



Итоговая аттестация Основы управления продуктом.ЦС

- 1 Автором цепочки стоимости продукта является ...
- 2 Интернет- магазин бренда обозначается аббревиатурой D2C и расшифровывается как ...
- 3 Верно, что расшифровка одного из Р в расширенных моделях маркетинг-микса лишняя
- 4 Соотнесите основные понятия по охватам с их определениями.
- 5 Для того, чтобы правильно выбрать инфлюенсера для партнерства, необходимо учитывать 3 необходимых показателя: резонанс, охват и ...
- 6 LTV можно рассчитать по формуле ...
- 7 Метрика роста отличается от метрики продукта ...
- 8 Принцип полезного использования подразумевает, что универсальный дизайн ...
- 9 Цена лицензии (установки) зависит от ...
- 10 Рентабельность продаж - это отношение ...
- 11 Менеджер продукта - это ...
- 12 Мотивация - это ...
- 13 Принуждение одной стороны в переговорах к уступкам характерен для стратегии переговоров ...
- 14 SMART цели - это ...
- 15 Эмоциональный интеллект - это ...
- 16 Для чего нужна методология гибкой разработки ...
- 17 HADI- цикл — это ...



- 18 Цикл Деминга состоит из шагов ...
- 19 На стадии жизненного цикла «Рост» распространенной маркетинговой стратегией является ...
- 20 В артефакт Scrum входит ...
- 21 Инструмент JIRA в основном используют для...
- 22 UX дизайн — это ...
- 23 Смысл проектирования пользовательского опыта:
- 24 Customer Development - это ...
- 25 Верно ли, что Customer Development нужен, когда метрики продукта не растут и он движется к краху
- 26 Основная задача MVP - это
- 27 Метрики продукта - это ...
- 28 MVP с одной функцией тестируется ...
- 29 Верно, что прототип (MVP) может быть создан из нескольких продуктов других компаний
- 30 Вопрос на интервью, который необходимо задать пользователю приложения: