第一图书网, tushu007.com

<<国际商务沟通与谈判>>

图书基本信息

书名：<<国际商务沟通与谈判>>

13位ISBN编号：9787113138202

10位ISBN编号：7113138209

出版时间：2012-1

出版时间：李炎炎 中国铁道出版社 (2012-01出版)

作者：李炎炎 编

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

<<国际商务沟通与谈判>>

书籍目录

前言 项目1 商务谈判的基础知识 学习情境1商务谈判的内涵 任务1.1掌握商务谈判的概念 任务1.2了解商务谈判的作用 学习情境2商务谈判的类型和内容 任务2.1了解商务谈判的类型 任务2.2熟悉商务谈判的内容 学习情境3掌握商务谈判的原则和特征 任务3.1掌握商务谈判的原则 任务3.2商务谈判的特征 项目2商务谈判中的礼仪 学习情境4礼仪在商务谈判中的作用 任务4.1了解礼仪的基本含义 任务4.2认识商务礼仪的概念及在商务谈判中的作用 学习情境5商务谈判中的基本礼仪 任务5.1掌握商务活动中的基本礼仪和礼节 任务5.2学习商务谈判中的涉外礼仪 学习情境6商务礼仪的应用 任务6.1商务礼仪应用规则 任务6.2商务礼仪在谈判各阶段中的应用 项目3商务谈判中的沟通 学习情境7有声语言的沟通 任务7.1有声语言的含义及种类 任务7.2商务谈判中有声语言的技巧及其作用 任务7.3谈判语言运用的原则 学习情境8无声语言的沟通 任务8.1无声语言的意义 任务8.2无声语言的种类 学习情境9书面语言的沟通 任务9.1书面语言沟通的含义与作用 任务9.2书面语言的应用 学习情境10商务谈判中需注意的语言问题 任务10.1商务谈判中常见的语言问题 任务10.2识别商务谈判中的谎言 项目4商务谈判队伍的组织和管理 学习情境11谈判人员的选择 任务11.1谈判小组的构建 任务11.2谈判人员的选择 任务11.3谈判人员应具备的素质与能力 学习情境12谈判团队的组织和管理 任务12.1谈判小组的负责人 任务12.2谈判人员的分工与相互支持 任务12.3对谈判的管理和控制 项目5商务谈判的准备工作 学习情境13谈判前的准备 任务13.1商务谈判背景调查 任务13.2确定谈判目标 任务13.3组织谈判人员 任务13.4选择谈判方式 任务13.5选定谈判地点与时间 任务13.6确定谈判的策略与技巧 任务13.7模拟谈判 学习情境14谈判计划书的制定 任务14.1制定详细计划，充分做好准备工作 任务14.2商务谈判计划书的基本格式 项目6商务谈判的开局 学习情境15开局策略的选择 任务15.1了解商务谈判的开局 任务15.2掌握商务谈判的开局策略 学习情境16开局气氛的营造 任务16.1掌握谈判气氛的类型、特性以及谈判风格 任务16.2掌握建立谈判的气氛 项目7商务谈判报价 学习情境17报价的策略选择 任务17.1掌握谈判双方对价格的不同认识及影响价格的因素 任务17.2掌握报价的策略 学习情境18价格解释策略的应用 任务18.1了解价格解释 任务18.2掌握价格解释的策略 学习情境19价格评论策略的应用 任务19.1了解价格评论 任务19.2掌握价格评论的策略 项目8商务谈判磋商 学习情境20讨价策略的选择和应用 任务20.1讨价前的准备 任务20.2讨价的策略 学习情境21还价策略的选择和应用 任务21.1还价的注意事项和方式 任务21.2还价的策略 学习情境22磋商过程中威胁和僵局的缓解和应对策略 任务22.1谈判僵局产生的原因 任务22.2打破谈判僵局的策略和技巧 项目9商务谈判让步阶段 学习情境23 向对方让步的原则与策略 任务23.1商务谈判中向对方让步的原则 任务23.2向对方让步的策略 学习情境24迫使对方让步的原则与策略 任务24.1迫使对方让步的原则 任务24.2迫使对方让步的策略 学习情境25阻止对方进攻的策略 任务25.1限制性策略 任务25.2以攻对攻策略 项目10商务谈判结束阶段 学习情境26促成签约的策略 任务26.1商务谈判结束的方式 任务26.2商务谈判促成签约的策略 学习情境27谈判的收尾工作 任务27.1商务谈判收尾阶段的判定 任务27.2收尾阶段签订协议的注意事项 项目11 约束商务谈判的各种因素 学习情境28法律因素对商务谈判的约束 任务28.1商务谈判中的法律原则 任务28.2商务谈判中的法律约束 学习情境29文化因素对商务谈判的约束 任务29.1文化差异与商务谈判 任务29.2文化差异对商务谈判的影响及对待策略 学习情境30政治因素对商务谈判的约束 任务30.1政治因素对国际商务谈判的影响 任务30.2政治因素的内容 附录A商务合同范本 参考文献

章节摘录

版权页： 插图： 3.清楚角色转换，所言不可错位 现实生活中，每个人都是在多层次的关系网中生活，而且，随着人际交往的场合的不同，交流对象的不同，一个人可能担任多种角色，是多维的。
拿一个有家室的人员来说，他在儿子面前是爸爸，在爸爸面前是儿子，在工作单位可能是领导，也可能是领导的下属。
这就要求多维角色的人员不仅要有角色意识，而且要随时随地注意角色的转换，调整好自己的心态，所言不可角色错位。
6.1.2双向沟通 沟通按照是否进行反馈，可分为单向沟通和双向沟通。
双向沟通中，发送者和接受者两者之间的位置不断交换，且发送者是以协商和讨论的姿态面对接受者，信息发出以后还需及时听取反馈意见，必要时双方可进行多次重复商谈，直到双方共同明确和满意为止，如交谈、协商等。
6.1.3首轮效应 首轮效应，又称首因效应，是指一个人或一个单位留给他人的客观印象是如何形成的问题。
换而言之，它是一种有关个人形象、单位形象的成因及其塑造的理论。
首轮效应的关键在于：人们在日常生活中初次接触某人、某物、某事时所产生的第一印象，通常会在对该人、该物、该事的认知方面发挥明显的、甚至是举足轻重的作用。
对于人际交往而言，这种认知往往直接制约着交往双方的关系。
在商务谈判中，首轮效应通常表现在以下几方面：（1）仪容。
一个人如果仪容整洁、神采奕奕、相貌端庄，就会给人以好感。
而他如果蓬头垢面、无精打采、外形丑陋的话，自然便难以为他人所欣赏。
（2）仪态。
包括人们的举止与表情。
在同样的情况下，人们的身体语言所传递的信息，较之于口头语言和书面语言，通常会更真实、更准确。
（3）服饰。
在现实生活里，一个人的服饰，不仅仅是其遮羞御寒之物，而且体现着一个人的素质修养、生活阅历和审美品位。
（4）语言。
在人际交往中，语言是最重要的一种交际工具。
利用语言，除了可以传递信息之外，亦可向交往对象表现出自己对其尊重与否。
所以对于商务谈判人员来说，重要的不是会不会说话，而是如何才能把话说好。
（5）应酬。
不论是在工作中，还是在私人交往中，人们都免不了要接触其他人，并且与对方进行一定程度的交际应酬。
应酬之时的态度表现，往往会留给交往对象以极其深刻的印象。
6.1.4亲和效应 亲和效应是指人们在交际应酬里，往往会因为彼此间存在着某种共同之处或近似之处，从而感到相互之间更加容易接近。
而这种相互接近，则通常又会使交往对象之间萌生亲切感，并且更加相互接近，相互体谅。
交往对象由接近而亲密、由亲密而进一步接近的这种相互作用，有时被人们称为亲和力。
人们在人际交往中往往存在一种倾向，即对于自己较为亲近的对象，会更加乐于接近。
这里的“较为亲近的对象”，往往是指那些与自己存在某些共同之处的人。
这种共同之处，可以是血缘、姻缘、地缘、学缘或者业缘关系，可以是志向、兴趣、爱好、利益，也可以是彼此共处于同一团体或同一组织。
因此，谈判人员为了使自己的热情获得对方的正面评价，有必要在交往或服务过程中积极创造条件，努力形成双方的共同点，从而使双方都处于“自己人”的情境中。
任务6.2商务礼仪在谈判各阶段中的应用 6.2.1商务礼仪在谈判准备阶段中的应用 商务谈判之前首先要

第一图书网, tushu007.com

确定谈判人员，与对方谈判代表的身份、职务要相当。
谈判代表要有良好的综合素质，谈判前应整理好自己的仪容仪表，穿着要整洁正式、庄重。
男士应刮净胡须，穿西服必须打领带。
女士穿着不宜太性感，不宜穿细高跟鞋，应化淡妆。
布置好谈判会场，采用长方形或椭圆形的谈判桌，门右手座位或对面座位为尊，应让给客方。
谈判前应对谈判主题、内容、议程做好充分准备，制订好计划、目标及谈判策略。

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

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