

试卷代号:3962

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年秋季学期“开放专科”期末考试

金融营销基础 试题(开卷)

2019年1月

题号	一	二	三	四	五	总分
分数						

得分	评卷人

一、单项选择题(在以下各题的备选答案中只有一个是正确的,请将正确答案的字母标号填在括号内,多选、错选均不得分。每题3分,共30分)

- 现代金融营销阶段是从()开始。
A. 21世纪
B. 20世纪90年代
C. 20世纪70年代
D. 20世纪50年代
- 金融客户的机构客户中,()通常是金融市场的大宗客户。
A. 工商企业
B. 政府
C. 金融企业
D. 机构投资者
- 客户接近策略中,在确定约访对象时,金融企业营销人员应尽量设法直接约见()。
A. 熟人
B. 购买决策人
C. 介绍人
D. 有兴趣的人
- 采取高价格、低促销成本的经营手段,以求获得更多利润的营销策略是()。
A. 缓慢渗透策略
B. 快速渗透策略
C. 快速撇脂策略
D. 缓慢撇脂策略
- 当金融企业自身实力雄厚,有充足的资金和人力资源,销售能力很强时,就可以对整个市场采取()。
A. 无差异性目标市场策略
B. 集中性目标市场策略
C. 差异性目标市场策略
D. 分散性目标市场策略
- 定位于顶级群体的“卡片之王”,无额度上限,持卡人多为各国政要、亿万富翁和社会名流,持卡人享受全球最顶级的会员专属礼遇、权益和服务,就是俗称的()。
A. 黑卡
B. 金葵花卡
C. 长城卡
D. 牡丹卡

16. 个人客户市场细分时,常用的地理标准有()。
- A. 国外客户和国内客户 B. 城市客户、城郊客户和农村客户
C. 热带地区客户和寒带地区客户 D. 大城市客户和小城市客户
17. 金融产品营销渠道有以下特点()。
- A. 独特性 B. 风险性
C. 监管性 D. 不确定性
18. 人员促销的优点是()。
- A. 面对面接触
B. 有利于加强与客户的关系
C. 成本较低
D. 营销人员和客户的直接沟通会使得客户感到难以拒绝购买
19. 金融企业实施一对一营销的步骤是()。
- A. 识别客户 B. 客户差异化
C. 与客户沟通 D. “定制”服务
20. 互联网金融的类型主要有()。
- A. 纯网络金融企业 B. P2P 网贷
C. 互联网理财 D. 众筹

得 分	评卷人

三、判断题(每题 1 分,共 10 分。只判断正误,无需改正)

21. “4Ps”理论包含的基本要素是:产品、价格、服务、促销,再加上策略。()
22. 金融交易中的动机通常表现为寻求安全、实惠、方便、高收益等单一或复合的种类。()
23. 筛选客户,就是运用一定的方法甄别真正购买商品的客户的过程,筛选客户对于企业的意义是找到价值客户。()
24. 中国工商银行的商标是以中子和古钱形相互结合而构成。()
25. 社会阶层越高,对储蓄的偏好会逐渐降低,人们会更倾向于将资产进行投资,以实现资本增值,而且为了获得高额回报,他们愿意承担较大的风险和较高的机会成本。()
26. 通常,在金融产品处于初期投入期和成长期时,金融企业可以采用差异性目标市场策略,以观测不同市场中潜在消费者的需求,从而判断适合该产品发展的细分市场。()
27. 市场需求和金融产品价格之间一般呈现正相关关系。()
28. 外部关系营销提倡在部分领域和时期弱化竞争,通过加强合作来实现双赢。()
29. 金融服务营销中全方位服务的原则前提是分业经营。()
30. 2012 年被称为中国互联网金融元年。()

得 分	评卷人

四、名词解释(每题 5 分,共 20 分)

31. “4Ps”理论
32. STP 战略的概念
33. 金融企业公共关系营销
34. 互联网金融营销

得 分	评卷人

五、案例分析题(10 分)

35. 2018 年 3 月 23 日,京东金融发布零售信贷业务产品“北斗七星”,该产品针对中小银行面临的获客难、审批效率低、资金利用效率低等问题,向银行业务全流程提供服务。据介绍,“北斗七星”包括信贷平台、量化营销、智能身份识别、智能信贷系统、大数据风控、ABS 资产云工厂、风险运营七大模块,可以帮助银行打造前端、中端、后端平台,涵盖从系统搭建到获客、风控、用户运营、贷后管理、资产处置等业务全流程的各个节点。

京东金融称,“北斗七星”不仅能帮助中小银行及新兴民营银行从零启动零售信贷,将筹备期从至少半年缩短到一个月,而且能增强银行的获客能力,帮助中小银行将零售信贷规模最高提升 40%。“北斗七星”中的各个模块也可以解耦出来,向银行提供定制化服务。此外,“北斗七星”中所包含的“玉衡”大数据风控不仅能帮助银行建立风控引擎系统,还能通过联合建模方式,将银行数据以及京东生态内外数据进行整合和价值挖掘,帮助银行提升风险控制能力。同日,京东金融还在会上宣布了“京信计划”:京东金融希望通过“北斗七星”等一系列创新产品,帮助每个合作伙伴在一年内增加 100 亿元的零售信贷放款规模,三年内实现 100 亿元的余额增量。

请思考:

- (1)金融企业为什么要开发金融新产品?
- (2)你了解的金融新产品开发的方式包括哪些?
- (3)你了解金融产品生命周期吗?

试卷代号:3962

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年秋季学期“开放专科”期末考试

金融营销基础 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2019年1月

一、单项选择题(在以下各题的备选答案中只有一个是正确的,请将正确答案的字母标号填在括号内,多选、错选均不得分。每题3分,共30分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. B | 3. B | 4. D | 5. A |
| 6. A | 7. B | 8. D | 9. D | 10. A |

二、多项选择题(在以下各题的备选答案中有至少两个是正确的,请将正确答案的字母标号填在括号内,多选、漏选均不得分。每题3分,共30分)

- | | | | | |
|--------|---------|----------|----------|---------|
| 11. AB | 12. CD | 13. ABCD | 14. ABCD | 15. ABC |
| 16. AB | 17. ABC | 18. ABD | 19. ABCD | 20. ABD |

三、判断题(每题1分,共10分。只判断正误,无需改正)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. × | 22. √ | 23. √ | 24. × | 25. √ |
| 26. × | 27. × | 28. √ | 29. × | 30. × |

四、名词解释(每题5分,共20分)

31. “4Ps”理论

美国密歇根大学经济学教授杰罗姆·麦卡锡于1960年在其《基础营销》一书中第一次将企业的营销要素归结四个基本策略的组合,即著名的“4Ps”理论:产品(Product)、价格(Price)、渠道(Place)、促销(Promotion),由于这四个词的英文字头都是P,再加上策略(Strategic),所以简称为“4Ps”。

32. STP 战略的概念

STP 战略(也称为市场定位理论)中的 S、T、P 分别指代的是 Segmenting、Targeting、Positioning 三个单词,依次为市场细分、目标市场和市场定位。其主要内容是指企业在一定的市场细分基础上,确定自己的目标市场,最后将自身产品或服务定位于目标市场中的确定位置上。

33. 金融企业公共关系营销

是指金融企业在营销活动中,通过正确处理企业与社会公众的关系来创造有利的营销环境,树立金融企业的良好形象,赢得公众对企业的信任和支持,处理可能发生的对自身不利的谣言和事件,从而促进金融产品销售的宣传活动。

34. 互联网金融营销

2015年,中国人民银行等部门发布了《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》,其中提到,互联网金融是指传统金融机构与互联网企业利用互联网技术和信息通信技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式。

五、案例分析题(10分)

35. 参考答案:

(1)金融产品是企业满足市场需求、实现与客户长期合作的载体,是金融营销组合中的一个重要因素。为了适应市场对产品的要求,金融企业要不断向市场提供能够给客户带来新的利益和满足的,与原有产品有根本区别的新产品。

(2)开发全新金融产品

开发改进型新金融产品

开发换代型新金融产品

开发仿制型新金融产品

(3)以金融产品服务的销售状况与利润状况作为依据可以将金融产品的生命周期划分为四个阶段:导入期、成长期、成熟期和衰退期。