

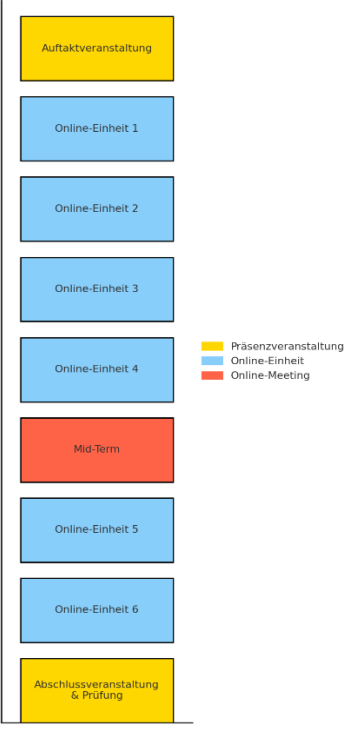


Plattformökonomie

MODUL-GUIDE

TRANSFORMATIONSNETZWERK NORDSCHWARZWALD X AKADEMIE DER
HOCHSCHULE PFORZHEIM

Modul – Plattformökonomie

Ablaufplan	Das Modul besteht aus zwei Präsenzveranstaltungen, einem Online-Meeting und sechs Online-Einheiten. Gestartet wird mit einer Präsenzveranstaltung, gefolgt von vier Online-Einheiten. Anschließend findet die Mid-Term (Online-Meeting) statt. Nach der Mid-Term folgen nochmals zwei Online-Einheiten. Das Modul schließt mit einer weiteren Präsenzveranstaltung ab.  <pre>graph TD; A[Auftaktveranstaltung] --> B[Online-Einheit 1]; B --> C[Online-Einheit 2]; C --> D[Online-Einheit 3]; D --> E[Online-Einheit 4]; E --> F[Mid-Term]; F --> G[Online-Einheit 5]; G --> H[Online-Einheit 6]; H --> I[Abschlussveranstaltung & Prüfung];</pre> Legende: - Präsenzveranstaltung (gelb) - Online-Einheit (blau) - Online-Meeting (rot)
Kurzbeschreibung:	Die Plattformökonomie revolutioniert die Art und Weise, wie Unternehmen in verschiedenen Branchen agieren, insbesondere in der Automobilindustrie. Dieses Modul bietet eine umfassende Einführung in die Plattformökonomie und ihre Auswirkungen auf die Automobilindustrie, um Unternehmen in diesem dynamischen Umfeld zu unterstützen. Im Rahmen des Moduls werden notwendige Fähigkeiten beleuchtet, die zur Umsetzung von plattformbasierten Geschäftsmodellen notwendig sind. Das Modul vermittelt notwendiges Wissen, Fertigkeiten und Kompetenzen, um theoretisch fundiert, aber praxisorientiert Wertversprechen und Geschäftsmodelle für Lösungsansätze bzw. technische Lösungen zu entwerfen und umzusetzen. Im Mittelpunkt stehen Prinzipien und Muster (Principles und Patterns) zur Analyse, Design sowie konzeptuelle Rahmenwerke zur konkreten Umsetzung in der betrieblichen Praxis. Das Ziel des Moduls ist es, anhand von konkreten Fallbeispielen und von Anwendungsfällen die konzeptuelle Basis zur Entwicklung von plattformbasierten Geschäftsmodellen zu entwickeln. In Summe ergibt sich hieraus ein Werkzeugkasten für spätere Konkretisierungen und Lösungsdesigns zur erfolgreichen Gestaltung von plattformbasierten Wertversprechen und Geschäftsmodellen im Unternehmen. Das Modul stützt sich auf die Methodik der Design Science Research nach Peffers et al. 2017, Hevner et al. 2004.

	Notwendige Anforderungen, Fähigkeiten sowie Geschäftslogik zur Umsetzung von plattformbasierten Geschäftsmodellen werden anhand von Anwendungsfällen abgeleitet und in Lösungsdesigns und -Konzeptualisierungen überführt. Als wesentliches Lernziel entwickeln die Studierenden notwendiges Wissen, Fähigkeiten und Kompetenzen, um Plattformstrategien und konkrete Lösungsansätze im eigenen beruflichen Umfeld zu entwerfen und zu diskutieren. Konkretisierte Lösungsansätze sind anhand der abgeleiteten Anforderungen zu validieren bzw. zu evaluieren.
Fachgebiet:	Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Peter Weiß
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Niveaustufe:	Masterniveau
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 3 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 35 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 68 Stunden Vorbereitung / Bearbeitung der Fallstudie und Tests 24 Stunden Klausurvorbereitung / Vorbereitung Abschlusspräsentation
Dauer:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Lehrform/ Lehr- und Lernkonzept:	Präsenz-Einheiten und Online-Einheiten Das Modul verfolgt den Ansatz des Blended Learning. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität für die Teilnehmenden zu erhöhen. Die Lernenden können die Online-Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten, während in den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion zwischen den Teilnehmenden bleibt.
Prüfungsart/Dauer/ Leistungsnachweis:	Semesterprojekt mit Präsentation (70%) und Übungen/Fallstudien (30%), Einzelleistung Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen. Der Leistungsnachweis des Moduls ist festgelegt als: • Bearbeitung und Ausarbeitung der Semesterprojekte (Projektarbeit), mit Dokumentation der Projektergebnisse sowie Präsentation der Studienergebnisse (70%) • Teilnahme am Unterricht: Dokumentation der Studienergebnisse aus den OE sowie Übungen und Fallstudien (30%).

Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung																												
Lernziele:	Die Teilnehmenden ... • kennen die Grundlagen zur Plattformökonomie und können zentrale Konzepte definieren, aufzählen und beschreiben. (Auftakt, OE1) • sind in der Lage Plattformstrategien zu analysieren und zu beschreiben. (OE1, OE2) • kennen und verstehen die Herausforderungen der Digitalisierung und die Notwendigkeit zur digitalen Transformation. (OE1, OE4) • verstehen die technischen und funktionalen Grundlagen von Smart Service Systemen und zugehörige Lösungskomponenten und Teilsysteme. (OE3, OE2) • können die Veränderungstreiber und deren Wirkungsweise hinsichtlich Plattformökonomie aufzählen und argumentieren. (OE1, OE2) • kennen geeignete Verfahren und Methoden für Analyse und Design von Plattformbasierten Geschäftsmodellen und können diese bewerten und einsetzen. (OE2, OE5) • können anhand der Analyse von Praxisbeispielen und Anwendungsfällen systematisch Fähigkeiten für Strategie und Umsetzung von plattformbasierten Geschäftsmodellen ableiten und beschreiben. (OE3, OE4, Mid-Term, Abschluss) • können anhand von Fallbeispielen und Anwendungsfällen eine Konzeptualisierung von Lösungsansätzen und -designs umsetzen, präsentieren und bewerten. (OE4, OE5, OE6, Abschluss) • können Entwurfsprinzipien und -muster für die Gestaltung und Umsetzung von plattformbasierten Geschäftsstrategien und -modellen aufzuzählen, diese zu definieren und zu argumentieren. (OE2, OE5, OE6) <table><tr><th></th><th>Weitere Lernziele der Veranstaltung</th><th>Projektarbeit</th><th>Teilnahme am Unterricht</th></tr><tr><td></td><td></td><td>70%</td><td>30%</td></tr><tr><td></td><td>Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Teilnehmenden in der Lage, ...</td><td></td><td></td></tr><tr><td>1.</td><td>Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen</td><td></td><td></td></tr><tr><td>1.1</td><td>...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen. Sie kennen die theoretischen Grundlagen zur Plattformökonomie und können zentrale Konzepte definieren, aufzählen, beschreiben und anwenden.</td><td>X</td><td>X</td></tr><tr><td>1.2</td><td>...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden. Die Teilnehmenden sind in der Lage, digitale Innovationen auf Basis von theoretischen Grundlagen der Service Science und deren Lösungskomponenten zu definieren und zu beschreiben.</td><td>X</td><td>X</td></tr><tr><td>1.3</td><td>...Theorien und Konzepte des Innovationsmanagements kritisch zu reflektieren. Sie sind in der Lage, Service Innovation, Service</td><td>X</td><td>X</td></tr></table>		Weitere Lernziele der Veranstaltung	Projektarbeit	Teilnahme am Unterricht			70%	30%		Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Teilnehmenden in der Lage, ...			1.	Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen			1.1	...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen. Sie kennen die theoretischen Grundlagen zur Plattformökonomie und können zentrale Konzepte definieren, aufzählen, beschreiben und anwenden.	X	X	1.2	...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden. Die Teilnehmenden sind in der Lage, digitale Innovationen auf Basis von theoretischen Grundlagen der Service Science und deren Lösungskomponenten zu definieren und zu beschreiben.	X	X	1.3	...Theorien und Konzepte des Innovationsmanagements kritisch zu reflektieren. Sie sind in der Lage, Service Innovation, Service	X	X
	Weitere Lernziele der Veranstaltung	Projektarbeit	Teilnahme am Unterricht																										
		70%	30%																										
	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Teilnehmenden in der Lage, ...																												
1.	Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen																												
1.1	...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen. Sie kennen die theoretischen Grundlagen zur Plattformökonomie und können zentrale Konzepte definieren, aufzählen, beschreiben und anwenden.	X	X																										
1.2	...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden. Die Teilnehmenden sind in der Lage, digitale Innovationen auf Basis von theoretischen Grundlagen der Service Science und deren Lösungskomponenten zu definieren und zu beschreiben.	X	X																										
1.3	...Theorien und Konzepte des Innovationsmanagements kritisch zu reflektieren. Sie sind in der Lage, Service Innovation, Service	X	X																										

		Science, sowie Design Science Research zu definieren und kritisch zu diskutieren sowie in konkrete Umsetzungen und Lösungsdesigns zu übertragen.		
	1.4	...aus einem wissenschaftlichen Selbstverständnis und professionellen beruflichen Selbstbild heraus verantwortungsvoll zu handeln. Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Analyse von Praxisbeispielen und Anwendungsfällen systematisch durchzuführen und zukünftige Fähigkeiten für Strategie und zur Umsetzung von plattformbasierten Geschäftsmodellen abzuleiten und theoretisch fundiert zu begründen.	X	X
	2.	Kreative Problemlösungskompetenz in einem komplexen Geschäftsumfeld		
	2.1	...Herausforderungen für das Strategischen Innovationsmanagement und Herausforderungen der Digitalisierung sowie die Notwendigkeit zur digitalen Transformation zu erkennen.	X	X
	2.2	...kreative Lösungen für komplexe Probleme des Strategischen Innovationsmanagements zu entwickeln. Die Teilnehmenden sind in der Lage, geeignete Verfahren und Methoden für Analyse und Design von plattformbasierten Geschäftsmodellen zu entwickeln und können diese bewerten und einsetzen. Sie können anhand der Analyse von Praxisbeispielen und Anwendungsfällen systematisch Fähigkeiten für Strategie und Umsetzung von plattformbasierten Geschäftsmodellen ableiten und beschreiben,	X	X
	2.3	...Lösungsansätze im Bereich des Strategischen Innovationsmanagements zu kommunizieren um umzusetzen und Entwurfsprinzipien und -muster für die Gestaltung und Umsetzung von plattformbasierten Geschäftsstrategien und -modellen aufzuzählen, diese zu definieren und zu argumentieren.	X	
	3.	Angewandte Forschungskompetenz		
	3.1	...unterschiedliche Forschungsmethoden zu erläutern. Sie sind in der Lage, Design Science Research sowie Action Research zu definieren und kritisch zu diskutieren.		X
	3.2	...relevante Forschungsmethoden kompetent anzuwenden. Die Teilnehmenden können Design Science Research sowie Action Research definieren und kritisch diskutieren sowie in konkrete Umsetzungen und Lösungsdesigns und in den eigenen beruflichen Kontext übertragen.	X	
	4.	Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten		
	4.1	...Maßnahmen des Strategischen Innovationsmanagements zu erklären und zu kommunizieren. Die Teilnehmenden lernen, Plattformstrategien zu analysieren und zu beschreiben, eigene Lösungsansätze zu synthetisieren und vor einem Fachpublikum bzw. Entscheidern zu präsentieren.	X	
	4.2	...erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten. Die Teilnehmenden sind in der Lage, auf Basis von Fallstudien, Semesterprojekt und Aufgaben im Team zusammenzuarbeiten.	X	

Gliederung (Übersicht):	Lerneinheit	Thema
	Auftaktveranstaltung:	Einführung in Plattformökonomie
	Online-Einheit 1:	Grundlagen der Plattformökonomie und -geschäftsmodelle
	Online-Einheit 2:	Digitale Plattformarchitekturen/ Plattformbasierte Geschäftsmodelle, Analyse von Anwendungsfällen und Lösungen
	Online-Einheit 3:	Smart Service Systeme und Plattformorganisation/ -mechanismen
	Online-Einheit 4:	Fallstudie: Transformationsrahmen und neue Geschäftslogik (Service Dominant Architecture)
	Mid-Term:	Semesterprojekt & Diskussion
	Online-Einheit 5:	Vertiefung und Fallstudien zu plattformbasierten Geschäftsmodellen Analyse und Design Anwendungsfälle: Frameworks
	Online-Einheit 6:	Plattform Design Prinzipien und Muster, Geschäftsmodellentwicklung
	Abschlussveranstaltung:	Abschlusspräsentation von Semesterprojekten

Inhalt (detaillierter Ablaufplan):	
Lerneinheit	Inhalt & Literaturempfehlungen
Auftaktveranstaltung: Einführung in Plattformökonomie	- Einführung - Konzepte, Modelle, Ansätze, Definitionen - Plattformstrategien und -konzepte - Fallbeispiele
Online-Einheit 1: Grundlagen der Plattformökonomie und -geschäftsmodelle	Diese Online-Einheit führt in die Grundlagen der Plattformökonomie und plattformbasierten Geschäftsmodelle ein. Anhand praxisnaher Beispiele werden zentrale Konzepte wie Netzwerkeffekte, Plattformstrategien und Wachstumspfade erläutert. Zudem wird untersucht, wie Unternehmen digitale Transformation als Prozess gestalten und welche Mechanismen Plattformen erfolgreich machen. 1. Einführung & Einführendes Beispiel - Digitale Business Transformation zur Plattformökonomie - Was ist das Angebot? Beispiel Amazon Alexa: Ressourcen-Integration, Ressourcen-Dichte, Amazon-Plattform - Service-Wert - (Re)Evolution of Platform Businesses - Marktkapitalisierung / aktuelle Firmenwerte (Aufgabe: Recherche & Diskussion unterschiedlicher Plattform-Geschäftsmodelle) 2. Plattformstrategien & Wachstumspfade - Plattformstrategien entwickeln (Grundlagen) - Wachstumspfade, Digitalization Paradox (Theoretische Grundlagen) - Digital Transformation als Prozess: Bausteine

	- Beispiele 1-3: Commercializing digital solutions; Utilizing product connectivity; Establishing an IoT based application business - Anwendungsfall 365FarmNet (Aufgabe: Analyse und Herausarbeiten der Wachstumspfade) 3. Netzwerkeffekte - Mechanismen von Plattformen - Produkt vs. Plattform 4. Zusammenfassung - Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse 5. Konkrete Umsetzung - GE Digital Software - Einführung Plattformnavigator; Klassifikation (21 Typen / Patterns von Plattformen) (Aufgabe: Use Cases bzw. Beispiele zuordnen) - Gebauer, Heiko; Fleisch, Elgar; Lamprecht, Claudio; Wortmann, Felix (2020): Growth paths for overcoming the digitalizationparadox. In: Business Horizons 63 (3), S. 313–323. - https://youtu.be/Wl6Nd_goPR0 - https://youtu.be/V5TWcnjVxLw - https://youtu.be/RqMboY3-xgw - https://youtu.be/Amyl8VfRDoE - Subramaniam, M. (2022). How smart products create connected customers: The data streams generated by customers using smart, connected products can lead to new products and services. MIT Sloan Management Review, 64(1). https://sloanreview.mit.edu - Coto, D., Hargadon, A., & Kenney, M. (2021). Competing on platforms: Companies must find new competitive strategies to succeed on dominant internet platforms. MIT Sloan Management Review, 62(3). https://sloanreview.mit.edu - https://www.finanzen100.de/top100/die-grossten-borsennotierten-unternehmen-der-welt/ - https://www.researchgate.net/publication/334327827 From Product Organization to Platform Organization - Observations of Organizational Development in the Insurance Industry - https://www.researchgate.net/publication/334327550 Building Systems of Engagement to overcome the challenges of digital transformation - https://www.researchgate.net/publication/377149607 Service Design Patterns for Transforming Business with Service Dominant Architecture SDA Insights from a Longitudinal Case Study - Vial, Gregory (2019): Understanding digital transformation: A review and a research agenda. In: The Journal of Strategic Information Systems 28 (2), S. 118–144. DOI: 10.1016/j.jsis.2019.01.003.. - https://www.365farmnet.com/de/ - https://www.ge.com/digital/applications
Online-Einheit 2: Digitale Plattformarchitekturen/Plattformbasierte Geschäftsmodelle, Analyse von Anwendungsfällen und Lösungen	Diese Online-Einheit vermittelt die grundlegenden Prinzipien der Gestaltung digitaler Plattformen und Ökosysteme. Durch theoretische Modelle und praxisnahe Anwendungsfälle wird gezeigt, wie Plattformen strukturiert sind, welche Mechanismen sie steuern und wie digitale Innovationen durch Co-Creation entstehen. Der Fokus liegt auf den Unterschieden zwischen Plattformen und Ökosystemen sowie auf den strategischen Aspekten von Architektur und Design Patterns. 1. Definition und Grundlagen - Use Case: Waymo self driving car - Einführung Plattform Business Navigator - Design-Prinzipien nach Gregor / Lee

	- Erklärung von Co-Creation: : Value Creation Spheres and Roles inkl. Verständnisfragen 2. Design von Plattformen (Prinzipien und Konzepte) - Design von Mechanismen und Gestaltung von Plattformen (Co-Creation) - Use-Case Software-Defined Vehicle (Automobil-Industrie) - Plattform vs. Ökosystem (Unterschiede) - CPS / Industrie 4.0 (Beispiel Machine tools for Industry 4.0 with Celos by DMG Mori) - IoT Technology Stack (Connected Product, Connectivity), Strategische Bedeutung von Architektur und Design Patterns - Fähigkeiten von Smart - Connected Products - Use-Case Amazon Connect (Design Prinzip "Ressourcen-Integration"), Kern von Plattformen, notwendige Fähigkeiten/Mechanismen zur Umsetzung/Gestaltung - Konzeptualisierung von digitaler Service Innovation (Lusch/Nambisan, S-D Logic) 3. Digitale Plattform Ökosysteme - Wissenschaftliche Abhandlung und Modell zur Plattformökonomie und zugehöriger Design-Prinzipien - Service Innovation and Service Ökosystems - Service - Dominant Logic - Digital Platform Ökosystem: Zusammenfassung wichtiger Design-Prinzipien inkl. Aufgabe (Lernkontrolle: Modell mit Namen ausfüllen; Quelle: Hein et al (2020)) - Plattform-Revolution: Kernaussagen zur Interaktion der Akteure (Mechanismen/Prinzipien) 4. Zusammenfassung - Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse - Aufgabe: Lösungsdesign und konkrete Umsetzung (Was sind notwendige Basis und Fähigkeiten zur Umsetzung von plattformbasierten Geschäftsmodellen? Erarbeitung von Anwendungsfällen und Umsetzung von plattformbasierten Angeboten bzw. Lösungskonzepten) - https://youtu.be/-RxvI3INKSg - https://youtu.be/xeym3AbWfqY?list=PL192VO-BZ56KVnmoD2O7D_2PMYBT_1llm - https://youtu.be/eZBawTbz65E - https://youtu.be/XeVkv4_YnMA - Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2014). Service-dominant logic: Premises, perspectives, possibilities. Cambridge University Press. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/285517002_Service-dominant_logic_Premises_perspectives_possibilities - Hein, A., Schreieck, M., Riasanow, T., Setzke, D. S., Wiesche, M., Böhm, M., & Krcmar, H. (2020). Digital platform ecosystems. Electronic markets, 30, 87-98. - Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2017). Die Plattform-Revolution: Von Airbnb, Uber, PayPal und Co. lernen: Wie neue Plattform-Geschäftsmodelle die Wirtschaft verändern. MITP-Verlags GmbH & Co. KG.
Online-Einheit 3: Smart Service Systeme und Plattformorganisation/-mechanismen	Diese Online-Einheit beleuchtet die Mechanismen und Strategien zur erfolgreichen Umsetzung digitaler Plattformmodelle. Neben den Grundlagen von Smart Service Plattformen werden verschiedene Plattfortmtypen, darunter Smart Data-, Smart Product- und Matching-Plattformen, anhand konkreter Anwendungsfälle aus der Industrie untersucht. Dabei werden zentrale Design-Prinzipien und Transformationsstrategien analysiert. 1. Umsetzungsstrategien, Aktivierung & Motivation - Digitale Plattformen (Aufgabe: Artikel lesen (Gilbert, D. U. (2020))

	- Digitale Plattformen Strategie (Welche Strategie sollte ein Unternehmen verfolgen (z.B. Produkthanbieter)) 2. Beispiele für digitale Plattformen - Smart Service Plattform: Grundkonzept & Ansatz erklären (Quelle: Beverungen et al. 2021) - Smart Service Plattform Use Case 1: Rolls-Royce Digital Services - Strategie 1: Smart Data Plattform (Erklären und Vorstellen des Konzepts (Design-Perspektive); Mechanismen, Rollen und Konzepte; Grundbegriffe) - Smart Data Plattform Use Case 2+3: SIEMENS Healthineers + SIEMENS Teamplay - Strategie 2: Smart Product Plattform (Erklären und Vorstellen des Konzepts (Design-Perspektive); Mechanismen, Rollen und Konzepte; Grundbegriffe) - UseCase 4: WAGO Cloud - Use Case 5: Weidmüller und AI (ML); Beispiel: Industrial Analytics@Weidmüller - Strategie 3: Matching Plattform (Erklären und Vorstellen des Konzepts (Design-Perspektive); Mechanismen, Rollen und Konzepte; Grundbegriffe) - Use Case 6+7: Lufthansa StaffNow + Lufthansa AVIATAR Plattform - Grundkonzepte und -prinzipien für die konkrete Umsetzung (Basiswissen & Grundlagen) Aufgabe: Transforming into a platform provider; Lesen des Papiers; Beverungen et al. 2021 3. Zusammenfassung - Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse - Aufgabe: Aufzählen der wesentlichen Design-Prinzipien und Zusammenfassung - Gilbert, D. U. (2020). Digitale Plattformen: Konzept, Bedeutung und Analyse der Problembereiche. WiSt-Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 49(2-3), 12-18. - Beverungen, Daniel; Kundisch, Dennis; Wunderlich, Nancy (2021): Transforming into a platform provider: strategic options for industrial smart service providers. In: JOSM 32 (4), S. 507–532. DOI: 10.1108/JOSM-03-2020-0066. - https://www.rolls-royce.com/media/our-stories/discover/2017/totalcare.aspx - https://youtu.be/XfoQaaYofcl - https://www.siemens-healthineers.com/de/services/customer-services/connect-platforms-and-smart-enablers/teamplay-fleet - https://youtu.be/oj7CbbHaZ8s - https://www.wago.com/de/offene-automatisierung/industrial-iot/automatisierung-wago-cloud - https://youtu.be/4KwerURJz0w - https://youtu.be/SGfNcA0VmWo - https://www.weidmueller.de/de/produkte/automatisierung_software/automated_machine_learning/index.jsp - https://staffnow.aero/ - https://youtu.be/5S0ws6NVQIM
Online-Einheit 4: Fallstudie: Transformations- rahmen und neue Geschäftslogik (Service Dominant Architecture)	Diese Online-Einheit vertieft das Konzept der Service Dominant Architecture (SDA) als Transformationsrahmen für digitale Plattformen. Anhand der Fallstudie onpier werden zentrale Prinzipien, Design-Frameworks und Vorgehensmodelle zur Plattformgestaltung erläutert. Ein besonderer Fokus liegt auf der Rolle des Actor Engagements und den Mechanismen zur digitalen Wertschöpfung. 1. Fallstudie Übersicht - Fallstudie zur SDA / Erklärung & Motivation 2. Fallstudie onpier - Onpier-Plattform (Aufgabe: Recherche; Was ist das Angebot / Value Proposition? Welche Fähigkeiten sind notwendig?) 3. Service Dominante Architektur

	- Grundkonzepte und SDA Design-Prinzipien, SDA Service Design Patterns, Konstruktionsplan für den Entwurf und die Entwicklung von Plattformen 4. Actor Engagement als Kern des Plattformentwurfs / Vorgehensmodell - Evaluation /Use Cases: Mobility Platform; Findings / Solution Design - Grundprinzipien des Plattformentwurfs / -designs (Actor Engagement und Micro-Level Design) - Multilevel-Design-Framework for Service Systems - Aufgabe: Fallstudie - Service Dominant Architecture; Paper lesen (Quelle: Weiß et al (2022), optional Weiß et al (2018) bzw. (2019)) - Vorstellung „SDA Professional One“ Zertifikat 5. Zusammenfassung - Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse - https://sda.se/?lang=en / https://sda.se/ - https://github.com/SDA-SE - https://www.onpier.de/ - https://www.researchgate.net/publication/309807420 Service Dominant Architecture based on S-D logic for Mastering Digital Transformation The Case of an Insurance Company - https://www.researchgate.net/publication/320809184 Service Dominant Architecture Conceptualizing the Foundation for Execution of Digital Strategies based on S-D logic - https://www.researchgate.net/publication/359464869 Mastering Digital Transformation with Service Dominant Architecture - https://www.busessexpertpress.com/books/service-in-the-ai-era-science-logic-and-architecture-perspectives/ - https://www.ifs.hamburg/PUBLIKATIONEN/ - https://www.researchgate.net/publication/334327550 Building Systems of Engagement to overcome the challenges of digital transformation - https://www.researchgate.net/publication/334327827 From Product Organization to Platform Organization - Observations of Organizational Development in the Insurance Industry - Overview Service Dominant Architecture (SDA) and aims of the five purposed subsystems (Warg et al. 2023, Spohrer et al. 2022). - https://www.researchgate.net/publication/352958547 Digital Service Innovation and Actor Engagement A Multilevel Design Perspective - Impacts from a Case Study of an Insurtech - https://www.researchgate.net/publication/342808185 Value Co-creation as the Core of Service Innovation Impacts of a Case Study of a Fully Digitized Health Insurance Company - Weiß, P., Warg, M., & Zolnowski, A. (2022). Mastering digital transformation with service dominant architecture. In Digital Transformation-Towards New Frontiers and Business Opportunities. IntechOpen. https://www.researchgate.net/publication/359464869 Mastering Digital Transformation with Service Dominant Architecture - Weiß, P., Zolnowski, A., Warg, M., & Schuster, T. (2018). Service dominant architecture: conceptualizing the foundation for execution of digital strategies based on SD logic. Smart Service Systems. HICSS-51 Waikoloa Village, Hawaii, USA. https://www.researchgate.net/publication/320809184 Service Dominant Architecture Conceptualizing the Foundation for Execution of Digital Strategies based on S-D logic - Weiß, P., Warg, M., & Zolnowski, A. (2019). Building systems of engagement to overcome the challenges of digital transformation. In Naples service forum.
--	---

	https://www.researchgate.net/publication/334327550_Building_Systems_of_Engagement_to_overcome_the_challenges_of_digital_transformation - https://www.ifsd.hamburg/CERTIFICATE-SDA-PROFESSIONAL-ONE/
Mid-Term: Semesterprojekt & Diskussion	- Einführung Semesterprojekt Aufgabe: Eigenen Use-Case entwickeln, dokumentieren und präsentieren) - Diskussion & Feedback
Online-Einheit 5: Vertiefung und Fallstudien zu plattform- basierten Geschäfts- modellen Analyse und Design Anwendungsfälle: Frameworks	Diese Online-Einheit konzentriert sich auf die Analyse und das Design plattformbasierter Geschäftsmodelle. Mithilfe des Platform Business Navigators und verschiedener Design-Frameworks werden zentrale Prinzipien und Patterns erarbeitet, die für die Entwicklung und Umsetzung erfolgreicher Plattformstrategien essenziell sind. Die Teilnehmer wenden die erlernten Methoden in einem eigenen Use-Case an und vertiefen ihre Kenntnisse durch praxisnahe Beispiele. - Übersicht und Einführung zum Plattform-Design / Analyse - Übersicht Plattform Business Navigator & Platform Business Model Canvas - Design-Prinzipien und Design Patterns, Konkrete Umsetzung; Ansatz von Gregor / Lee (Quelle: Papier RESER 2023) - Platform Business Navigator - Einführung Plattform Business Navigator (Was ist der Plattform Business Navigator) - Design & Analyse (weiteres Vorgehen) - Ideate Patterns (#21), Beispiel & Übersicht zu den Patterns - Design Patterns (#26), Beispiel & Übersicht zu den Patterns - Eigener Use-Case - Aufgabe: Eigenen Use-Case (Semesterprojekt) weiter ausarbeiten, Wertversprechen, Anwendung der gelernten Prinzipien ((primäre die Patterns des Platform Business Navigators); Projekt wurde in der Mid-Term bereits vorbereitet - Zusammenfassung & Ausblick - Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse - Ausblick auf OE6 https://youtu.be/IT6TFXmRoao?list=PL9r6Lvx2zsxKOYfW0oOUSlgkYvhYsTiVX https://www.iot-lab.ch/the-platform-navigator/, letzter Abruf 16.07.2024 https://youtu.be/pUB5LkvadmE https://youtu.be/OwjbSCTBRbE
Online-Einheit 6: Plattform Design Prinzipien (Principles) und Muster (Patterns), Geschäftsmodelle- entwicklung	Diese Online-Einheit fokussiert sich auf die Vertiefung der Prinzipien und Muster des Plattform-Designs sowie deren Anwendung in der Geschäftsmodellentwicklung. Durch die Analyse und Anwendung spezifischer Patterns wird ein fundiertes Verständnis für erfolgreiche Plattformstrategien geschaffen. Zudem wird der eigene Use-Case weiterentwickelt und finalisiert, bevor ein abschließender Ausblick gegeben wird. - Übersicht - Design & Analyse, Motivation - Vertiefung Prinzipien & Muster - Plattformen Geschäftsmodelle: Einführung Monetize, Scale, Manage - Ideate Patterns (#15), Beispiel & Übersicht zu den Patterns (Monetize) - Ideate Patterns (#14), Beispiel & Übersicht zu den Patterns (Scale) - Ideate Manage (#9), Beispiel & Übersicht zu den Patterns (Manage) - Aufgabe: Vertiefung und Finalisierung eigener Use-Case (Semesterprojekt: Eigenen Use Case weiter ausarbeiten, weiterentwickeln und finalisieren; Anwendung der gelernten Prinzipien) - Zusammenfassung & Ausblick - Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse - Ausblick Abschlussveranstaltung

	- https://youtu.be/e9TtgeLHpwk - https://youtu.be/2dLRWYM8zKw - https://youtu.be/fk8RLrtyM0I - https://www.iot-lab.ch/the-platform-navigator/, letzter Abruf 16.07.2024
Abschlussveranstaltung: Abschlusspräsentationen Semesterprojekt	- Wrap-Up: Zusammenfassung & Fazit - Aufgabe: Abschlusspräsentation der Semesterprojekte - Diskussion der Ergebnisse
Allgemeine Literaturempfehlungen	Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen): - Wortmann, F., Jung, S., & Gassmann, O. (2024). The Platform Business Navigator. - Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you. WW Norton & Company. - van Astyne, M. W., Parker, G. G., & Choudary, S. P. (2016). Pipelines, platforms, and the new rules of strategy. Harvard business review, 94(4), 16. - Beverungen, D., Müller, O., Matzner, M., Mendling, J., & Vom Brocke, J. (2019). Conceptualizing smart service systems. Electronic Markets, 29, 7-18. - Beverungen, D., Breidbach, C. F., Poeppelbuss, J., & Tuunainen, V. K. (2019). Smart service systems: An interdisciplinary perspective. Inf. Syst. J., 29(6), 1201-1206. - Beverungen, D., Kundisch, D., & Wunderlich, N. (2021). Transforming into a platform provider: strategic options for industrial smart service providers. Journal of Service Management, 32(4), 507-532. - Lusch, R. F., & Nambisan, S. (2015). Service innovation. MIS quarterly, 39(1), 155-176. - Hein, A., Schrieck, M., Wiesche, M., & Krcmar, H. (2016, March). Multiple-case analysis on governance mechanisms of multi-sided platforms. In Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (pp. 9-11). Ilmenau: Universitätsverlag Ilmenau. - Soto Setzke, D., Böhm, M., & Krcmar, H. (2019). Platform openness: a systematic literature review and avenues for future research. - Hein, A., Weking, J., Schrieck, M., Wiesche, M., Böhm, M., & Krcmar, H. (2019). Value co-creation practices in business-to-business platform ecosystems. Electronic Markets, 29, 503-518. - Weiß, P., Zolnowski, A., Warg, M., & Schuster, T. (2018). Service dominant architecture: conceptualizing the foundation for execution of digital strategies based on SD logic. - Spohrer, J., Maglio, P. P., Vargo, S. L., & Warg, M. (2022). Service in the AI era: Science, logic, and architecture perspectives. Business Expert Press. - Hevner, A. R., March, S. T., Park, J., & Ram, S. (2004). Design science in information systems. MIS Quarterly, 28(1), 75-105. - Peffers, K., Tuunainen, T., Rothenberger, M. A., & Chatterjee, S. (2007). A design science research methodology for information systems research. Journal of Management Information Systems, 24(3), 45-77. - vom Brocke, J., Hevner, A., Maedche, A. (2020). Introduction to Design Science Research. In: vom Brocke, J., Hevner, A., Maedche, A. (eds) Design Science Research. Cases. Progress in IS. Springer