

# Online Marketing & Social Media Management



## Dozenten

DDr.<sup>in</sup> Elfi Furtmüller, MBA, Universität  
Innsbruck

Dr. Erwin Lammenett, Wirtschaftswissenschaftler und Fachbuchautor Praxiswissen  
Online-Marketing, Influencer Marketing

Viktoria Dirry, BSc, Akademie für Online Marketing

## Fragenkatalog:

### 10 Multiple Choice Prüfungsfragen zur Stoffreflexion

#### 1. Was ist Online Werbung?

- A. Suchmaschinenoptimierung
- B. Keyword-Advertising
- C. Platzierung von Werbemitteln auf Internetseiten zwecks Unterstützung von Marketing- und Kommunikationszielen
- D. E-Mail-Marketing

Antwort: C

#### 2. Was sind „tote Links“?

- A. Links, die zu lange sind
- B. Links, die zu Webseiten führen, die es nicht mehr gibt
- C. Links, die zu Webseiten führen, die langweilig sind
- D. Links, die zu Webseiten führen, die nur sehr selten verlinkt werden

Antwort: B

#### 3. Welches Webanalyse-Tool gibt es NICHT?

- A. Webtrends
- B. Websend
- C. Netstat/comScore
- D. Etracker

Antwort: B

**4. Was ist ein Meta-Description-Tag?**

- A. Der Webseitentitel
- B. Die Beschreibung einer Webseite in ein bis zwei Sätzen
- C. Eine Überschrift
- D. Ein Linktext

Antwort: B

**5. Wie nennt man es, wenn Zielgruppen benutzerdefiniert bzw. gezielt nach soziodemografischen Kriterien, Interessen, Engagement sowie Verhalten gebildet werden?**

- A. Kundenbindung
- B. Reichweitenbindung
- C. Boosting
- D. Targeting

Antwort: D

**6. Was trifft zu?**

- A. Die Zuwachsrate des Nettovolumens der digitalen Werbung (Online und Mobile) ist negativ
- B. Der Anteil der Online Werbung steigt immer noch
- C. Online Werbung verliert an Relevanz
- D. Bereits seit einem Jahrzehnt wächst der Anteil der Online Werbung nicht mehr

Antwort: B

**7. Warum hat sich der Medienkonsum in Richtung digitale Medien verändert?**

- A. Internetverfügbarkeit, mobiles Breitbandinternet und mobilfähige Endgeräte
- B. Es ist ökologischer
- C. Damit die breite Masse erreicht werden kann
- D. Aufgrund von staatlichen Maßnahmen

Antwort: A

**8. Was beschreibt das „Internet der Dinge“?**

- A. Intelligente Alltagsgeräte, die per Internet miteinander verbunden sind
- B. App-Stores
- C. Online-Marktplatz
- D. Keine der Antworten ist zutreffend

Antwort: A

**9. Was ist ein Nachteil des Cookie-Messverfahrens?**

- A. Der Nachteil ist, dass dieses Verfahren primär Aussagen über quantitative Kennzahlen liefert
- B. Es gibt keinen
- C. Sie liefert nur sehr rudimentäre Erkenntnisse über das Besucherverhalten auf der Website selbst
- D. Die hohen Kosten sind ein großer Nachteil

Antwort: C

**10. Bei welcher Vergütungsform erfolgt eine Vergütung für jeden Online-Besucher, der seine E-Mail-Adresse hinterlässt?**

- A. Pay per Click
- B. Pay per E-Mail
- C. Lifetime-Provision
- D. TKP

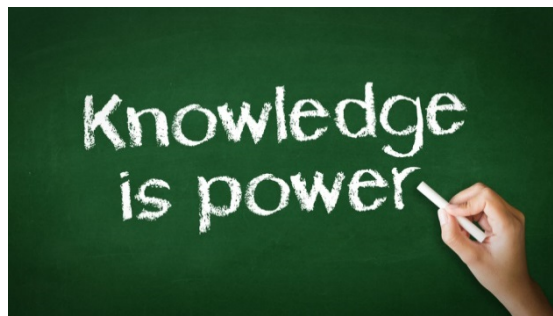
Antwort: B

**Wir freuen uns auf Ihre Fragen!**

Fragen vor Kursbeginn: [studienberatung@amc.or.at](mailto:studienberatung@amc.or.at)  
Fragen während des Kurses: [studienabteilung@amc.or.at](mailto:studienabteilung@amc.or.at)

Infos zur Bildungskarenz:  
<http://www.mba-studium.at/bildungskarenz>

**Wir wünschen viel Erfolg im Studium!**



**Auf zum nächsten Karrieresprung!**

Version: 6

