

Fach: E-Commerce
Dozenten: Sabine Schlick / Prof. Bodendorf
Datum: 30.06.2011
Format: schriftliche Prüfung, 60 Minuten
Maximalpunktzahl: 25
Erlaubte Hilfsmittel: Taschenrechner

Aufgabe 1

Fallbeispiel: Online-Shop für Sportbekleidung

- a) Advertainment, Infotisement und Benefitting kurz erklären
- b) Eines der drei Konzepte auswählen, die konkrete Umsetzung im Shop erläutern und das Vorgehen begründen.

Aufgabe 2

Eine der drei Technologien des E-Commerce auswählen und detailliert beschreiben. Wie könnte man diese konkret im Online-Shop einsetzen?

Aufgabe 3

- a) Mittels Collaborative Filtering ermitteln, wie ein Kunde die von zwei anderen Kunden bewerteten Schuhe beurteilen würde. Daraus folgern, welchen Schuh er kaufen würde.
- b) Unterschiedliche Anwendungsvoraussetzungen von Item-Based Filtering und Collaborative Filtering erläutern.

Aufgabe 4

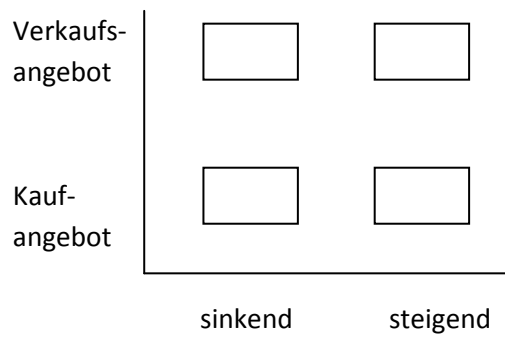
- a) Die drei Möglichkeiten der Produktindividualisierung kurz beschreiben und jeweils ein Beispiel nennen.
- b) Rechenaufgabe zur Versionierung:
 - Shop für Sportschuhe
 - Zwei Kundengruppen mit je gleicher Anzahl: Standardkunden und Luxuskunden
 - Vier Produktausführungen

Standardkunden	100	150	200	200
Luxuskunden	150	200	250	300
<i>Komponenten</i>	a	a, b	a, b, c	a, b, c, d

- 1) Maximale Zahlungsbereitschaft in vorgegebene Diagramme einzeichnen
- 2) Ausrechnen, welche beiden Versionen man am besten anbietet.

Aufgabe 5

a) Grafik über die Typen von Preisauktionen vervollständigen



b) Den Ablauf des Auktionstypen „sinkender Preis – Verkaufsangebot“ anhand des Beispiels „Versteigerung von Sportschuhen“ erläutern