

<<2010年银行业从业人员资格认证考试>>

图书基本信息

书名：<<2010年银行业从业人员资格认证考试个人贷款全程应试辅导>>

13位ISBN编号：9787802187085

10位ISBN编号：7802187087

出版时间：2010-4

出版单位：中国宇航

作者：周龙腾

页数：230

字数：331000

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>

<<2010年银行业从业人员资格认证考试>>

前言

本套丛书由多年从事银行业从业人员资格认证考试命题研究与复习指导的专家、学者倾力打造，以2010年银行业从业人员资格认证考试统编教材为基准，以近年来的考试命题规律为指南，按照循序渐进、层层巩固、讲解与练习相结合的原则进行栏目规划和内容安排，主要体现在以下方面：第一部分，考点结构概览。

以拉框架的形式对每一章的内容作了形象化的表述，其功能在于让广大读者能够提纲挈领地整体上把握全章内容，编织知识网络。

第二部分，考点重点突破。

依据《2010年银行业从业人员资格认证考试大纲》明确提出每一章的主要内容和考试要求，让大家明确学习什么，学到什么程度。

分章节的考点重点讲解结合了作者多年的辅导经验，其功能主要在于凸现考点，加强对重要考点的理解与记忆。

同时它又是考前冲刺阶段考点背诵的精华版，可以为考生节约大量时间。

第三部分，核心考点术语。

掌握证券行业的核心术语对于正确理解基础知识有着重要作用。

对很多概念性的题目，记准记牢核心术语是不二法宝。

为此我们特意把每一章的重要核心术语单独列出，希望大家更好地掌握基础概念与核心术语。

第四部分，考点自测与解析。

知己知彼，百战不殆。

要想取得好成绩，必须很好地了解考试的相关情况，例如考试的题型、难度、命题风格，等等。

通过复习历年考试真题则是取得这些信息的最佳手段，我们将近3年的考试真题分拆到各个章节，同时予以解答和提示，帮助大家身临其境地了解命题特点与解题思路。

同时，鉴于每年新增内容命题较为密集规律，我们也编制了一些习题，希望大家多加重视。

<<2010年银行业从业人员资格认证考试>>

内容概要

本书以2010年银行业从业人员资格认证考试大纲和教材为依据，以近年来的考试命题规律为指南，按照循序渐进、层层巩固、讲解与练习相结合的原则进行栏目规划和内容安排，是广大应考者顺利通过考试的必备书籍。

书籍目录

第一章 个人贷款概述 考点结构概览 考点重点突破 第一节 个人贷款的概念和意义 第二节 个人贷款产品的种类 第三节 个人贷款产品的要素 核心考点术语 考点自测与解析第二章 个人贷款营销 考点结构概览 考点重点突破 第一节 个人贷款目标市场分析 第二节 个人贷款客户定位 第三节 个人贷款营销渠道 第四节 个人贷款营销组织 第五节 个人贷款营销方法 核心考点术语 考点自测与解析第三章 个人住房贷款 考点结构概览 考点重点突破 第一节 基础知识 第二节 贷款流程 第三节 风险管理 第四节 公积金个人住房贷款 核心考点术语 考点自测与解析第四章 个人汽车贷款 考点结构概览 考点重点突破 第一节 基础知识 第二节 贷款流程 第三节 风险管理 核心考点术语 考点自测与解析第五章 个人教育贷款 考点结构概览 考点重点突破 第一节 基础知识 第二节 贷款流程 第三节 风险管理 核心考点术语 考点自测与解析第六章 个人经营类贷款 考点结构概览 考点重点突破 第一节 基础知识 第二节 贷款流程 第三节 风险管理 核心考点术语 考点自测与解析第七章 其他个人贷款 考点结构概览 考点重点突破 第一节 个人质押贷款 第二节 个人信用贷款 第三节 个人抵押授信贷款 第四节 其他贷款 核心考点术语 考点自测与解析第八章 个人征信系统 考点结构概览 考点重点突破 第一节 概述 第二节 个人征信系统的管理及应用 核心考点术语 考点自测与解析

<<2010年银行业从业人员资格认证考试>>

章节摘录

[答案与解析]BC单一营销策略是针对每一个客户的个体需求而设计不同的产品或服务，有条件地满足单个客户的需要，其特点是针对性强，适宜少数尖端客户，能够为客户提供需要的个性化服务，但营销渠道狭窄，营销成本高。

A选项是大众营销策略的特点；D选项是低成本策略的特点；E选项是专业化策略的特点。

31. 商业银行可以通过不同的策略来达到营销目的，其中分层营销策略的特点是（ ）。

A. 把客户分成不同的细分市场，提供不同的产品和服务 B. 能够为客户提供需要的个性化服务，针对性强 C. 不同于一对一的营销，研究的是某一层面所有的需求 D. 满足大众化需求，适宜所有的人群 E. 用相对少的资源满足一批客户的需求 [答案与解析]ACE 分层营销是现代营销最基本的方法，它把客户分成不同的细分市场，提供不同的产品和服务，但又不同于一对一的营销，研究的是某一层面所有的需求，介于大众营销和一对一营销之间，用相对少的资源满足这一批客户的需求。

B选项是单一营销的特点，D选项是大众营销策略的特点。

32. 在银行与客户定向交流阶段中，属于一对一精确定位营销的步骤是（ ）。

A. 感觉 B. 认知 C. 获得 D. 发展 E. 保留 [答案与解析]CD 正在与客户交流阶段，通常会涉及几个步骤，分别是感觉、认知、获得、发展和保留。前两点很容易做到，通常作为大众式营销的基本手段，以广告形式最为常见，以建立品牌效应为主要目的；而后3个步骤，就是一对一的精确定位营销，以销售为最终目的。

三、判断题 1. 银行在完成市场环境分析任务的基础上应做到“四化”，其中“系统化”是指把要用科学的方法来收集资料、筛选资料和研究资料，而不是随意研究。

（ ） [答案与解析]× 系统化就是要把市场环境研究工作作为一项系统工程，而不是零星的、无序的随意研究。

每家银行可以在实践中根据自己的情况与经验来加以确定。

科学化就是要用科学的方法来收集资料、筛选资料和研究资料，尽量避免主观因素和因循守旧因素的影响。

编辑推荐

《2010年银行业从业人员资格认证考试个人贷款全程应试辅导》紧扣大纲，同步开发：严格依据2010年最新考试大纲和指定教材编写，充分体现教材的最新变化与要求。
归纳重点，学练结合：针对考点、重点和难点进行了深入提炼与讲解，并结合近3年的真题予以全方位分析，帮助读者迅速掌握考点，提升解题能力，事半功倍。
规范命题，深度解析：严格依据近年考试的题型、题量与难度，命制每章同步练习题，百分之百深度解析，百分之百考点覆盖。

一本让你对考点烂熟于胸，对考试游刃有余，对成绩胸有成竹的书。

以考试大纲为指引 以历年真题为依托 以章节练习为基础 以融会贯通为目的

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>