

2010年保险代理人资格考试(电子化)复习精选(2) PDF转换可能丢失图片或格式, 建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_2010\\_E5\\_B9\\_B4\\_E4\\_BF\\_9D\\_c35\\_645230.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E4_BF_9D_c35_645230.htm)

2010年保险代理人资格考试(电子化)复习精选(2), 更多blue>试题尽在百考试题保险从业资格考试在线题库系统! 第五章: 保险公司的营销管理 1、保险营销: 以保险为商品, 以市场为中心, 以满足被保险人的需要为目的, 实现保险公司目标的一系列的活动。(单) 2、保险营销发展的四个阶段: 以产品为导向、以销售为导向、以消费者为导向、以市场为导向(多) 3、对新险种进行市场分析, 实际上就是要对这一险种的销售量和成本利润进行分析, 看这些指标能否满足保险公司的目标。(多) 4、差异性市场策略: 保险公司选择了目标市场后, 针对每个目标市场分别设计了不同的险种和营销方案, 去满足不同保险消费者的保险需求的策略。(单) 5、广告: 通过大众媒介向人们传递保险商品和服务信息, 并说明其购买的活动。(单) 6、直接营销渠道适合于新成立的、规模较小的保险公司。间接营销渠道适合规模较大、市场占有率较高、营销控制能力较强的保险公司。(单) 7、保险法规定我国保险人的组织形式是: 国有独资公司和股份有限公司(多) 8、由政府直接设立的保险公司是: 国有独资保险公司。(单) 来源

: [www.examda.com](http://www.examda.com) 9、国有独资公司是: 中国人寿。(单) 第六章: 保险市场 保险市场: 保险商品交换关系的综合或保险商品供给与需求关系的总和。既可以指固定的交易场所, 也可以是所有实现保险商品让渡的交换关系的总和。(多) 相关推荐: blue>2010年保险代理人资格考试(电子化)复习精选(1

) blue>2010年保险代理人考试计算题：企业财产保  
险blue>2010年保险代理人考试计算题：建筑工程保险更多资  
料：blue>2010年保险从业考试在线测试blue>进入保险从业考  
试网友交流区 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](http://www.100test.com)