

产品策划

1、互联网产品的本质是让人们更便捷更有效率的在线上完成从前只能在线下完成的活动，比如面对面沟通变成网聊，找路变成看地图，包括演唱会、K歌都可以在线完成。但还有一项人民群众喜闻乐见的线下活动还没有找到成熟的线上形式，那就是参观动物园，虽然现在有一些尝试的形式，比如 24 小时直播动物日常生活，但并没有特别好的效果。请你从产品经理角度就线上动物园设计一款产品，包括产品的核心功能，受众和卖点，并详细说明理由。

2、8 月 21 日微软正式发布第三代人工智能小冰，新版小冰具有更多人工智能感言，包括视觉、声音等。但微软集团全球执行副总裁陆奇称，第一代产品是 100%通过人工搜索引擎大数据为用户提供反馈，但是第三代这一方式已经下降至 55%，另外 45%则由人工智能自我进化。此外，第三代小冰的思考速度提升 2 倍，负载能力增加 4 倍，也因此具有服务上亿用户的能力。请你从产品设计的角度思考，微软小冰未来可以拓展的服务功能或场景有哪些？可能的盈利模式是什么？

运营

1、有如下产品：QQ 音乐，安全管家，应用宝等。选择一项产品设计一个宁泽涛代言产品的营销方案，包括代言人和产品结合点，宣传口号，卖点及营销活动等。

2、根据优衣库事件，假设你是优衣库的品牌宣传策划师，对于这次事件你会如何应对。

用户研究

1、QQ 音乐想在下一个版本做一些针对明星粉丝的功能，用研通过前期访谈已经收集到大量的粉丝故事，如下：

材料 1.

用户特征：

97 年生的女学生 TF boys 粉丝，“想陪他们一起长大。

收集到的用户故事：

12.20，这是我第一次参加三人的活动，也是他们第一次在成都正式活动。我们准备了很久，一夜未眠，等了将近 30 个小时，在现场举着横幅和灯牌大喊他们的名字！最后换来一句活动取消……说不失望是假的，同时也有一种很大的满足感：我终于也应援过，终于也参加过他们的活动了！

材料 2

用户特征：

93 年生的女学生，EXO 粉丝，”我和其他粉丝不同的就是我非常理性。”

收集到的用户故事：

看了微博上我家一些比较疯狂的粉丝去黑其他的明星,当时觉得这种行为是在给 EXO 招黑,忍不住说两句。EXO 一直以友好的形象让自己越来越好,作为粉丝我们不能拖后腿。我们做的事很多要偶像买单,维护 EXO 有很多方式啊。不因喜欢 EXO 而伤害别人,不因嫉妒人而招黑。黑来黑去完全没有必要。(我们 EXO 就是强!不用争了)

如上共 5 则粉丝故事。

题目: 你从以上材料中洞察分析到了什么? 说明分析过程和分析结果。

2、团队想做一个手机阅读类 APP, 但是不确定目标人群, 不确定初期要运营什么样的内容, 也不确定应该做到怎样的体验。这时产品经理来找用研说: “能不能做一个研究来了解一下阅读人群?”

题目: 列出你具体的调研规划, 包括整体思路, 研究方法选取。

游戏策划

- 1、以“废土”为背景设计一款游戏, 要求交代游戏的时间, 背景, 游戏规则和目的。
- 2、为一款 5v5 射击游戏进行一个运营活动, 包含活动标题口号, 活动内容。
- 3、一个邪恶巫师从手机里召唤出一个杀手到现实来, 目的是统治地球, 写出杀手召唤出来以后他的行为。