

Innovation und Unternehmertum in Digitalen Plattformen

Bachelorseminar (7 ECTS) im WS 2021-22



Inhalt

Plattform-basierte Unternehmen gehören zu den erfolgreichsten und innovativsten Unternehmen in vielen Industrien. So führen Apple, Microsoft, Alphabet (Google's Muttergesellschaft) und Amazon die Liste der wertvollsten Unternehmen an, dicht gefolgt von Unternehmen wie Facebook, Alibaba und Tencent – all diese Unternehmen verdanken ihren Erfolg zu einem Großteil den mit plattform-basierten Systemen einhergehenden Charakteristika wie beispielsweise Netzwerkeffekten und Skalierbarkeit (Gawer et al. 2020). Zunehmend experimentieren Unternehmen traditioneller Industrien mit dem Einsatz von Plattformen (z.B. Tesla und die „Volkswagen Industrial Cloud“ in der Automobilindustrie).

Der Erfolg dieser Unternehmen steht in engem Zusammenhang mit dem digitalen Plattform-Ökosysteme, welches Raum für Innovation und unternehmerisches Handeln für eine Vielzahl dazugehöriger unterschiedlicher Akteure bietet: Mitglieder von großen Unternehmen, Start-Ups, Hobbyisten. Plattformen und ihre Ökosysteme bieten Gründern und Gründerinnen interessante Möglichkeiten für neue Geschäftsmodelle.

Fragen die sich hierbei stellen und im Seminar (u.a.) behandelt werden:

- Wie unterscheidet sich „Innovation auf Plattformen“ von anderen Innovationsaktivitäten? (vgl. z.B. Jacobides et al. 2018)
- Wie beeinflussen Plattform-Betreiber die Innovationsaktivitäten ihrer Mitglieder? (vgl. z.B. Foerderer et al. 2018)
- Welchen Einfluss haben Abhängigkeit vom Plattform-System sowie darauf aufbauende „neue Möglichkeiten“ (vgl. z.B. Cutolo & Kenney 2020)?
 - > Bsp. Abhängigkeit: Gerichtsprozess Epic Games (Fortnite) vs. Apple
 - > Bsp. Möglichkeiten: Weltweiter Verkauf einer App an Millionen potenzielle Kunden

Ablauf

Jeder Studierende wird sich im Seminar intensiv mit einem wissenschaftlichen Thema auseinandersetzen. Das Thema soll in einer 12-seitigen Seminararbeit genau analysiert und abschließend präsentiert werden. Das Seminar besteht aus interaktiven Vorträgen, in denen Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens und Präsentierens diskutiert werden. In zwei bis drei Austauschtreffen stellen die Teilnehmenden ihre Zwischenergebnisse vor und erhalten individuelles Feedback. Abschließend werden die eigenen Arbeiten präsentiert und diskutiert. Jeder Teilnehmer setzt sich mit der Arbeit eines anderen Teilnehmers im Rahmen eines Ko-Referats auseinander.

Leistungsnachweis

Im Rahmen des Seminars verfassen die Teilnehmer eine 12-seitige Seminararbeit nach wissenschaftlichen Standards, präsentieren ihre Ergebnisse und halten ein Ko-Referat.

Die Sprache des Seminars ist Deutsch, die zu lesende Literatur größtenteils Englisch. Sehr gerne können die Seminararbeiten auf Wunsch auch in Englisch verfasst und die Präsentationen auf Englisch gehalten werden.

Bewertet werden:

- Seminararbeit (12 Seiten)
- Präsentation (15 min)
- Ko-Referat über die Arbeit eines Kommilitonen (5 min)
- Aktive Teilnahme (z.B. an den Diskussionen während der Abschlussveranstaltung)

Bewerbung

Sie können sich für das Seminar bis zum **21.06.2021** bewerben.

1. Bitte füllen Sie das zentrale, Lehrstuhl-übergreifende Bewerbungs-Formular aus
2. Bitte schicken Sie folgende Unterlagen an patrick.figge@uni-passau.de
 - a. Kurzes Motivationsschreiben (ca. $\frac{1}{3}$ Seite)
 - b. Ihr Lebenslauf
 - c. Aktuelle HISQUIS-Notenübersicht

Bitte beachten: Als eine PDF-Datei verschicken, E-Mail mit Betreffzeile „Seminar-Bewerbung“. (Der Eingang der E-Mail wird nicht bestätigt.)

Vorläufiger Zeitplan

Das Seminar findet auch statt, wenn keine Präsenz-Termine möglich sind. Alle Termine finden dann (synchron) über Zoom statt. Falls es zu Beginn des Semesters wieder möglich ist und uns sinnvoll erscheint, würden wir uns sehr darüber freuen das Seminar in Präsenz zu halten (die Einzelgespräche können dann nach persönlicher Präferenz als persönliche Treffen oder über Zoom stattfinden).

<p>Kick-off 1. oder 2. Semesterwoche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Themenvorstellung und Vorstellung des schrittweisen Vorgehens beim empirischen Teil der Arbeit • Angabe von Präferenzen für die Seminarthemen • Themenvergabe kurz nach dem Kick-off
<p>Guidance Meeting 1 ca. 3. Semesterwoche</p>	<p>Einzelgespräche in denen der individuelle Fortschritt und offen Fragen besprochen werden.</p>
<p>Guidance Meeting 2 ca. 7. Semesterwoche</p>	<p>Einzelgespräche in denen der individuelle Fortschritt und offen Fragen besprochen werden.</p>
<p>Guidance Meeting 3 (freiwillig) ca. 1 Woche vor Abgabe</p>	<p>Einzelgespräche in denen der individuelle Fortschritt und offen Fragen besprochen werden.</p>
<p>Einführung ins wissenschaftliche Präsentieren ca. 1 Woche vor Abgabe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des wissenschaftlichen Präsentierens • Einführung in das Halten von wissenschaftlichen Koreferaten
<p>Abgabe der Seminararbeit ca. 1 Woche vor der Abschlussveranstaltung</p>	<p>Abgabe der Arbeiten</p>
<p>Abschlussveranstaltung (1-2 Tage) ca. 3-5 Wochen vor Beginn der Klausuren-Phase</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentation der Seminararbeiten • Diskussion der Ergebnisse mit den anderen Teilnehmern

Ausgewählte Literatur

Cutolo D, Kenney M (2020) Platform-Dependent Entrepreneurs: Power Asymmetries, Risks, and Strategies in the Platform Economy. AMP:amp.2019.0103.

Foerderer J, Kude T, Mithas S, Heinzl A (2018) Does Platform Owner's Entry Crowd Out Innovation? Evidence from Google Photos. Information Systems Research 29(2):444–460.

Gawer A, Yoffie DB, Cusumano M (2020) The Future of Platforms. MIT Sloan Management Review. Retrieved (June 2, 2021), <https://sloanreview.mit.edu/article/the-future-of-platforms/>.

Jacobides MG, Cennamo C, Gawer A (2018) Towards a theory of ecosystems. Strategic Management Journal 39(8):2255–2276.

McAfee A, Brynjolfsson E (2017) Machine, platform, crowd: harnessing our digital future, First edition. (W.W. Norton & Company, New York London).

Nambisan S, Siegel D, Kenney M (2018) On open innovation, platforms, and entrepreneurship. Strategic Entrepreneurship Journal 12(3):354–368.