustainable Management	MBA Digital Business & Leadership	MBA Digital Operations Management	MBA Digital Management & Analytics	MBA Digital Marketing & Sales
	Elect two non-specialization modules + two Summer School courses			Elect two non-specialization modules + two Summer School courses

100% English track possible for MBA Dig. Bus. & Leadership and MBA Dig. Mark. & Sales

= in English (possible)

* Recognized from M.Sc. program

Promovieren mit der Digital Business School

Die nächste Online-Infoveranstaltung findet am 05. Mai 2025 statt:

Zur Online-Infoveranstaltung anmelden

Dein nächster akademischer Schritt

- Unsere Partnerhochschulen und -universitäten bieten Dir den nächsten akademischen Schritt: Flexible Promotionsstudiengänge mit starkem Praxisbezug – ideal für Berufstätige und MBA-Alumni!
- **Universitäres Hochschulinstitut Schaffhausen (HSSH)** (Schweiz):
 - Dr. rer. soc. oec. (Doktor der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften)
 - Ph.D. (Doctor of Philosophy)
- **Privatuniversität Schloss Seeburg** (Salzburg, Österreich):
 - Dr. rer. soc. oec. (Innovation & Creativity Management)
- **Triagon Academy** (Online Face-to-Face Studium):
 - DBA (Doctor of Business Administration)

Deine Vorteile auf einem Blick

- ✓ Berufsbegleitende Studienformate – flexibel & ortsunabhängig
- ✓ Praxisnahe Forschung mit Relevanz für Wirtschaft & Gesellschaft
- ✓ International anerkannte akademische Abschlüsse
- ✓ Persönliche Betreuung durch erfahrene Wissenschaftler:innen & Praktiker:innen