

<<商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判>>

13位ISBN编号：9787565404061

10位ISBN编号：7565404063

出版时间：2011-7

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：彭庆武 编

页数：218

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>

<<商务谈判>>

内容概要

《商务谈判(第2版)》在第一版的基础上,广泛听取了读者的宝贵意见,根据商务谈判自身的特点和规律,更加系统地介绍了商务谈判的基本理论、技巧和策略,并根据谈判的具体进程,深入详尽地向读者展示了成功谈判的谋略和其中蕴含的文化、历史及社会等方面的内在动因。同时,本书增加了对最新经典案例的详述与剖析,揭示了商务谈判的内在逻辑,为读者提供了商务谈判的真实场景,从而更加突出地体现了本书融科学性、知识性、操作性、实战性为一体的特点。

本书仍由武汉职业技术学院商学院商务谈判教学资深教师彭庆武老师主持编写。

<<商务谈判>>

书籍目录

- 第1章 谈判与商务谈判
 - 1.1 谈判概述
 - 1.2 商务谈判的概念和特点
 - 1.3 商务谈判的类型
- 第2章 商务谈判环境分析
 - 2.1 商务谈判环境分析概述
 - 2.2 宏观环境分析
 - 2.3 谈判对手分析
 - 2.4 企业自身情况分析
- 第3章 商务谈判策划
 - 3.1 商务谈判的理论基础
 - 3.2 商务谈判的形式
 - 3.3 商务谈判的内容
 - 3.4 商务谈判方案
- 第4章 商务谈判的沟通
 - 4.1 商务谈判的沟通基础
 - 4.2 商务谈判沟通中语言的运用
 - 4.3 商务谈判中的沟通技巧
- 第5章 商务谈判的程序
 - 5.1 商务谈判的准备阶段
 - 5.2 商务谈判的开局阶段
 - 5.3 商务谈判的报价阶段
 - 5.4 商务谈判的磋商阶段
 - 5.5 商务谈判的交易达成阶段
- 第6章 商务谈判的策略
 - 6.1 报价策略
 - 6.2 让步策略
 - 6.3 拖延策略
 - 6.4 拒绝策略
 - 6.5 最后通牒策略
 - 6.6 签约策略
- 第7章 商务谈判的技巧
 - 7.1 语言技巧
 - 7.2 开局的技巧
 - 7.3 讨价还价的技巧
 - 7.4 处理僵局的技巧
- 第8章 商务谈判的组织与管理
 - 8.1 商务谈判人员的组成
 - 8.2 商务谈判的团队合作
 - 8.3 商务谈判的控制
- 第9章 商务谈判礼仪
 - 9.1 商务谈判礼仪概述
 - 9.2 不同阶段的商务谈判礼仪
 - 9.3 其他的商务谈判礼仪
- 第10章 网络谈判

<<商务谈判>>

10.1 网络谈判的概念与特征

10.2 网络谈判的策划

10.3 网络谈判的签约

主要参考文献

<<商务谈判>>

章节摘录

版权页：插图：商务谈判是伴随交换和买卖行为而产生的一种现象，但这并不意味着一切的交易和买卖行为都必须由谈判来实现。

比如，在超市里购物，产品的价格是标定的，在这个既定的价格面前，顾客所需做的只是决定买和不买，而无需和超市谈判修改价格。

而有的交换和买卖行为中，交换条件是不固定的，那么交换条件——价格水平、付款方式和交割期限等就必须通过双方谈判固定下来。

所以，商务谈判是为固定交换条件而服务的。

而在这个过程中，谈判双方在利益上既互相依存，又相互对立，这就是商务谈判的实质所在。

举个例子来说明。

某制造商与某零售商进行一项在销售淡季经销电器的谈判。

零售商的目的是通过淡季购买，享受价格上的优惠，提高产品的价格竞争能力。

而制造商则希望通过淡季销售回笼资金。

对零售商而言，要想获得价格上的优惠，就必须在销售淡季向制造商购买商品。

而制造商如果不在价格上提供优惠，零售商就不会购买他的产品，那么他也达不到资金回笼的目的。

在这种情况下，双方利益的实现和需要的满足都依赖于对方，只有满足了对方的需要才能满足己方的需要。

这就是双方在利益上相互依存的一面。

但另一方面，双方在利益上又相互对立。

这是因为零售商希望以尽可能低的价格购进，并且在价格以外的其他方面获得好处。

而制造商则希望以较高的价格销售产品，以便尽可能地获得利润。

在谈判中，任何一方获利的大小，又必然会直接影响到另一方的利益的满足。

<<商务谈判>>

编辑推荐

<<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>