

保险原理与实务第五章练习题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/45/2021_2022__E4_BF_9D_E9_99_A9_E5_8E_9F_E7_c35_45647.htm (一)单项选择题 1. 保险营销的对象是()。来源：www.examda.com A. 准保户 B. 保险人 C. 保险受益人 D. 投保人 2. ()是保险营销的特点之一。 A. 等同于保险推销 B. 特别注重推销 C. 运用价格竞争原则 D. 类似于其他具体商品营销 3. 在营销环境中存在的对保险公司有利的因素称为()。 A. 保险机会 B. 营销机会 C. 环境机会 D. 推销机会 4. 营销管理的最后一个步骤是()。 A. 组织实施和控制营销计划 B. 合理安排营销力量 C. 协调全体人员的工作 D. 利润控制 5. 保险购买者的影响力属于营销环境中的()。 A. 外部环境 B. 经济环境 C. 人口环境 D. 内部环境 6. 保险市场细分的依据是()。 A. 消费者对保险需求的差异 B. 保险公司的保险供给能力 C. 保险法的规定 D. 保险公司保险同业公会的公约 7. 下列关于保险产品的说法不正确的是()。 A. 保险产品的有形性 B. 保险产品的需求的潜在性 C. 具有使用价值和价值 D. 劳务产品的可替代性 8. ()适用于差异性小、需求范围广、适用性强的保险险种的推销。来源：www.examda.com A. 差异性市场策略 B. 无差异性市场策略 C. 集中性市场策略 D. 分散性市场策略 9. 差异性市场策略的优点是使保险营销策略的针对性更强，有利于保险公司不断开拓新的保险险种和使用新的保险营销策略，适用于()。 A. 新的保险公司或规模较小的保险公司 B. 实力雄厚的保险公司 C. 差异性小、需求范围广、适用性强的保险险种的推销 D. 规模大的保险公司 来源

: www.examda.com 10. 扩大总市场, 适时采取有效防守措施和攻击战术, 保护其现有的市场占有率, 扩大市场占有率, 这些通常是()采取的策略。 A. 市场领导者 B. 市场挑战者 C. 市场跟随者 D. 市场挑战者和市场跟随者 11. ()最常用的策略是正面攻击、侧翼攻击、围堵攻击、游击战等。 A. 市场领导者 B. 市场挑战者 C. 市场跟随者 D. 市场领导者和市场跟随者 12. 近几年在我国保险市场出现的理财型投资连接保险是()。 A. 完全创新的险种 B. 模仿国外的新险种 C. 改进的新险种 D. 换代的新险种 13. 在()保险公司通常采用的营销手段有: 快速掠取策略、缓慢掠取策略、迅速渗透策略、渗透策略。 A. 险种导入期 B. 险种成熟期 C. 险种淘汰期 D. 险种成长期 14. 汽车第三者责任保险适用于()。 A. 无差异性市场策略 B. 差异性市场策略 C. 集中性市场策略 D. 险种组合策略 15. 保险公司选择了目标市场后, 针对每个目标市场分别设计不同的险种和营销方案, 以满足不同保险消费者的保险需求的策略是()。 A. 无差异性市场策略 B. 差异性市场策略 C. 集中性市场策略 D. 险种组合策略 16. 只为一个保险公司代理保险业务的代理人称为()。 A. 独立代理人 B. 兼职代理人 C. 地方代理人 D. 专属代理人 17. 代表投保人或被保险人的利益参与保险活动的人是()。 A. 保险代理人 B. 保险分公司 C. 保险经纪人 D. 保险公估人 来源: www.examda.com 18. 在全球保险市场上, 许多国家再保险业务主要是通过()安排的。 A. 再保险代理人 B. 保险分公司 C. 跨国保险中介人 D. 再保险经纪人 19. 下列关于保险营销渠道选择正确的是()。 A. 如果保险公司自身条件不好, 就可以采用直接营销渠道, 反之, 则采用间接营销渠道 B.

直接营销渠道适合于新成立的、规模较小的保险公司 C . 财产保险公司 , 一般宜采取代理制营销渠道 D . 人寿保险公司 , 一般宜采用直接销售渠道 20 . () 方式适合于实力雄厚、分支机构健全的保险公司。 A . 保险代理人销售 B . 直接营销 C . 保险经纪人销售 D . 再保险经纪人销售(二)多项选择题 1 . 保险营销活动包括()。 A . 分析保险市场机会 B . 研究和选择目标市场 C . 提供保险防灾服务 D . 制定营销策略 2 . 保险营销发展经历的阶段是()。 A . 以产品为导向的营销阶段 B . 以销售为导向的营销阶段 C . 以消费者为导向的营销阶段 D . 以市场为导向的营销阶段 3 . 下列说法正确的是()。 A . 保险营销不等于保险推销 B . 保险营销特别注重保险推销 C . 保险营销适应于价格竞争原则 D . 保险营销具有强烈的服务性和专业性 4 . 保险营销外部环境的分析包括()。 A . 人口环境 B 经济环境 C . 自然环境 D . 政府法律环境及社会文化、科学技术环境 5 . 保险营销内部环境的分析包括()。 A . 保险公司内部各部门的影响力 B . 保险中介人的影响力 C . 竞争对手的影响力 D . 社会公众的影响力 100Test 下载频道开通 , 各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com