

图书基本信息

书名：<<保险中介从业人员资格考试辅导系列>>

13位ISBN编号：9787511406057

10位ISBN编号：751140605X

出版时间：2010-10

出版时间：中国石化出版社

作者：圣才学习网 编

页数：213

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

保险中介从业人员（保险代理人／保险经纪人／保险公估人）资格考试是中国保险监督管理委员会为了稳定发展保险中介从业人员队伍，落实保险中介从业人员持证上岗制度而组织举行的一种国家级资格证书考试。

首次保险代理人资格考试是1996年，保险经纪人资格考试第一次考试于1999年进行，而保险公估人从业资格考试是2000年。

保险代理从业人员资格考试实行纸制考试和电子化考试，保险经纪从业人员和保险公估从业人员资格考试实行电子化考试。

保险代理从业人员资格考试的题型题量为：单选题90道，每题1分；判断题10道，每题1分；试卷满分为100分，及格分数线为60分。

保险经纪从业人员和保险公估从业人员资格考试的题型题量为：单选题100道，每题1分，试卷满分为100分，及格分数线为60分。

（根据2010年保险中介从业人员资格考试大纲） 为了帮助考生顺利通过保险中介从业人员资格考试，我们根据考试指定教材和考试大纲编写了保险中介从业人员资格考试辅导系列（详细书目参见本书书前内页）： 1.系列之一：过关必做习题集（含历年真题）（4本） 2.系列之二：过关冲刺八套题（3本） 本书是保险经纪从业人员资格考试过关冲刺模拟试题。

本书遵循《保险经纪从业人员资格考试大纲（2010年）》的要求，根据参考教材《保险原理与实务（2010年版）》、《保险经纪相关知识（2010年版）》和《保险中介相关法规制度汇编（2010年版）》精心编写了八套过关冲刺模拟试题，所选习题基本涵盖了考试大纲规定需要掌握的知识内容，侧重于选用常考难点试题，对全部试题的答案进行了详细的分析和说明。

需要特别说明的是：我们精选了部分近年被多次抽考的真题，并根据新教材、新大纲和最新法律法规进行了解答。

本书需要参考的相关法律法规及考试题型、考试时间等相关信息请登录中华保险学习网。

圣才学习网是一家为全国各类考试和专业课学习提供名师网络辅导班、面授辅导班、在线考试等全方位教育服务的综合性学习型门户网站，包括圣才考研网、中华保险学习网、中华证券学习网、中华金融学习网、中华经济学习网等50个子网站。

其中，中华保险学习网是一家为全国各种保险类考试和保险学专业课学习提供全套复习资料的专业性网站，为考生和学习者提供一条龙服务的资源，包括：网络班与面授班、在线考试、历年真题、模拟试题、专项练习、笔记讲义、视频课件、学术论文等。

内容概要

保险经纪从业人员资格考试命题范围包括“保险原理与实务”和“保险经纪相关知识与法规”两部分，本书是“保险经纪相关知识与法规”过关必做习题集。

本书主要参考考试指定教材《保险经纪相关知识》和考试大纲(2010年版)的章目编排(增加《保险法》)，共分两部分14章：第一部分是保险经纪相关知识，第二部分为保险经纪相关法规(即《中华人民共和国保险法》)，根据《保险经纪从业人员资格考试大纲》(2010年)及相关法律精心编写了约1000道习题，其中包括了部分历年真题。

所选习题基本涵盖了考试大纲规定需要掌握的知识内容，侧重于选用常考难点习题，对大部分习题的答案进行了详细的分析和说明。

圣才学习网/中华学习网(www.1000bx.com)提供各种保险类考试、国内外经典教材名师保过班、面授班、网络班与远程面授班(详细介绍参见本书书前内页)，并精心制作了网络班与面授班的全套授课光盘。

购书享受大礼包增值服务【100元网络班+30元真题模考+20元圣才学习卡】。

本书(含配套网络班与面授班、授课光盘)特别适用于参加保险经纪从业人员资格考试的

<<保险中介从业人员资格考试辅导系列>>

书籍目录

第一部分 保险经纪相关知识 第一章 保险经纪人概述 第一节 保险经纪人的概念 第二节 保险经纪人的特点及分类 第三节 保险经纪人的作用 第二章 保险经纪业务运作 第一节 保险经纪业务内容 第二节 保险经纪业务程序 第三节 保险经纪人对保险人的选择与评估 第三章 保险经纪机构的监管 第一节 保险经纪机构监管概述 第二节 市场准入 第三节 经营规则 第四节 市场退出 第五节 监督检查 第六节 法律责任 第四章 保险经纪从业人员职业道德与执业操守 第一节 职业道德概述 第二节 保险经纪从业人员职业道德的基本要求 第三节 保险经纪从业人员的执业操守 第五章 风险管理基础 第一节 风险概述 第二节 风险与保险 第三节 风险管理 第四节 风险管理程序 第六章 个人和家庭风险管理 第一节 个人和家庭风险管理概述 第二节 案例分析 第七章 企事业单位风险管理 第一节 企事业单位风险管理概述 第二节 案例分析 第八章 保险业务风险管理 第一节 保险业务风险管理流程 第二节 保险业务风险管理实践 第三节 再保险业务风险管理 第九章 市场营销基础知识 第一节 市场营销概述 第二节 市场细分与目标市场选择 第三节 市场营销战略与策略 第四节 保险营销 第十章 财会基础知识 第一节 会计核算基础 第二节 会计核算的一般过程 第三节 财务会计报告 第四节 财务管理 第十一章 税收基础知识 第一节 税收概述 第二节 税制要素 第三节 税收体系 第四节 保险企业相关税收 第十二章 金融基础知识 第一节 金融基本概念 第二节 金融机构和金融市场 第三节 利率 第四节 外汇与汇率 第十三章 法律基础知识 第一节 民事法律制度 第二节 合同法概述 第三节 保险法概述 第二部分 保险经纪相关法规 第十四章 中华人民共和国保险法 第一节 保险法总则 第二节 保险合同 第三节 保险公司 第四节 保险经营规则 第五节 保险代理人和保险经纪人 第六节 保险业的监督管理 第七节 相关各方的主要法律责任 第八节 附则

章节摘录

5. 在经济学中, 有效需求的内涵是 ()。

A. 消费者未被开发的需求 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
【解析】从经济学的角度来看, 并非所有的需求都是有效需求。只有在消费者具备购买能力的情况下, 潜在的需求才可能转变为现实的需求。

6. 在市场营销活动中, 营销人员通常采取 () 的做法来提高顾客满意度, 这种做法是比较适宜的。

A. 降低顾客的期望值, 提高产品的实际使用价值 B. 降低品牌价值, 提高顾客的期望值, 但不提高产品的实际使用价值 C. 提高顾客的期望值, 同时使产品的实际使用价值远远超出顾客期望 D. 消除顾客的心理落差, 使顾客的期望值和商品的实际使用价值大致相当
【解析】一般来说, 如果商品的期望值很低, 而实际价值很高, 那么虽然实际消费的顾客可能很满意, 但却很难吸引到足够多的高质量的客户; 而如果营销者将消费者的期望值提得很高, 就很容易让消费者失望, 从而破坏该商品在消费者心目中的可信度, 降低品牌价值。

因此, 比较合适的做法是让顾客的期望值和商品的实际使用价值大致相当, 这样既不会造成顾客的心理落差, 也有利于在营销中占据主动地位, 行积极主动的宣传工作。

7. 下列各项中, () 既是市场营销的出发点, 也是市场营销的原动力。

A. 交换的渠道和媒介 B. 消费者需求 C. 市场的变化 D. 顾客满意度
【解析】菲利普·科特勒的营销定义至少包括消费者需求、商品提供、交换及交换媒介、顾客满意度、营销主体几个层次。

其中, 消费者需求是市场营销的出发点, 也是市场营销的原动力。

8. 在营销学中, () 是判断营销主体的关键。

A. 看哪一方所获利润更高 B. 看哪一方更加主动 C. 看谁是买方 D. 看谁是卖方

【解析】营销学的营销主体, 不仅可以是卖者, 也可以是买者, 判断谁是营销主体的关键就是看哪一方更加主动。

在供大于求的市场上, 商品提供者一般都是营销者, 他们为了销售自己的商品而采取各种手段促销, 保证生产的产品能够及时卖出; 而在供小于求的市场上, 商品购买者就成了营销者。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>