**广东金融学院2019年本科插班生招生考试**

**《保险营销学》考试大纲**

**参考教材：**

廖敏、方有恒主编：《保险营销学》，复旦大学出版社，2019年版。

**考试题型：**

单选题、多选、填空题、名词解释、问答、案例分析

**第一章 保险市场与保险营销**

**第一节 保险市场与保险市场难题**

一、保险市场的概念和构成要素

二、保险市场的特征**（重点）**

三、中国保险市场的发展历程

四、中国保险市场现状**（重点）**

五、保险市场难题

**第二节 保险营销的含义与特点**

一、保险营销的含义

二、保险营销的特点**（重点）**

**第三节 保险营销理念及其发展**

一、五种保险营销理念

二、现代保险营销理念

**第二章 保险营销环境分析**

**第一节 保险营销环境概述**

一、保险营销环境的概念

二、保险营销环境的分析

三、保险营销环境的检测

**第二节 保险营销的外部环境**

一、人口环境**（重点）**

二、经济环境**（重点）**

三、技术环境

四、社会文化环境、

五、政治法律环境**（重点）**

六、竞争环境

**第三节 保险营销的内部环境**

一、保险公司的产品

二、保险公司的目标市场

三、保险公司的分销体系

四、保险公司的组织形式**（重点）**

五、保险公司的经济实力

六、保险公司的企业文化

七、保险公司各部门之间的关系

**第三章 保险营销调研**

**第一节 保险营销与信息**

一、保险市场信息的含义与种类

二、保险市场信息难题

三、信息在保险营销工作中的重要作用

**第二节 保险营销信息系统**

一、保险营销信息系统的概念

二、保险营销信息管理系统的构成

**第三节 保险营销调研**

一、保险营销调研的内容

二、保险营销调研的程序

三、保险营销调研的方法

**第四章 投保人心理与行为**

**第一节 投保人投保心理**

一、投保人的投保心理活动过程

二、投保人的个性心理

三、投保人的投保动机

**第二节 个体投保人投保行为**

一、个体投保人投保行为模型

二、影响个体投保人投保行为的外在因素**（重点）**

三、影响个体投保人投保行为的内在因素**（重点）**

**第三节 团体投保人投保行为**

一、团体投保人的投保特点**（重点）**

二、团体投保人的投保行为模型

三、影响团体投保人投保行为的外部因素

四、影响团体投保人投保行为的内部因素

五、团体投保人的投保决策

**第五章 保险目标市场细分、选择与定位**

**第一节 保险市场细分**

一、保险市场细分的概念

二、保险市场细分的依据**（重点）**

三、保险市场细分的要求

**第二节 保险营销目标市场选择**

一、评估细分市场

二、目标市场策略

三、目标市场选择的依据

**第三节 保险营销市场定位**

一、市场定位的概念

二、市场定位的程序

三、保险营销调研的方法

**第六章 保险产品策略**

**第一节 保险产品概述**

一、保险产品整体概念

二、保险产品的特征**（重点）**

三、保险产品的分类

**第二节 保险产品开发与设计**

一、保险产品开发概述

二、保险产品开发的策略

三、保险产品开发的程序

四、产品开发应注意的问题

**第三节 保险产品组合策略**

一、保险产品组合的概念

二、保险商品组合的要素

三、保险产品组合策略

四、保险产品组合的方法

**第七章 保险定价策略**

**第一节 保险价格概述**

一、保险费、保险价格和保险产品定价

二、保险价格的构成**（重点）**

三、保险定价目标

四、影响保险定价的因素**（重点）**

**第二节 保险定价的原则、方法与策略**

一、保险定价的原则

二、保险定价的方法

三、保险定价的策略

四、调整保险价格的策略

**第八章 保险营销渠道与管理**

**第一节 保险营销渠道概述**

一、保险营销渠道的概念

二、保险营销渠道的功能**（重点）**

三、保险营销渠道的结构

**第二节 主要保险营销渠道及特点**

一、直接营销渠道**（重点）**

二、间接营销渠道**（重点）**

**第三节 保险营销渠道管理**

一、保险营销渠道管理的概念

二、保险营销渠道的选择**（重点）**

三、保险营销渠道管理的内容

**第四节 保险营销渠道的发展趋势**

一、新技术引领渠道变革与整合

二、金融自由化浪潮形成

三、银保渠道重新定位

**第九章 保险促销策略**

**第一节 保险促销概述**

一、保险促销及其作用

二、保险促销的手段**（重点）**

三、保险促销的策略及其选择**（重点）**

四、保险促销效果分析

**第二节 保险人员促销**

一、保险人员促销的特点与作用

二、合格保险营销人员的素质要求

三、营销队伍管理

四、促销技巧

**第三节 保险广告促销**

一、广告的定义

二、保险广告的作用及其主要媒体形式

三、保险广告媒体决策**（重点）**

**第四节 保险公关促销**

一、保险公关及其功能

二、保险公关的主要手段**（重点）**

三、保险公关促销决策

**第十章 保险营销竞争策略选择**

**第一节 市场地位与竞争策略选择**

一、识别竞争者

二、评估竞争者

三、确定竞争对策**（重点）**

**第二节 保险产品生命周期与营销策略选择**

一、保险产品生命周期的概念

二、保险产品生命周期的营销策略**（重点）**

**第三节 其他竞争策略运用**

一、低成本策略

二、差异化策略

**第四节 竞争中的企业社会责任**

一、保险公司履行企业社会责任的基本要求

二、企业社会责任和保险公司营销竞争策略的关系

**第十一章 保险营销计划、组织与控制**

**第一节 保险营销计划**

一、保险营销计划的含义与类型

二、保险营销计划的内容

**第二节 保险营销组织与执行**

一、保险营销组织

二、保险营销计划执行

**第三节 保险营销控制**

一、保险营销控制的内容

二、保险营销控制的方法**（重点）**

**第十二章 互联网保险营销**

**第一节 互联网保险的概念及特点**

1. 互联网保险的概念
2. 互联网保险的特点
3. 我国互联网保险发展历程及现状

**第二节 互联网保险的运作模式**

1. 保险公司官网直销模式
2. 第三方平台模式
3. 互联网保险公司模式
4. 场景化互联网保险模式

**第十三章 保险营销员业务技能与职业道德**

**第一节 保险展业流程**

一、寻找准客户

二、瞄准客户市场

三、邀约准客户

四、制定拜访计划

五、拜访准客户

六、归档准客户信息资料

**第二节 保险计划书写作**

一、保险计划书的设计

二、保险计划书的说明

**第三节 保险营销员职业道德**

一、职业道德概述

二、保险营销员的职业道德**（重点）**