

Universität Wien
Wahlfach "e-Business"
Prof. Dr. Wolfgang Fritz
Institut für Betriebswirtschaftslehre

Klausur
zur Vorlesung
"Internet-Marketing und Electronic Commerce"
Wintersemester 2002/2003

Name: Matr.-Nr.:
Vorname: Fachrichtung:

Dauer der Klausur: 60 Minuten

Maximale Punktzahl: 60

Die Klausur ist bestanden, wenn mindestens 20 Punkte erreicht worden sind.

Hilfsmittel sind nicht zugelassen!

Frage Nr.:	Punkte:
1	
2	
3	
4	
5	
6	
Gesamtpunktzahl:	Note:

gez. Univ.-Prof. Dr. W. Fritz

Aufgabe 1**max. Punktzahl: 10****erreicht:**

(a) Wieviele Internet-Nutzer gab es im September 2002 weltweit? (Bitte die richtige Antwort ankreuzen.) (2 Punkte)

- etwa 400 Millionen
- etwa 600 Millionen
- etwa 800 Millionen
- etwa 1 Milliarde

(b) In welcher Weltregion gab es im September 2002 die meisten Internet-Nutzer? (Bitte die richtige Antwort ankreuzen.) (2 Punkte)

- Africa
- Asia/Pacific
- North America
- Europe

(c) Für welche Tätigkeiten wird das Internet am häufigsten genutzt? Bitte nennen Sie die drei häufigsten Formen der Internet-Nutzung (gemäß Boston Consulting Group für USA und Canada 2000).(6 Punkte)

(1)

(2)

(3)

Aufgabe 2**max. Punktzahl: 10****erreicht:**

(a) Was ist ein (positiver) Netzwerkeffekt? Erläutern Sie bitte diesen Effekt und geben Sie dazu ein Beispiel an. (5 Punkte)

(b) Erläutern Sie bitte das Kritische-Masse-Diffusionsmodell. (5 Punkte)

Aufgabe 3**max. Punktzahl: 10****erreicht:**

(a) Was sind Flow-Erlebnisse und welche Auswirkungen haben sie auf das Konsumentenverhalten im Internet? (6 Punkte)

(b) Welche Produkte kauft der Konsument am häufigsten im Internet ein? (2 Punkte)

(c) Welche Produkte eignen sich weniger gut für den Online-Einkauf des Konsumenten? (2 Punkte)

Aufgabe 4**max. Punktzahl: 10****erreicht:**

Erläutern Sie bitte die wichtigsten Aspekte des Electronic Customer Relationship Management.

(10 Punkte)

Aufgabe 5**max. Punktzahl: 10****erreicht:****(a)** Was versteht man unter Permission Marketing?**(4 Punkte)****(b)** Nennen Sie drei konkrete Beispiele für das Permission Marketing.**(je 2 Punkte)****(1)****(2)****(3)**

Aufgabe 6**max. Punktzahl: 10****erreicht:****(a)** Was ist ein Werbebanner, was ein Werbebutton?

(je 2 Punkte)

(1) Werbebanner =**(2)** Werbebutton =**(b)** Wie kann man den Erfolg von Werbebannern und Werbebuttons kontrollieren?

(6 Punkte)