

<<商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判>>

13位ISBN编号：9787040256789

10位ISBN编号：7040256789

出版时间：2009-3

出版时间：高等教育出版社

作者：刘文广、张晓明

页数：242

字数：390000

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>

## &lt;&lt;商务谈判&gt;&gt;

## 前言

商务谈判的原则、策略、方法以及技术，是现代企业商务人员必须掌握的一项职业技能。随着我国社会主义市场经济的深入发展、企业制度改革的深化以及与世界经济对接度的提高，商务谈判已经成为各类工商企业经营与发展、合作与销售的重要商务活动内容。

我国的普通高等教育在“十五”期间得到了快速的发展。

进入“十一五”以后，高等教育在专业建设、课程建设、教材建设等方面已是硕果累累，高水平的应用成果使人才培养模式和教育教学方法上升到了一个全新的水平。

其间我们在研究商务实践的新发展和高等职业教育的新理论、新成果的基础上，对普通高等教育“十五”国家级规划教材《商务谈判》一书进行了修订，在理论与实践的统一、知识与操作的结合上做了进一步的探索，使教材在知识体系、能力体系、助讲、助学、训练及文字的精准等方面有了进一步的提高。

本书以理论必需够用为度，以突出实用与技能为原则，形成了三个鲜明特点：一是内容体系紧紧以商务谈判为中心，不谈与谈判关联度不高的内容，不搞理论专论，将理论融于实务技能的体系中；二是将商务谈判定位于现代营销系统，将营销理念作为指挥棒，做到既有理论根基，又突出实务运用；三是为了使本书具有较高的可读性，并达到引人入胜、首尾呼应、引发思考和乐于实践的目的，提高读者学习与训练的积极性和自觉性，每章都结合谈判实例提出了供读者思考的问题，最后是思考与训练。

本书由刘文广、张晓明主编，庞如春、于全厚参与编写。

全稿由著名市场学家吴健安教授阅审，并提出了宝贵意见。

此外，本书还为教师配送电子教案，提供思考与训练的全部答案。

在本书修订过程中，得到了各方面的大力支持。

编者与中国人民大学博士生导师郭国庆教授就教材中的学术问题进行了多次交流；高等教育出版社有关编辑对本书的编写提出了很多有价值的意见。

## <<商务谈判>>

### 内容概要

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材修订版。

本书以谈判过程为线索，结合各类商务谈判要素，设置了十章内容：导论、商务谈判计划与管理、商务谈判的原则与要领、谈判中常犯错误及常见问题的处理、谈判开局与实质磋商、实质磋商阶段的谈判策略、协调过程中的谈判技巧、价格谈判、商务谈判的结束以及国际商谈判。

本书适用于普通高等院校（高职高专、应用型本科）、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院经管类专业及其他相关专的教学，也可供五年制高职学生使用，并可作为社会从业人士的参考读物。

<<商务谈判>>

作者简介

刘文广教授，生于1960年12月，吉林省经济管理干部学院教务长，教育部教学指导委员会成员，中国高等院校市场学研究会副会长，教育部优秀教材评审委员会高职高专组组长（1992），吉林省哲学社会科学专家委员会成员，吉林省国际经济贸易学会常务理事，吉林省首批中青年骨干教师

## &lt;&lt;商务谈判&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 导论 本章导读 第一节 营销时代的商务谈判 第二节 为什么要进行商务谈判 第三节 经济环境中的谈判者 第四节 商务谈判的道德规范 本章小结 思考与训练第二章 商务谈判计划与管理 本章导读 第一节 商务谈判计划的制定 第二节 谈判战略 第三节 商务谈判的结构设计 第四节 对商务谈判人员的管理 本章小结 思考与训练第三章 商务谈判的原则与要领 本章导读 第一节 立场与利益 第二节 个人与问题 第三节 意愿与客观标准 第四节 谈判的其他原则 第五节 商务谈判的基本要领 本章小结 思考与训练第四章 谈判中常犯的错误及常见问题的处理 本章导读 第一节 非理性的不利选择 第二节 谈判中常规问题的处理 本章小结 思考与训练第五章 谈判开局与实质磋商 本章导读 第一节 谈判的开局 第二节 建立谈判气氛 第三节 激发欲望 第四节 实质磋商 本章小结 思考与训练第六章 实质磋商阶段的谈判策略 本章导读 第一节 影响与调动对方 第二节 排除障碍 第三节 压力的施加与解除 第四节 实施让步” 第五节 取得进展 第六节 个性针对策略 第七节 正确对待竞争者 本章小结 思考与训练第七章 协调过程中的谈判技巧 本章导读 第一节 讲话技巧 第二节 提问与回答技术。 第三节 说服技巧 第四节 怨言和反对意见的处理方法 第五节 电话洽谈技巧 本章小结 思考与训练第八章 价格谈判 本章导读 第一节 价格谈判的哲学 第二节 报价 第三节 还价 .....第九章 商务谈判的结束第十章 国际商务谈判参考文献作者简介

## &lt;&lt;商务谈判&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：五、克服传统的定价方式许多企业已经养成了传统的定价习惯，这些习惯做法对商务活动是一种束缚。

从商品和项目经营的角度来说，固定不变的价目表确实不是一种唯一可行的定价方法，尽管它对卖方的管理与销售很方便，但买方却不会情愿接受。

交易各方讨论价格问题几乎是不可避免的，选择性定价或提供额外优惠的方式已是很普遍的现象。

离开谈判，讨价还价就无法实现。

六、建立特许经销制度对于许多公司来说，资金上的限制往往使他们无法建立大量零售点，而特许经销是一种能避免负担大量销售费用的一种销售制度。

“特许”是允许购买者根据专门的项目和条件，用一种品牌来经销一种特殊的产品和服务。

为了扩张和发展而出卖。

“特许”的企业，一般要为购买特许的一方提供一些必要的服务，主要是技术、品牌和经营模式等。

购买者负责选择和购买地皮、兴建房屋和筹措资金等。

特许的风险性很小，如果“特许”不能获得成功，特许人可以在规定的时期终止协议。

上述条件均需经谈判予以确定，而且要进行充分的调查研究，如“特许”时机、条件许诺能否兑现和法律支持等。

七、开展国际商务经济全球化是不可逆转的现实和方向，任何一个国家都不可能将自己封闭起来，不相往来的经济是无法发展的。

国际贸易、经营及合作不管是通过什么策略和手段来实现，最终都将通过谈判解决问题。

由于语言不通、法律及风俗习惯不同、贸易障碍、沟通接洽不便、货币与度量制度不同、商业习惯复杂、海关及汇兑复杂、运输困难、保险和索赔技术不易把握以及信用、汇兑、运输、价格、政治和商业风险极大等原因，国际商务谈判的复杂和困难程度都远远大于国内谈判。

尽管经过几个世纪的发展，国际社会为使贸易交流方便而形成了多种简便的交易术语，但终究不能将谈判省略掉。

它或者通过面谈，或者通过书信、函电或电子网络沟通而展开磋商，以实现各自的经济目的。

<<商务谈判>>

编辑推荐

《商务谈判(第2版)》是普通高等教育“十五”国家级规划教材(修订版)之一。

<<商务谈判>>

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>