

<<商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判>>

13位ISBN编号：9787565404368

10位ISBN编号：7565404365

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：樊建廷 等编著

页数：312

字数：481000

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3版）》全面地阐述了：商务谈判的理论、策略与方法，理论阐述前沿，框架结构新颖，内容全面，语言平实，案例丰富，可读性、实用性强。本书是市场营销、国际贸易、工商管理及其他经济管理类专业学生、MBA市场营销研究方向学生、营销部经理、商务部经理、企业管理人士及对商务谈判有兴趣的有识之士的理想读物，也是广大工商界人士、企业营销人员、业务人员和中高层管理人员的学习蓝本和操练要典。

<<商务谈判>>

书籍目录

第一编 商务谈判原理

第1章 导论

学习目标

1.1 谈判的定义和动因

1.2 谈判的要素和类型

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第2章 商务谈判概述

学习目标

2.1 商务谈判的概念、特征与职能

2.2 商务谈判的程序与模式

2.3 商务谈判的原则与成败标准

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第3章 商务谈判的内容

学习目标

3.1 货物买卖谈判

3.2 技术贸易谈判

3.3 工程承包、租赁、合资、合作谈判

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第4章 商务谈判中的思维、心理和伦理

学习目标

4.1 商务谈判中的思维

4.2 商务谈判中的心理

4.3 商务谈判中的伦理

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第二编 商务谈判实务

第5章 商务谈判准备

学习目标

5.1 商务谈判背景调查

5.2 商务谈判的组织准备

5.3 商务谈判计划的制订

本章小结

主要概念和观念

基本训练

<<商务谈判>>

主要参考书目

第6章 商务谈判过程

学习目标

6.1 商务谈判开局阶段

6.2 商务谈判磋商阶段

6.3 商务谈判结束阶段

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第7章 商务谈判中的价格谈判

学习目标

7.1 报价的依据和策略

7.2 价格解评

7.3 价格磋商

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第三编 商务谈判艺术

参考文献

<<商务谈判>>

章节摘录

版权页：插图：（2）对己方的不利因素 由于身在公司所在地，不易与公司工作脱钩，经常会由于公司事务需要解决而干扰谈判人员，分散谈判人员的注意力。

由于离高层领导近，联系方便，会产生依赖心理，一些问题不能自主决断而频繁地请示领导，也会造成失误和被动。

己方作为东道主要负责安排谈判会场以及谈判中的各种事宜，要负责对客方人员的接待工作，安排宴请、游览等活动，所以己方负担比较重。

2) 在对方地点谈判（1）对己方的有利因素 己方谈判人员远离家乡，可以全身心投入谈判，避免主场谈判时来自工作单位和家庭事务等方面的干扰。

在高层领导规定的范围，更有利于发挥谈判人员的主观能动性，减少谈判人员的依赖性和频繁地请示领导。

可以实地考察一下对方公司的产品情况，获取直接信息资料。

己方省却了作为东道主所必须承担的招待宾客、布置场所、安排活动等项事务。

（2）对己方的不利因素 由于与公司本部相距遥远，某些信息的传递、资料的获取比较困难，某些重要问题也不易及时磋商。

谈判人员对当地环境、气候、风俗、饮食等方面会出现不适应，再加上旅途劳累、时差不适应等因素，会使谈判人员身体状况受到不利影响。

在谈判场所的安排、谈判日程的安排等方面处于被动地位，己方也要防止对方过多安排旅游景点等活动而消磨谈判人员的精力和时间。

3) 在双方地点之外的第三地谈判（1）对双方的有利因素 由于在双方所在地之外的地点谈判，对双方来讲是平等的，不存在偏向，双方均无东道主优势，也无作客他乡的劣势，策略运用的条件相当。

（2）对双方的不利因素 双方首先要为谈判地点的确定而谈判，地点的确定要使双方都满意也不是一件容易的事，在这方面要花费不少时间和精力。

第三地点谈判通常被相互关系不融洽、信任程度不高的谈判双方所选用。

4) 在双方所在地交叉谈判 有些多轮谈判可以采用在双方所在地轮流交叉谈判的办法。这样的好处是对双方都是公平的，也可以各自考察对方实际情况，各自都担当东道主和客人的角色，对增进双方相互了解，融洽感情是有好处的。

<<商务谈判>>

编辑推荐

《高等院校本科市场营销专业教材新系:商务谈判(第3版)》是市场营销、国际贸易、工商管理及其他经济管理类专业学生、MBA市场营销研究方向学生、营销部经理、商务部经理、企业管理人士及对商务谈判有兴趣的有识之士的理想读物,也是广大工商界人士、企业营销人员、业务人员和中高层管理人员的学习蓝本和操练要典。

<<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>