

Social Media Marketing & Online Kommunikation



Offene Fragen zur Stoffreflexion

Teil I – Social Media Management (61 offene Fragen)

1. Was verdienen Social Media Manager laut Conrad Pramböck?
2. Welche Aufgaben zählen zu jenen eines Social Media Managers?
3. Welche Fragen beschäftigen einen Social Media Manager im Rahmen seiner Aufgaben?
4. Welche Aufgaben findet man in typischen Stellenausschreibungen für den Posten eines Social Media Managers?
5. Wie unterscheidet sich Social Media Marketing (SMM) gegenüber traditionellen Marketingmethoden?
6. An welche Stakeholder richtet sich Social Media Marketing (SMM)?
7. Definieren Sie Social Media Marketing (SMM)!
8. Worauf liegt der Fokus beim Social Media Marketing (SMM)?
9. Welche Dienste berücksichtigt das Social Media Marketing (SMM)?
10. Worauf zielt das Social Media Marketing (SMM) ab?
11. Welche Funktionen stehen in einem sozialen Netzwerk zur Verfügung?
12. Welche Hinweise über (potentielle) Kunden finden sich in Profileinträgen?
13. Was ergibt die Verknüpfung aus konventionellem Marketing und sozialen Medien?
14. Erklären Sie den Unterschied zwischen der passiven bzw. aktiven Strategie in sozialen Netzwerken!
15. Welche Strategien können mit dem Einsatz sozialer Medien verfolgt werden?

16. Nennen Sie Vorteile von Social Media Netzwerken!
17. Welche Risiken lauern in Social Media Netzwerken?
18. Was drängt die zunehmende Bedeutung von Social Media in den Hintergrund?
19. Als was fungiert das Community Management?
20. Welche Aufgaben findet man im Community Management?
21. Welche Aufgaben gehören zum Tätigkeitsbereich eines Social Media Experten mit Schwerpunkt Content- und Community Management?
22. Was kann mithilfe der Erstellung von Profilen in Facebook dargestellt werden?
23. Warum steht Facebook immer wieder im Mittelpunkt der Kritik?
24. Wie finanziert sich Facebook?
25. Was sind *Sponsored Stories*?
26. Wie können Unternehmen ihr persönliches Netzwerk bekannter machen?
27. Beschreiben Sie die verschiedenen Arten von Unternehmensseiten, die Facebook zur Verfügung stellt!
28. Was ist Twitter?
29. Was können Nutzer auf Twitter verbreiten?
30. Was können Tweets enthalten?
31. Definieren Sie Twitter!
32. Wofür kann Twitter genutzt werden?
33. Was für eine Art von Kommunikationsmittel repräsentiert Twitter im Hinblick auf werbende Kommunikation?
34. Wofür eignet sich Twitter im Hinblick auf Social Media Marketing?
35. In welchem Sektor erfreut sich Twitter großer Beliebtheit?
36. Erläutern Sie das Praxisbeispiel „Starbucks“!
37. Erläutern Sie das Praxisbeispiel „Nestlé“!
38. Erläutern Sie das Praxisbeispiel „Walmart“!
39. Was erhoffen sich Unternehmen bei der passiven Nutzung von Social Media?
40. Wem können Unternehmen mit einem Klick auf einen „Gefällt mir“-Button empfohlen werden?
41. Was können Internetnutzer mit digitalen Fotos und Videos auf Foto- und Videoplattformen machen?

42. Wie können Fotos und Videos auf Foto- und Videoplattformen genutzt werden?
43. Welche Nutzungsmöglichkeiten stehen Nutzern für hochgeladene Fotos bzw. Videos auf Foto- und Videoplattformen zur Verfügung?
44. Was ist YouTube?
45. Wie kann ein Unternehmen auf Flickr auf sich aufmerksam machen?
46. Was ist LinkedIn?
47. Welche Grundfunktionen umfasst LinkedIn?
48. Was ist XING?
49. Was ist ein Blog?
50. Aus was können sich Beiträge in Google Plus zusammensetzen?
51. Wie können Kontakte in Google Plus angeordnet werden?
52. Was ist Google Hangouts?
53. Was ist Instagram?
54. Was kann mithilfe von Pinterest an eine virtuelle Pinnwand geheftet werden?
55. Wer haftet für Inhalte auf Pinterest?
56. Was kann auf Slideshare publiziert werden?
57. Beschreiben Sie RSS (Rich Site Summary)!
58. Erläutern Sie den Unterschied zwischen RSS und E-Mail!
59. Wozu kann Social Media strategisch genutzt werden?
60. Was ermöglicht der erfolgreiche Einsatz von Social Media?
61. Wie kann der Erfolg bei Social Media gemessen werden?

Teil II – E-Commerce Gesetz/E-Commerce Richtlinie (19 offene Fragen)

62. Welche Vorschriften gelten für Werbung im Hinblick auf die E-Commerce Richtlinie?
63. Was ist „Spam“?
64. Welche Angaben müssen auf einer kommerziellen Webseite vorhanden sein?
65. Welches Gütezeichen findet man auf seriösen Onlineshops?
66. Was reicht laut Offenlegungspflicht zur Begleichung der Impressumspflicht nicht aus?
67. Was muss ein Impressum einer Webseite bzw. E-Mail enthalten?

68. Wie häufig müssen E-Mails ein Impressum enthalten?
69. Wann unterliegen Newsletter der Impressumspflicht?
70. Welche Informationen muss das Impressum eines Newsletters nach dem Mediengesetz enthalten?
71. Was unterliegt der gleichen „Impressumspflicht“ wie E-Mails?
72. Was ist ein „Disclaimer“?
73. Wie muss kommerzielle Kommunikation im Zuge von Werbung im Internet gestaltet sein?
74. Warum unterstützt der Gesetzgeber vergleichende Werbung?
75. Wann ist vergleichende Werbung zulässig?
76. Erläutern Sie § 107 Unerbetene Nachrichten (Artikel 13)!
77. Beschreiben Sie § 107 Unerbetene Nachrichten (1a)!
78. Wann ist eine vorherige Einwilligung des Teilnehmers laut dem Telekommunikationsgesetz notwendig?
79. Wann gilt elektronische Post als Massensendung?
80. Was ist bei Anrufen zu Werbezwecken laut Cold Calling-Regelung zulässig?

Teil III – Datenschutz (6 offene Fragen)

81. Warum ist Datenschutz im Internet wichtig?
82. Was kann mithilfe von Cookies erstellt werden?
83. Was muss beachtet werden, wenn mithilfe der in Cookies gespeicherten Informationen ein Personenbezug hergestellt werden kann?
84. Welche Informationen für Händler werden mithilfe von Cookies gespeichert?
85. Welche Gefahren lauern in Social Media Netzwerken und Bewertungsplattformen?
86. Wo darf auf facebook kommerzielle Kommunikation betrieben werden?

Teil IV – Urheberrecht (14 offene Fragen)

87. Vor was schützt das Urheberrecht den Urheber hinsichtlich seines Werkes von individuellem Charakter?
88. Was schützt das Urheberrechtsgesetz (UrhG)?
89. Wer ist Urheber eines Werkes?
90. Wozu ist jeder Miturheber berechtigt?

91. Wann beginnen die Rechte eines Urhebers?
92. Was ist laut österreichischem Urheberrechtsgesetz (UrhG) geschützt?
93. Was muss ein „Werk“ im urheberrechtlichen Sinne aufweisen?
94. Was ist das „Recht am eigenen Bild“?
95. Wann endet das Urheberrecht für Musikstücke?
96. Ab wann haftet ein Forenbetreiber für Urheberrechtsverletzungen von Teilnehmern?
97. Was ist vom Urheberrechtsgesetz ausgenommen?
98. Wann kann eine Klage laut Urheberrechtsgesetz (UrhG) erfolgen?
99. Was kann bei Creative Commons gefordert werden?
100. Welche Reaktionen müssen bei einer Abmahnung bzw. angedrohten Unterlassungsklage im Sinne des Urheberrechtsgesetzes gesetzt werden?