

证券投资基金知识：第六章基金的市场营销证券从业资格考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/587/2021_2022__E8_AF_81_E5_88_B8_E6_8A_95_E8_c33_587544.htm 第一节 基金营销概述

一、基金市场营销的含义与特征 加入收藏

(一) 基金市场营销的含义 (2007年教材新增部分)

(二) 基金市场营销的特点 (考点)

1、服务性 2、专业性 3、持续性

二、基金市场营销的意义

三、基金市场营销的内容

(一) 目标市场与客户的确定

(二) 营销环境的分析

1、公司本身的情况 2、影响投资者决策的因素 3、监管机构对基金营销的监管

(三) 营销组合的设计

1、产品(Product) 2、价格(Price) 3、渠道分销(Place) 4、促销(Promotion)

(四) 营销过程的管理

1、市场营销分析 2、市场营销计划 3、市场营销实施 4、市场营销控制

第二节 基金销售渠道与促销手段

一、国外基金销售渠道的状况

1、银行 2、保险公司 3、独立的理财顾问 4、直销 5、网上交易和基金超市

二、我国基金销售渠道的状况

1、商业银行 2、证券公司 3、证券咨询机构和专业基金销售公司 4、基金公司直销中心 5、网上交易 6、利用交易所交易系统平台

三、基金的促销手段

1、人员推销 2、广告促销 3、营业推广 4、公共关系

第三节 客户服务

一、电话服务中心 二、邮寄服务 三、自动传真、电子信箱与手机短信 四、“一对一”专人服务 五、互联网的应用 六、媒体和宣传手册的应用 七、讲座、推介会和座谈会

第四节 基金销售活动的规范

一、基金销售机构的资格条件 二、基金销售机构的职责与实施 (2007年教材新增部分)

三、基金销售行为的规范 四、基金的宣传推介 (重点看禁止规定部分, 考点)

五、对基金销售费用的规范

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