金融营销基础  试题（开卷）  
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．金融营销的主体是(  )。  
  A．金融产品    B．金融服务  
  C．金融企业    D．金融市场  
2．我国金融行业（不含证券行业）的监督管理机构是(    )。  
  A．中国银行业监督管理委员会    B．中国保险业监督管理委员会  
  C．中国银行保险监督管理委员会    D．财政部  
3．缘故法的特点除了被拒绝的机会小、成功机会较大外，还有(  )。  
  A．潜在客户资料容易收集    B．目的明确、开门见山  
  C．理论上客户可以无限多    D．费用低  
4．通过市场细分，企业可以(    )。  
  A．扬长避短    B．提升知名度  
  C．发现尚未开拓的新市场    D．提高资金使用效率  
5．金融市场细分的最后一步是(    )。  
  A．搜集细分市场信息    B．提出市场营销策略  
  C．估计细分市场潜力    D．分析市场营销机会  
  
6．金融产品的生命周期划分为(    )。  
  A.成长、成熟、导入、衰退    B．导入、成熟、成长、衰退  
  C．导入、成长、成熟、衰退    D．导入、成长、衰退、成熟  
7．波士顿矩阵认为，决定产品结构的基本因素是市场引力和(    )a  
  A.企业实力    B．价格  
  C．产品本身    D．客户认可度  
8．在完全垄断市场中，金融产品的价格特点是(    )。  
  A．众多参与者共同决定价格  
  B．大企业可以独立制订价格  
  C．市场参与者不能完全自己决定价格  
  D．大企业也没有决定权  
9．华尔街著名的投资银行高盛公司制定的人才政策是(    )。  
  A.成为合伙人，持有公司股份    B．开展人员海外培训  
  C．向一线员工授权    D．详细的晋升制度  
10.金融服务营销的目的就是(  )。  
    A．了解市场需求  
    B．通过提供满足消费者金融需求的服务获取收益  
    C．提高企业知名度  
    D．改进产品结构  
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.下列说法正确的是(    )。  
  A.金融营销的流程是从资金供应方到金融企业  
  B．从金融企业再到资金需求方  
  C．资金供应方是金融企业的营销重点  
  D．资金供应方和资金需求方都是金融企业的营销重点  
    1815  
  
    12.机构投资者参与金融交易的资金数额较大，对于金融市场的影响也较大，其投资对  
象主要是(    )。  
    A.股票    B．基金  
    C．企业债    D．政府公债  
    13.客户接近策略主要有(    )。  
    A．约访    B．接触  
    C．客户需求    D．制造机会  
    14. STP战略实施对企业经营的意义是(    )。  
    A.有利于企业进行目标市场选择    B．有利于企业更好的满足客户需求  
    C．有利于企业扩大市场占有率    D．有利于企业经济效益的提升  
  15.金融企业要正确认识到自身的竞争优势，需要对哪几个方面有所掌握？(    )  
    A.自身能提供什么    B．目标市场上消费者需要的是什么  
    C．需求的满足程度如何    D．竞争对手如何对其产品进行定位  
  16.金融产品在总体上具有不可分割性和广泛性以及(    )的特征。  
    A．无形性    B．易模仿性  
    C．增值性    D．产品服务与客户关系的持续性  
  17.金融产品定价目标通常分为(    )等。  
    A.利润最大化    B．垄断市场  
    C．市场份额领先    D．提升产品质量  
  18.金融产品促销的方法主要有(    )。  
    A.强强联合    B．人员促销  
    C．广告策略    D．营业推广  
  19. -个完整的CRM系统能够实现对(    )的全面管理。  
    A.客户销售    B．开发拓展市场  
    C．实现支持和服务    D．竞争对手  
  20. P2P网贷的明显缺点是(    )。  
    A.操作复杂    B．道德风险高  
    C．信用风险高    D．难以监控  
1816  
  
三、判断题（每题1分，共10分。只判断正误，无需改正）  
    21. 4Ps理论、4Cs理论、4Rs理论三者不是取代关系，而是完善、发展的关系。(    )  
    22.个人客户金融交易决策过程中信息来源大致有公共来源、商业来源、个人来源和经验  
来源。这些信息来源的影响力随产品和交易者不同而不同。总体上，对客户最有影响力的是  
公共来源。(  )  
    23.金融业务无专利可言，金融营销很容易模仿。(    )  
    24. STP战略实施的步骤依次为市场细分、市场定位和目标市场确定。(    )  
    25.城市客户更加倾向于投资理财，注重多元化的金融产品和金融服务；而城郊和农村客  
户受到交通的影响，更看重金融企业网点位置是否便利，也更倾向于储蓄。(    )  
    26.理论上说，金融产品组合深度越深、宽度越宽、长度越长、相关度越高，对于金融企业  
越不利。(    )  
    27.个人客户对于金融企业来说是最稳定的客户群。(    )  
    28.于一个追求利润的金融企业，则需要以金融产品宣传为主要的广告类型，以迅速开  
拓市场。(    )  
    29.唐·佩珀斯认为，决定一个企业成功与否关键在于“市场份额”。(    )  
    30.客户对互联网金融营销的信任度难以提高，中老年客户还是更倾向于去银行网点购  
买理财产品。(    )  
四、名词解释（每题5分，共20分）  
31．金融营销  
32．金融市场细分  
33．撇脂定价  
34．众筹  
  
五、案例分析题（10分）  
    35. 2018年5月，一客户持异地卡来网点办理取现5万元，柜员受理并迅速办理，就在打  
印凭证时，有着职业敏感性发现，该客户账户上还有100多万元的余额。于是和颜悦色的询问  
客户最近是否要大额取现，如果取可提前预约。客户回答暂时没有，于是柜员建议客户：可买  
七天滚动理财，利息比这样放着多6至8倍。并告诉客户“七天步步赢“是专为存款大户设计  
的尊享高额回报产品。客户被打动，在看了产品说明后，欣然同意购买。于是柜员为其开立理  
财金卡将其卡上100余万元的存款转到了理财金账户，并为其购买了理财，客户道谢而去，一  
起百万存款客户被成功营销。  
    请分析：成功营销的原因。  
  
试卷代号：3962  
    国家开放大学2 0 1 9年春季学期期末统一考试  
金融营销基础  试题答案及评分标准（开卷）  
    （供参考）  
    2019年7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．C    2．C    3．A    4．C    5．B  
    6．C    7．A    8．B    9．A    10．B  
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. ABD    12. ACD    13. ABC    14. ABD    15. BCD  
    16. ABCD    17. ACD    18. BCD    19. ABC    20. CD  
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．金融营销  
    金融营销的定义一般是指金融企业以金融市场为导向，运用整体营销手段向客户提供金  
融产品和服务，在满足客户需要和欲望的过程中实现金融企业利益目标的社会行为过程。  
    32．金融市场细分  
    是指金融行业营销人员通过市场调研，根据消费者对产品的不同需求、消费者自身的不  
同购买行为和消费习惯，将整个市场划分为若干消费群的市场分类过程。  
    33．撇脂定价  
    通常是指金融企业将新产品以较高的价格推向市场，以便在金融产品生命周期的初期尽  
快收回投资和获取最大利润。当竞争者产品的销量开始减少时，再采取逐步降低价格的策  
略，以保持一定的市场份额。  
    1819  
  
    34．众筹  
    也称群众筹资，是一种通过互联网向网友募集资金的融资方式，一般是由拥有创意的发  
起人在网上进行项目宣传和募集资金，支持发起人的网友可以在众筹平台进行投资。  
五、案例分析题（10分）  
    35.案例分析：（供参考）  
    (1)柜员有敏锐的营销意识。  
    (2)柜员有熟练的业务功底。  
    (3)团队服务配合至关重要。由于该户是异地卡，柜员必须为其新开理财金卡，新开卡需  
主管授权，客户首次理财还需客户经理为其做风险评估，如果在授权与证估过程中拖延时间，  
客户不耐烦将极大影响营销的成功。