



Продуктовая и маркетинговая аналитика.sa

- 1 Что такое метрика?
- 2 Что не входит в основные задачи аналитика
- 3 COGS это
- 4 Какая связь между Retention и Churn
- 5 Каких типов метрик не существует?
- 6 Сколько уровней может содержать иерархия метрик?
- 7 Какого поля нет во фреймворке?
- 8 Какой формат гипотез наиболее распространен
- 9 Что произойдет с Earnings при увеличении товаров в чеке?
- 10 Маркетинговое исследование - это?
- 11 Какие задачи решают маркетинговые исследования?
- 12 В чем основная цель проведения маркетинговых исследований?
- 13 Назовите три принципа производства научного знания?
- 14 Что важно помнить при постановке цели исследования?
- 15 В чем отличие маркетингового исследования от научного?
- 16 Кто является объектом маркетинговых исследований?
- 17 Что такое “полевое исследование”?
- 18 Чего не стоит спрашивать у людей при проведении исследования?
- 19 Какие виды исследований нельзя отнести к маркетинговым?





- 20 Фокус-группа – это:
- 21 Глубинное интервью – это:
- 22 Результаты кабинетных исследований – это:
- 23 Выберите верные источники информации для кабинетного исследования:
- 24 При проведении маркетингового исследования была сформирована выборка из 40 респондентов. Скорее всего, это:
- 25 Какие есть ошибки в качественных исследованиях?
- 26 Анкетирование – это:
- 27 Для чего используется этнографическое исследование?
- 28 Количественные исследования отвечают на вопрос:
- 29 Количественные исследования можно разделить на:
- 30 Способы проведения онлайн-опроса это:
- 31 К особенностям количественных исследований можно отнести:
- 32 Контент-анализ – это:
- 33 Цели проведения мониторингового исследования:
- 34 U&A Research это:
- 35 Brand Health это –
- 36 Мониторинговое исследование бывает:
- 37 Главная ошибка при проведении мониторинговых исследований:
- 38 Что можно тестировать?
- 39 Выберите неверное утверждение:





- 40 К методам тестирования можно отнести:
- 41 Холл-тест (hall-test) это:
- 42 Ошибки при тестировании продукта:
- 43 Этнография - это...
- 44 Этнография работает со следующими инструментами:
- 45 Исследование, проводимое методом этнографии позволяет:
- 46 Чаще всего в этнографическом исследовании можно допустить такие ошибки, как:
- 47 Метод "Домашний визит" представляет собой следующее:
- 48 Выполнение определенных действий, направленных на получение новых знаний или пополнение багажа уже существующих путем изучения и анализа новых объектов, территорий, банков данных это...
- 49 Идеальная схема исследования -
- 50 Субъекты маркетинговой системы, которые своими действиями влияют на выбор фирмой рынков, поставщиков, посредников, формирование ассортимента товаров и на весь комплекс маркетинговой деятельности это...
- 51 Масштабные и ресурсные исследования доступны
- 52 После проведения исследования важно помнить:

