

Studierende/-r	Geschriebene Klausurbögen	Note	Unterschrift des/der Prüfenden
----------------	---------------------------	------	--------------------------------

Studiengang:

Jahrgang

Semester

Fachsemester

Modul:

Klausur am:

Hilfsmittel: keine

Die Klausur ist in zwei Bereiche aufgeteilt: Teil A besteht aus offenen Fragen, in denen Wissen angewandt werden muss. In Teil B finden sich Multiple-Choice-Aufgaben. Es können jeweils mehrere Antworten, eine Antwort oder auch keine richtig sein.

Für das Bestehen der Klausur müssen in beiden Bereichen jeweils mindestens 50% der Punkte erreicht werden.

Viel Erfolg!

Teilbereich A - 20 Punkte

Bitte beantworten Sie die unten aufgeführten Fragen:

1. Wie stehen SEO und SEA zueinander? Beschreiben Sie für die Antwort knapp die zentralen Aufgabenbereiche.

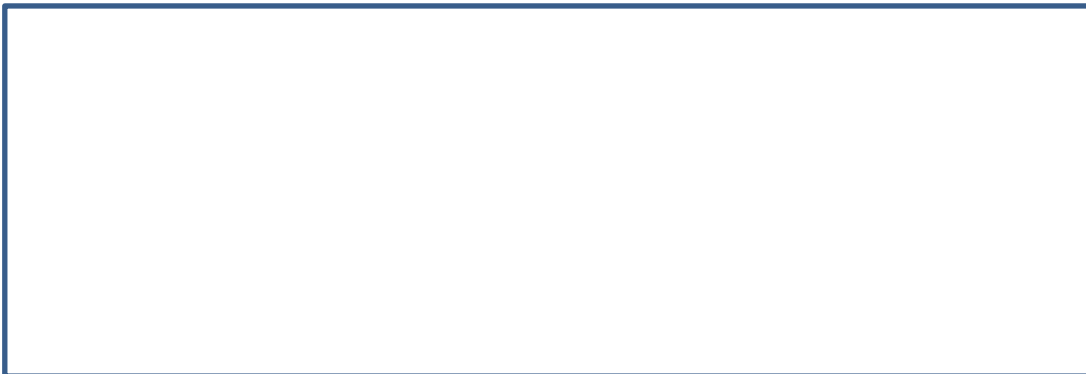
2. Warum ist für die SEA nicht das Budget in erster Linie entscheidend?

3. Tante Emma hat einen kleinen Laden, in dem sie allerhand Kleinigkeiten verkauft. Sie verdient gut, jedoch bekommt sie oft von Kunden zu hören, dass der Laden schlecht auffindbar ist. Wären SEA-Maßnahmen für Tante Emma empfehlenswert und wenn ja, welche?

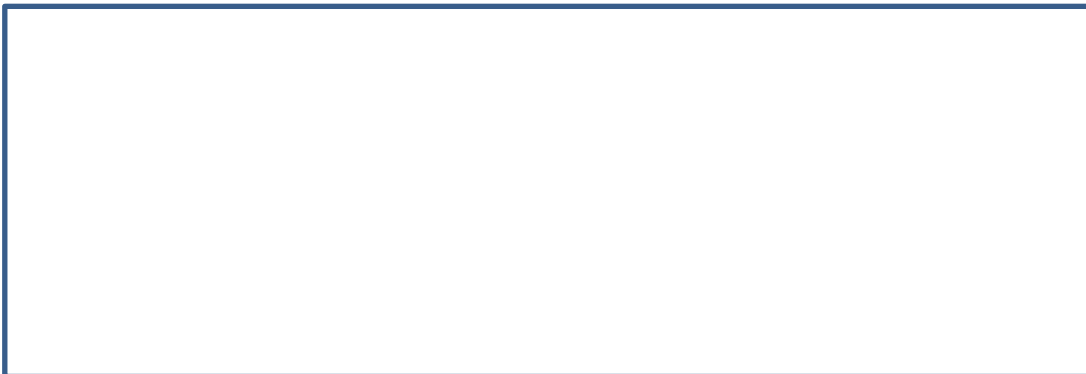
4. Sie fangen in einem Unternehmen frisch als Social Media Manager an. Kurz darauf kopiert Ihre Konkurrenz alle Anzeigen und Keywords von Ihnen. Ihr Chef schlägt vor, die Abteilung solle sich rächen, indem alle Mitarbeiter die Anzeigen des Konkurrenten aufrufen. Was antworten Sie Ihrem Chef?



5. Ihr Arbeitgeber hat ein Tochterunternehmen in den USA gegründet. Neben den bisherigen Produkten wird ein neues eingeführt, das ausschließlich innerhalb der USA verkauft wird. Was bedeutet dies für Ihre SEA-Strategie? Was muss angepasst werden?



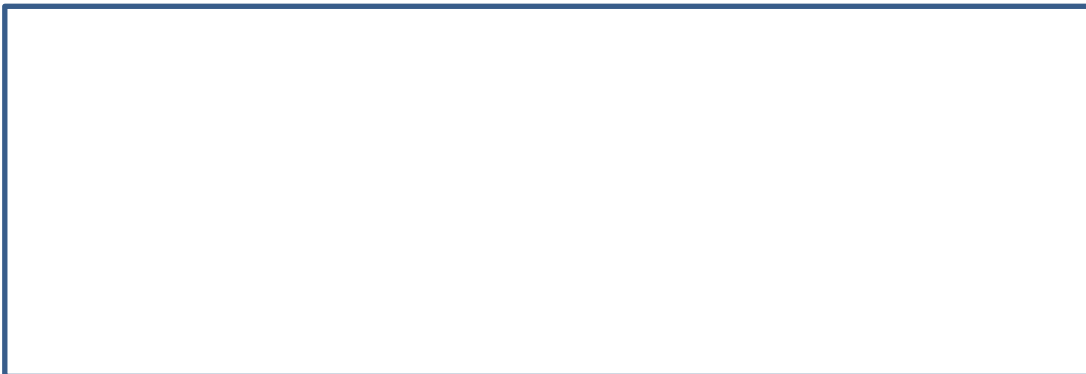
6. Damit das neue Produkt bekannt wird, möchte die Marketingabteilung, dass die Webseite, auf der es vorgestellt wird, aufgerufen wird. Welche Art Kampagne bietet sich dafür an?



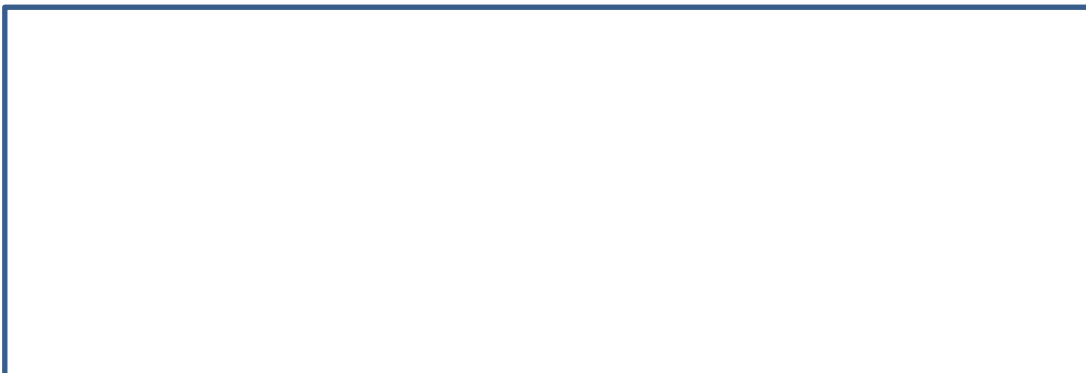
7. Tante Emmas Enkelin möchte die Produkte, die im Laden verkauft werden, auch online vertreiben. Neben Süßigkeiten wie Schokolade und Keksen verkauft Tante Emma auch Schreibwaren und Souvenirs. Wie sollte der Aufbau der Kampagne Ihrer Meinung nach aussehen?



8. Tante Emmas Enkelin hat sich für eine Displaykampagne entschieden. Für maximal 300 € im Monat werden Produktbilder auf den verschiedensten Seiten gezeigt. Leider ist die Klickrate sehr niedrig. Woran kann das liegen und kann man es optimieren?



9. Weiße T-Shirts werden häufig nach intensivem Gebrauch bunt eingefärbt. Für Ihr Unternehmen ist das Wissen besonders wichtig, da es ausschließlich weiße Kleidung anbietet. Nennen Sie 3 passende Keyword-Kombinationen!



10. Welche Vorteile bietet es, Google Analytics mit Google Ads zu verbinden?

A large, empty rectangular box with a dark blue border, intended for the user to write their answer to the question above.

Teilbereich B - 20 Punkte

1. Welche Aussagen über das Cost-per-Click-System sind korrekt?
 - Kosten fallen nur an, wenn eine Anzeige angeklickt wird.
 - Durch Cost-per-Click werden Anzeigen der Konkurrenz weniger häufig angezeigt.
 - Auto-optimierte CPCs passen das Gebot an den Conversion-Daten an.
 - Kosten fallen nur an, wenn eine Conversion erfolgt ist, nachdem der Akteur die Anzeige angeklickt hat.
 - Bei Cost-per-Click variiert der Preis immer, da er teurer wird, wenn der Suchmaschinen-Nutzer besonderes Interesse an dem Produkt hat.
2. Welche Vorteile bringt das Multi Client Center?
 - Es können mehrere Personen gleichzeitig an den Konten arbeiten.
 - Es werden automatisch Leads generiert.
 - Conversions können gemeinsam getrackt werden.
 - Bei der Anmeldung erhält man Rabatt für Google Ads.
 - Das MCC automatisiert die Verwaltung mehrerer Konten.
3. Welche Aussagen über Display-Kampagnen sind wahr?
 - Display-Anzeigen sind grundsätzlich teurer als Such-Anzeigen.
 - Google empfiehlt eine Smart-Displaykampagne.
 - Displayanzeigen werden auch im Suchnetzwerk präsentiert.
 - Displayanzeigen können interaktiv sein.
 - Displayanzeigen können auch in Video-Streams eingebunden werden.
4. Keywords können in bestimmten Kombinationen vorteilhafter sein. Welche Aussagen sind wahr?
 - Phrase Match beinhaltet weitestgehend passende Keywords.
 - Exact Match lässt nur genau passende Keywords zu.
 - Beim Phrase Match werden Varianten berücksichtigt, an die der Ersteller nicht gedacht hat.
 - Negative Keywords werden durch Anführungszeichen markiert.
 - Keywords, die nur aus einem Wort bestehen, müssen besonders auf das womöglich nachteilige Kosten-Nutzen-Verhältnis geprüft werden.
5. Warum findet man in Deutschland auf Google keine Werbung für Waffen?
 - Weil die Werbung für Waffen nach BGB verboten ist.
 - Weil der Markt für Waffen in Deutschland zu klein ist.
 - Weil die Waffen-Hersteller nur Großkunden ansprechen möchten und keine Anzeigen schalten.
 - Google entzieht Waffen-Herstellern die Rechte, so dass die keine Anzeigen schalten können.
 - Werbung für Waffen ist bei Google besonders teuer, da es sich bei Verkäufen um Milliarden-Beträge handelt.

6. Weshalb sind Remarketing-Kampagnen vorteilhaft?

- Potenzielle Kunden werden ganz am Anfang des Kaufprozesses abgeholt.
- Remarketing wird automatisch durch Google Analytics in die Wege geleitet.
- Für Remarketing-Listen benötigt man keinen Mindestwert von Besuchern der Webseite.
- Beim Remarketing können die ehemaligen Besucher der Webseite nach Produktgruppen oder Marken sortiert werden.
- Manuelle Remarketing-Listen können individuell erstellt werden.

7. Welche Faktoren des Google Ads Editors erleichtern die Arbeit mit Google Ads?

- Mehrere Personen können unproblematisch gleichzeitig an der Kampagne arbeiten.
- Man kann offline an den Kampagnen weiterarbeiten.
- Im Editor kann man Informationen über Excel einpflegen.
- Im Editor werden Richtlinienverstöße direkt angezeigt.
- Im Editor werden Richtlinienverstöße automatisch behoben.

8. Über Google Analytics können weitere Informationen bezogen werden. In dem Konto findet man die Kennzahlen:

- Kosten pro Conversion
- Conversion-Wert pro Kosten
- Wert pro Conversion
- Klick pro Conversion
- Conversion-Rate

9. Welche Anzeigenformate sind sinnvoll für Produkte, die man leicht abbilden kann?

- Responsive-Anzeigen
- Display-Anzeigen
- App-Anzeigen
- Video-Anzeigen
- Produkt-Shopping-Anzeigen
- Anruf-Anzeigen
- Showcase-Shopping-Anzeigen

10. Welche Aussagen über Google Ads entsprechen der Wahrheit?

- Bei der Auktion wird auf Anzeigenplatzierungen geboten, derjenige mit dem höchsten Gebot gewinnt.
- Bei der Auktion wird auf Anzeigenformate geboten, derjenige mit dem besten Content bekommt mehr Auswahl.
- Die Qualität der Seite wird ebenso wie das gebotene Budget berücksichtigt.
- Von der Vergabe der Werbeflächen profitieren auch die Internet-Nutzer.

- Google Ads ist weltweit der günstigste Anbieter für Suchmaschinen-Werbung.