



IWW-Studienprogramm - Vertiefungsstudium

1. Musterklausur zu Modul IX „Electronic, Mobile und Social Media Business“ – Lösungshinweise

Name	
Vorname	
Straße	
PLZ, Ort	
IWW-Teiln.-Nr.	

Hinweise (bitte besonders aufmerksam lesen):

1. Die Bearbeitungszeit dieser Klausur beträgt **2 Stunden**; es sind maximal **120 Punkte** erreichbar.
2. Bitte tragen Sie Ihre Lösungen ausschließlich in die entsprechend markierten Felder ein; diese Felder sind im Allgemeinen großzügig bemessen. Sollte der Platz ausnahmsweise dennoch nicht reichen, nutzen Sie den zusätzlichen Lösungsraum auf der letzten Seite.
3. Bei Textaufgaben wird erwartet, dass Sie Ihre Antworten eigenständig formulieren; die (annähernd) wörtliche Übernahme bestimmter Passagen aus dem Studientext oder anderen Quellen zählt nicht als eigene Leistung.
4. Mit dem Absenden dieser Klausur versichern Sie, dass Sie die Aufgaben inhaltlich selbständig und ohne fremde fachliche Hilfe bearbeitet haben. Klausuren, die erkennbar mit unzulässiger fremder Hilfe bearbeitet worden sind, werden als „ungenügend“ bewertet. Sie erklären sich zudem damit einverstanden, dass Ihre bearbeitete Klausur vor der Korrektur mit einer Plagiatssoftware auf etwaige Übereinstimmungen mit anderen Klausuren überprüft wird.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Vom IWW auszufüllen:

Aufgabe:	1	2	3	4	5	Gesamt
Erreichbare Punktzahl	40	30	20	30		120
Erreichte Punktzahl						

Unterschrift/Zeichen des Prüfers



1. Musterklausur zu Modul IX „Electronic, Mobile und Social Media Business“ – Lösungshinweise

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung und des Nachdruckes, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des IWW – Institut für Wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Weiterbildung GmbH reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt auch für jede Form der Kommunikation zwischen den Studierenden des IWW.

1. Aufgabe

(40 Punkte)

Geben Sie an, ob die nachfolgend aufgeführten Aussagen zutreffen oder nicht. Tragen Sie hierzu jeweils in die Lösungsspalte „R“ für richtig oder „F“ für falsch ein.

	Aussage	Lösung
a)	Bei dem Aktivitätsbereich des E-Commerce muss sich die Unterstützung mit IuK-Technologien zumindest auf die Verkaufsvorbereitung sowie die Zahlungsabwicklung erstrecken.	F
b)	Als Organisationsform für die netzbasierte interorganisationale Zusammenarbeit kommen bilaterale netzbasierte Geschäftsbeziehungen in Frage.	R
c)	In der Vereinbarungsphase von Geschäftstransaktionen können Softwareagenten eingesetzt werden.	R
d)	Bei der Nutzung von Blackboards liegt eine synchrone Kommunikationsform vor.	F
e)	Eine netzbasierte 1:1-Beschaffungslösung zielt primär auf die Senkung der Prozesskosten der Beschaffung ab.	F
f)	Die personenbezogene Telemetrie dient der Übermittlung von Informationen über Points of Interest im Aufenthaltsbereich von Benutzern.	F
g)	Der Social-Media-Dienst Wikipedia ist der Social-Media-Kategorie Content Communities zuzuordnen.	F
h)	Durch Bannerwerbung erzielte Erlöse gehören zu den indirekten Erlösen im E-Business, da sie unabhängig von getätigten Transaktionen anfallen.	F
i)	Die Geschäftsmodellvariante Intra-Connection umfasst z.B. Portale, die der Unterstützung von Konsumenten bei Kaufentscheidungen dienen.	R
j)	Das mobile Zeitmanagement im Personalbereich ist ein Beispiel für die Prozessunterstützung mittels mobiler Technologien.	R

2. Aufgabe

(30 Punkte)

Im Folgenden werden fünf Vermarktungsbeispiele von E-Business-Diensten skizziert, die per unten angegebener Tabelle hinsichtlich der Art der Erlösform zu charakterisieren sind.

- a) Angebot von Special-Interest-Inhalten – mit nicht gegebener Ubiquität der Inhalte –, die in Form von Gebühren pro Dokument abgerechnet werden.
- b) Angebot eines Zahlungsabwicklungs-Dienstes, wobei Erlöse in Form von Provisionen anfallen, die von den Verkäufern der Waren zu entrichten sind, auf die sich die Zahlungsabwicklung jeweils bezieht.
- c) Angebot einer Suchmaschine zur Informationssuche, wobei vom Anbieter Gebühren pro Suchanfrage berechnet werden.
- d) Angebot des Versendens von E-Mails, wobei sich der Anbieter aus dem Verkauf von Adressen refinanziert.
- e) Angebot eines Portal-Dienstes einer Investment-Bank, das den Kunden den Kauf von Wertpapieren gegen Entrichtung einer einmaligen Gebühr für den Portalzugang gestattet.

Charakterisieren Sie die fünf Vermarktungsbeispiele hinsichtlich der Erlösform. Tragen Sie hierzu die zutreffenden *Ziffern* in die zwei leeren Ergebnisspalten der folgenden Tabelle ein.

Vermarktungs- beispiel	Transaktionsabhängigkeit des Erlöses: 1 - transaktionsabhängig 2 - transaktionsunabhängig	Direkter/indirekter Erlös: 1 - direkt 2 - indirekt
a)	1	1
b)	1	2
c)	1	1
d)	2	2
e)	2	1

3. Aufgabe

(20 Punkte)

Geben Sie an, ob die nachfolgend aufgeführten Aussagen zutreffen oder nicht. Tragen Sie hierzu jeweils in die Lösungsspalte „R“ für richtig oder „F“ für falsch ein. Es können keine, eine oder mehrere Aussagen zutreffen.

a) Zur Unterstützung der Vereinbarungsphase stehen in elektronischen Märkten Dienste für folgende Zwecke zur Verfügung:

A Abgabe von Angeboten für spezielle Produkte.

R

B Abwicklung des Zahlungsverkehrs.

F

C Abgleich von Angebots- und Nachfrageprofilen.

R

D Bereitstellung von Lieferanten-Katalogen.

F

E Empfehlung von Zusatzprodukten.

R

b) Bei der Umsetzung von Strategien der interaktiven Wertschöpfung ...

A dient die Einbeziehung von Experten der Gewinnung von Bedürfnisinformationen.

F

B können die Transaktionskosten der kooperativen Aufgabenausführung durch den Einsatz von Social Media gering gehalten werden.

R

C werden von den an der Wertschöpfung beteiligten Personen nur unentgeltliche Leistungen erbracht.

F

D wird nicht nur auf unternehmensbezogene Innovationen abgezielt.

R

E beanspruchen die Crowdsourcer die Verwertung erbrachter Leistungen.

R

4. Aufgabe

(30 Punkte)

Der elektronische Datenaustausch (EDI) spielt eine bedeutende Rolle im Austausch geschäftlicher Informationen zwischen Unternehmen sowie Unternehmen und sonstigen Organisationen. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum EDI-Verfahren in den vorgegebenen Antwort-Feldern.

- a) EDI dient dem Austausch strukturierter Geschäftsdaten. Was versteht man unter strukturierten Geschäftsdaten? Nennen Sie auch Beispiele.

Strukturierte Geschäftsdaten weisen eine fachlich bedingte Aufgliederung der Daten gemäß einem vorgegebenen Datenformat auf. Beispielsweise Aufgliederung von Rechnungsdaten in Rechnungskopf, Rechnungszeilen und Rechnungssumme. Beispiele für strukturierte Geschäftsdaten sind Angebote, Überweisungen, Lieferabrufe.

- b) Warum und wozu werden beim EDI-Verfahren so genannte EDI-Standards eingesetzt?

EDI-Standards werden benötigt, weil EDI-Partner intern ihre Geschäftsdaten in unterschiedlichen Datenformaten verarbeiten. Um dennoch einen Datenaustausch zu ermöglichen, werden Geschäftsdaten des sendenden Partners automatisch in das Datenformat eines EDI-Standards umgesetzt, in diesem Format an den empfangenden Partner übertragen und bei diesem automatisch in das Datenformat des Empfängers umgesetzt – wo sie nun verarbeitet werden können.

- c) Siehe folgende Seite.

- c) Das EDI-Verfahren ist mit einem erheblichen technologischen Aufwand verbunden. Wie können kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) dennoch am EDI-Verfahren teilnehmen? Nennen Sie auch ein Beispiel.

KMU können EDI-Dienste von externen Betreibern nutzen und so die erheblichen Kosten einer eigenen EDI-Technologie sparen. Dieser Weg ist gangbar, da die Nutzungsgebühren für einen EDI-Dienst signifikant geringer sind. Ein Beispiel für eine EDI-Lösung eines externen Betreibers ist eine Outsourcing-Lösung, die ein EDI-Dienstleister an die speziellen Anforderungen eines KMU anpasst.

- d) Unter welchen Umständen kann die Nutzung der EDI-Technologie für ein KMU von existenzieller Bedeutung sein?

Die Nutzung der EDI-Technologie kann dann für ein KMU von existenzieller Bedeutung sein, wenn ein Großkunde den Austausch von Geschäftsinformationen auf ein EDI-Verfahren umstellt und von seinen Geschäftspartnern zwingend EDI-Fähigkeit fordert. Für ein betroffenes KMU drohen dann drastische Umsatzeinbußen, die existenzgefährdend sein können.

- e) Welche Rolle kann die EDI-Technologie im Rahmen eines Extranets spielen?

Ein Extranet ist ein unternehmensübergreifendes Netzwerk, das in einer geschlossenen Gruppe von Unternehmen betrieben wird. Seine Einrichtung empfiehlt sich dann, wenn zwischen den Unternehmen intensivere Geschäftskontakte bestehen. Da diese in der Regel den routinemäßigen Austausch umfangreicher standardisierbarer Geschäftsdaten einschließen, empfiehlt sich z.B. die Nutzung der EDI-Technologie zur Abwicklung des entsprechenden Geschäftsverkehrs.

Zusatzblatt (Reserve)

A large, empty rectangular box with a thin black border, occupying most of the page below the header. It is intended for the student to provide answers or additional information during the exam.