

Online Marketing & Social Media Management



Fragen zur Stoffreflexion

Ass.-Prof. DDr. Elfi Furtmüller
Universität Innsbruck

Teil I - Begriffe (20 offene Fragen)

1. Was versteht man unter dem Begriff „Online Marketing“?
2. Welche Teilgebiete zählen zum Online Marketing?
3. Definieren Sie den Begriff „Content Marketing“!
4. Erklären Sie den Ausdruck „E-Mail Marketing“!
5. Welche unterschiedlichen Arten von E-Mail Kampagnen gibt es?
6. Welche Tipps gilt es beim E-Mail Marketing und der Gestaltung von Newslettern zu berücksichtigen?
7. Erläutern Sie die verschiedenen Arten der Erfolgsmessung beim E-Mail Marketing!
8. Beschreiben Sie den Terminus „Affiliate-Marketing“!
9. Was sind Affiliate-Systeme?
10. Was versteht man unter „API“?
11. Welche Arten von Vergütungsmodellen existieren im Affiliate-Marketing?
12. Definieren Sie den Ausdruck „Social Media Marketing“!
13. Was versteht man unter Database-Marketing?
14. Erklären Sie den Begriff „Videomarketing“!
15. Welche Ziele verfolgt das Videomarketing?

16. Wer gilt als „Merchant“?
17. Beschreiben Sie „Virales Marketing“!
18. Definieren Sie den Terminus „Direktwerbung“!
19. Erläutern Sie die Wirtschaftlichkeit von Direktwerbung!
20. Was unterscheidet einstufiges von mehrstufigem Direktmarketing?
21. Was ist Dialogmarketing?
22. Beschreiben Sie die verschiedenen Arten von Werbemitteln!
23. Was ist Couponing?
24. Was ist „Influencer Marketing“?
25. Was versteht man unter dem „Hybridmodell“?
26. Was ist der Unterschied zwischen E-Commerce und E-Business?

Teil II – Internetwerbung (28 offene Fragen)

27. Definieren Sie den Begriff „Online Werbeportale“ und erläutern Sie dessen Vorteile!
28. Beschreiben Sie den Unterschied zwischen kostenlosen und kostenpflichtigen Werbeportalen!
29. Erläutern Sie die Verbreitung und Akzeptanz von Internetwerbung!
30. Was ist ein „Visit“?
31. Wie wird die Verweildauer (Online) gemessen?
32. Was spiegelt die Click-Rate wieder?
33. Erklären Sie den Begriff „Conversion“!
34. Wie misst man Erfolg im Online Marketing?
35. Was versteht man unter dem Ausdruck „Web Analytics“?
36. Wie können Web Analytics zur Erfolgskontrolle im Internet genutzt werden?
37. Welche Formen kann Internetwerbung annehmen?
38. Was muss beachtet werden um mithilfe von E-Mails erfolgreich werben zu können?
39. Was ist „Bannerwerbung“?
40. Definieren Sie den Terminus „Display Advertising“!
41. Was ist der Unterschied zwischen Pop-up- und Pop-under-Werbung?
42. Was versteht man unter „Verbal Placement“?

43. Was ist „Targeting“?
44. Wozu dienen „Cookies“?
45. Beschreiben Sie „Geotargeting“!
46. Erläutern Sie den Begriff „Suchmaschinenmarketing“!
47. Erklären Sie den Ausdruck „Suchmaschinenwerbung“!
48. Wozu dient die Suchmaschinenoptimierung?
49. Wie kann mithilfe von Pixel Internetwerbung geschaltet werden?
50. Wofür steht der Terminus „Prestitials“?
51. Was sind „Interstitials“?
52. Was ist „In-Text-Werbung“?
53. Beschreiben Sie „Site Branding“!
54. Welche Eigenschaften haben „Kommerzielle Videoclips“?
55. Was versteht man unter „Internetradiowerbung“?

Teil III – Affiliate-Systeme (12 offene Fragen)

56. Erläutern Sie die Funktionsweise von Affiliate-Systemen!
57. Welche Bedeutung haben „Cookies“ für Affiliates?
58. Welche Vor- und Nachteile hat das Affiliate-Marketing?
59. Beschreiben Sie die unterschiedlichen Arten von Affiliate-System Teilnehmern!
60. Was bedeutet „Pay per Click“?
61. Definieren Sie das Konditionsmodell „Earnings per 100 Clicks“ (EPC)!
62. Wie wird die Provision beim „Pay per Lead“-Modell verrechnet?
63. Wofür steht der Ausdruck „Pay per Sale“?
64. Was bedeutet „Pay per Link“?
65. Wie erfolgt die Vergütung bei „Pay per Print out“?
66. Erläutern Sie das Konditionsmodell „Pay per SignUp“!
67. Warum lösen Kunden Gutscheine beim Affiliate-Marketing nicht ein?

Teil IV – Social Media Marketing (39 offene Fragen)

68. Beschreiben Sie „Social Media Marketing“ im Allgemeinen!
69. Definieren Sie den Begriff „Social Media Marketing“!

70. Wie unterscheidet sich „Social Media Marketing“ von „Social Network Marketing“?
71. Welche Ziele verfolgt das Social Media Marketing“?
72. Wie äußert sich die aktive Strategie bei der Verwendung von sozialen Netzwerken als Marketinginstrument?
73. Wie äußert sich die passive Strategie bei der Verwendung von sozialen Netzwerken als Marketinginstrument?
74. Erläutern Sie Strategien, die häufig mit dem Einsatz sozialer Medien verfolgt werden!
75. Welche Vorteile bieten Social Media Netzwerke?
76. Welche Risiken bergen Social Media Netzwerke?
77. Was ermöglicht facebook?
78. Warum steht facebook immer wieder in der Kritik?
79. Wie schaltet man Werbung via facebook?
80. Welche Optionen um sich zu präsentieren bietet facebook Unternehmen?
81. Wie kann Twitter im Social Media Marketing eingesetzt werden?
82. Was können Tweets beinhalten?
83. Wie lässt sich Twitter für werbende Kommunikation einsetzen?
84. Wie kann Twitter im Hinblick auf Suchmaschinen eingesetzt werden?
85. Wie kann Empfehlungsmarketing durch die passive Nutzung von Social Media erfolgen?
86. Erläutern Sie die Einsatzmöglichkeiten von „Foto- und Videoplattformen“!
87. Was ist „YouTube“?
88. Wozu kann „Flickr“ genutzt werden?
89. Wofür nutzt man „LinkedIn“?
90. Was ist „XING“?
91. Was versteht man unter einem „Blog“?
92. Wie sollte strategisch mit Social Media umgegangen werden?
93. Erklären Sie die Erfolgsmessung bei Social Media!
94. Für was steht der Ausdruck „Corporate Identity“?
95. Was ist ein „Lead“?
96. Was drückt die „Linkpopularität“ aus?

97. Was kann bei der Lifetime-Provision verrechnet werden?
98. Für was steht die Abkürzung „TKP“?
99. Wofür steht der Terminus „Usability“?
100. Wofür steht das Kürzel „USP“?