



1. Allgemeine Hinweise

- Diese Klausur ist Teil der Leistungsbeurteilung des Universitätskurses 040 283, „Wahlfach E-Marketing: Teil 2“, im WS 2007/08.
- Zur Teilnahme sind all jene StudentInnen berechtigt, die in die Übung aufgenommen worden sind und bis zum 18. Jänner 2008 noch nicht sanktioniert wurden.
- Bitte lesen Sie sich die Angaben in Ruhe und gründlich durch. Für etwaige Fragen wenden Sie sich an den Übungsleiter (und nicht an Ihre SitznachbarIn).
- Hilfsmittel (Literatur, Unterlagen, Kopien, etc.) sind außer einem Taschenrechner nicht gestattet. Auch Absprachen und Informationsaustausch mit anderen ÜbungsteilnehmerInnen sind nicht zulässig und können die negative Beurteilung Ihrer Arbeit zur Folge haben.
- Das Maximum an Punkten beträgt 36 (3 Punkte pro Frage). Diese 36 Klausurpunkte entsprechen 20 Übungspunkten (Umrechnung erfolgt immer mit Aufrundung, z.B. 29 Klausurpunkte entsprechen 17 Übungspunkten).
- Bitte beantworten Sie die Aufgaben **l e s e r l i c h** in deutlicher Schrift und schreiben Sie ausschließlich auf den Blättern der Klausurangabe (eventuell auch Rückseiten benutzen).
- Spätester Abgabezeitpunkt der Klausur: wird vom Kursleiter bekannt gegeben.
- Die Beurteilungsergebnisse sind asap auf der Übungsweb-site und im Schaukasten des Marketinglehrstuhls zu finden.

Viel Erfolg!

2. Administratives

NAME: _____

MATRIKEL-NR.: _____

GESAMT(36):



LEHRSTUHL FÜR MARKETING
UNIVERSITÄT WIEN

Universitätskurs „eMarketing: Teil 2“, LVA-Nr. 040 283
WS 2007/08, Übungsleiter: Klemens Gausterer, Mag. Ing. MBA

Klausur vom 18. Jänner 2008

3. Aufgaben

KEY QUESTIONS (36 Punkte)

ePortals

Was bedeutet das G-4 Prinzip beim Branding?

Nennen Sie 6 Arten von Portalen

eBranding

Bei der Markeneinführung im Internet unterscheidet man welche drei Arten von Marken?

Welche Panne passierte 2006 mit Dell Computern und wie wirkte sie sich auf das Image des Konzern aus?

eLaw

Aus welchen Gründen kann eine Person für illegale im Internet veröffentlichte Inhalte haftbar gemacht werden?

Sind die in einem Onlinestore angebotenen Waren ein Angebot i.S.d. §861 ABGB?

ePay

Beschreiben Sie die Funktionsweise von PayPal!

Beschreiben Sie kurz wie die Zahlungsverfahren nach dem Zeitpunkt zu klassifizieren sind.



LEHRSTUHL FÜR MARKETING
UNIVERSITÄT WIEN

Universitätskurs „eMarketing: Teil 2“, LVA-Nr. 040 283
WS 2007/08, Übungsleiter: Klemens Gausterer, Mag. Ing. MBA

Klausur vom 18. Jänner 2008

eSearch

Was versteht man unter dem Deep Web Problem und was ist die Ursache dafür?

Was versteht man unter Suchmaschinen-Marketing? Warum ist es für Unternehmen so wichtig ihre Online-Aktivitäten unter Berücksichtigung von Suchdiensten zu konzipieren?

eAuctions

Was versteht man unter dem „Winner’s Curse“?

To what extent are reverse auctions „reverse“?

- ENDE -



LEHRSTUHL FÜR MARKETING
UNIVERSITÄT WIEN

Universitätskurs „eMarketing: Teil 2“, LVA-Nr. 040 283
WS 2007/08, Übungsleiter: Klemens Gausterer, Mag. Ing. MBA

Klausur vom 18. Jänner 2008

4. Feedback

Nachfolgend können Sie Ihr Feedback (anonym, falls gewünscht) an den Kursleiter übermitteln, indem Sie dieses Blatt abtrennen und separat abgeben. Vielen Dank.

Kommentar zum Universitätskurs „Wahlfach E-Marketing: Teil 2“:
