



## Итоговая аттестация Управление продажами: Управление продуктом. ЦЗН

- 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 Для того, чтобы правильно выбрать инфлюенсера для партнерства, необходимо учитывать 3 необходимых показателя: резонанс, охват и ...
- 5 LTV можно рассчитать по формуле ...
- 6 Метрика роста отличается от метрики продукта ...
- 7 Принцип полезного использования подразумевает, что универсальный дизайн ...
- 8 Цена лицензии (установки) зависит от ...
- 9 Рентабельность продаж - это отношение ...
- 10 Менеджер продукта – это ...
- 11 Мотивация – это ...
- 12 Принуждение одной стороны в переговорах к уступкам характерен для стратегии переговоров ...
- 13 SMART цели – это ...
- 14 Эмоциональный интеллект – это ...
- 15 Для чего нужна методология гибкой разработки ...
- 16 HADI- цикл — это ...
- 17 Цикл Деминга состоит из шагов ...



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

