

保险经纪人考试《市场营销基础知识考点巩固》模拟练习卷

姓名：_____ 年级：_____ 学号：_____

题型	选择题	填空题	解答题	判断题	计算题	附加题	总分
得分							

评卷人	得分

- 1 C. 人员促销
D. 营业推广促销
- 4、单项选择题：下列各项中，（ ）是保险市场的供给方。A. 保险代理人
B. 保险经纪人
C. 保险公司
D. 保险公估人
- 5、单项选择题：经济学中的有效需求是指（ ）。A. 所有的需求
B. 消费者确实需要的需求
C. 生产者能够提供的需求
D. 消费者具备购买能力的需求
- 6、单项选择题：（ ）策略能够取得比其他营销策略更高且更稳定的销售量。A. 无差异营销
B. 差异性营销
C. 集中性营销
D. 分散营销
- 7、单项选择题：尾数定价属于定价策略中的（ ）。A. 取脂定价策略
B. 满意价格策略
C. 心理营销定价策略
D. 差别定价策略
- 8、单项选择题：顾客满意度的高低主要取决于（ ）和实际价值。A. 服务态度
B. 商品质量
C. 期望值
D. 商品价格
- 9、单项选择题：新保险公司或小型保险公司在进行市场细分时，应选择（ ）。A. 无差异市场策略
B. 差异性市场策略
C. 集中性市场策略
D. 辐射性市场策略
- 10、单项选择题：营销调研的类型取决于特定的（ ）。A. 市场销售情况
B. 市场细分程度
C. 市场发展状况

D. 市场研究目的

- 11、单项选择题：在保险营销支援系统中，（ ）能够为保险营销人员提供代理人组织中利益计算和组织利益的维护。A. 展业支援系统
B. 专业支援系统
C. 管理支援系统
D. 技术支援系统
- 12、单项选择题：（ ）又被称为保险价格，是保险人用以计算保险费的标准。A. 保险金额
B. 保险费率
C. 纯保险费
D. 附加保险费
- 13、单项选择题：在目标市场选择策略中，无差异营销是指（ ）。A. 不考虑各细分市场的差异性，而是将整个市场确定为目标市场，公司围绕着有限的几种产品设计和营销组合面向整个保险市场
B. 不考虑各细分市场的差异性，而是将整个市场确定为目标市场，公司围绕着一种产品设计、一种营销组合面向整个保险市场
C. 不考虑各细分市场的差异性，而是将随机的部分市场确定为目标市场，公司围绕着一种产品设计、一种营销组合面向整个保险市场
D. 考虑各细分市场的差异性，而是将整个市场中不同的细分市场确定为目标市场，公司围绕着一种产品设计、一种营销组合面向整个保险市场
- 14、单项选择题：生产观念的缺陷主要在于（ ）。A. 忽略了市场的细分和专业化分工
B. 它将重点转移到了生产本身而忽略了其后续的服务
C. 忽略了消费者的真正需要
D. 降低了消费者购买产品的积极性
- 15、单项选择题：（ ）的缺陷是容易产生所谓的”营销近视症”。A. 推销观念
B. 营销观念
C. 产品观念
D. 生产观念
- 16、单项选择题：一些新产品在试销阶段适宜采用（ ）。A. 覆盖式销售策略
B. 分散式销售策略
C. 选择式销售策略
D. 垄断式销售策略
- 17、单项选择题：不属于宏观环境要素的是（ ）A. 社会文化
B. 科学技术
C. 社会公众
D. 政治
- 18、单项选择题：市场营销中的重中之重是（ ）。A. 商品提供
B. 消费者需求
C. 顾客满意度
D. 营销主体
- 19、单项选择题：市场营销的实现，最终还是要靠（ ）去实现。A. 市场需求
B. 商品提供
C. 营销的主体

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/898121021112006061>