

<<商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判>>

13位ISBN编号：9787811068795

10位ISBN编号：7811068796

出版时间：2008-8

出版时间：郑州大学出版社

作者：陈爱国 编

页数：267

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

面对我国经济政策、市场状况、企业经营环境以及在校大中专学生结构的变化，一场漫卷全国的经济管理类专业技术教育课程改革浪潮正在涌动，为新时期中国教育改革与发展带来了生机，为中华民族重新崛起注入了活力。

课程改革和教材的完善是全球性趋势，从某种意义上讲，学校教育功能主要是通过课程体系和教材规范来实现的，因此，对任何国家或地区来说，课程改革都不是简单、局部、操作层面的问题，而是从教育思想、教育内容、教育方法、教育技术到教育评价的一系列变革，其核心是贯穿于一系列变革之中的教育理念变革和教材体系的完善。

我国正在进行的高职高专教学课程改革是全面推进专业技术教育和素质教育的一项浩大工程，这一工程试图通过课程体系变革，教材体系改进，课堂教学结构、模式和方法的变革来实现，是集基础性、多样性和选择性于一体，统一促进全体学生和谐发展的重大改革。

因此对教材编写要求高质量、多样性，要充分运用信息技术和信息资源开发，调动广大教师的积极主动性和资源潜能，建构适应高职高专层面学生学习和教师讲授特点的教材体系。

郑州大学出版社组织了本套教材的编写出版工作，明确提出作者在编写过程中要贯彻以科学发展观为指导、以课程改革为依据、以读者为中心、以创新为导向的原则。

不仅如此，在教材作者的遴选方面，要求也十分严格，主要编写人员应有副高以上职称，要有多年的教学经验，最好还要有实践经验。

教材用语也力求准确、简明、易懂。

## <<商务谈判>>

### 内容概要

本书系统深入地阐述了商务谈判的理论、策略和方法，对商务谈判的基本知识、商务谈判前的准备、商务谈判的开局、商务谈判的报价、商务谈判的议价、商务谈判的僵局及让步、商务谈判的结束、商务谈判的风险规避、商务谈判的沟通技巧、商务谈判的礼仪礼节与禁忌，以及国际商务谈判的相关内容进行了全面介绍，并结合每章内容，给出了实例练习和案例分析，以提高读者谈判的实际技能。

本书的主要特点是系统、务实、简明。

全书从实践出发，以必要的商务谈判理论为依据，以培养商务谈判的实际技能为重点，借鉴了大量的文献和资料，力求系统务实；同时，本书在内容取舍及章节安排上，力求简明扼要。

本书可作为高职高专经济管理类专业教材，亦可供商务人士学习参考。

## &lt;&lt;商务谈判&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 商务谈判概论 第一节 商务谈判的概念、特征及类型 一、商务谈判的概念 二、商务谈判的构成要素 三、商务谈判的特征 四、商务谈判的类型 第二节 商务谈判的基本形态及原则 一、商务谈判的基本形态 二、商务谈判的原则 第三节 商务谈判的评价标准与成功模式 一、商务谈判的评价标准 二、商务谈判的基本模式 三、成功的谈判模式 第四节 商务谈判的阶段与方式 一、商务谈判的阶段 二、商务谈判的方式 第二章 谈判学理论简介 第一节 谈判需要理论 一、马斯洛的需要层次理论 二、谈判需要理论 第二节 谈判“三方针”理论 一、谋求一致 二、皆大欢喜 三、以战取胜 第三节 哈佛谈判理论 一、原则式谈判 二、哈佛谈判理论观点 第四节 博弈论与谈判 一、博弈论 二、以博弈论解释谈判 三、在博弈论基础上建立谈判程序 第五节 公平理论与谈判 一、亚当斯的公平理论 二、“公平”的判定标准 第三章 商务谈判前的准备 第一节 商务谈判背景调查 一、商务谈判背景调查的内容 二、商务谈判背景调查的手段 第二节 商务谈判组织准备 一、商务谈判人员的选择 二、商务谈判组织的构成 第三节 商务谈判计划制订 一、制订商务谈判计划的必要性 二、商务谈判计划的内容 第四节 商务谈判管理 一、谈判现场的布置与安排 二、谈判活动的管理 第四章 商务谈判的开局 第一节 商务谈判开局概述 一、谈判开局阶段的作用与任务 二、谈判开局的方式与原则 三、营造良好开局气氛 四、开局阶段的注意事项 第二节 商务谈判开局策略 一、谈判开局策略 二、开局策略选择因素 三、开局策略选择要求 第三节 谈判开局技巧 一、以逸待劳法 二、盛情款待法 三、先声夺人法 四、以静制动法 第五章 商务谈判的报价 第一节 商务谈判价格概述 一、影响价格的因素 二、价格谈判中的价格关系 三、价格“昂贵”的确切含义 四、价格谈判中应注意的问题 第二节 报价的策略和技巧 一、报价的基础和原则 二、报价的方式 三、报价的策略与技巧 四、对待对方报价的策略 第三节 价格解评 一、价格解释 二、价格评论 第六章 商务谈判的议价 第一节 讨价策略 一、讨价的含义 二、讨价的作用 三、讨价策略 四、讨价技巧 第二节 还价策略 一、还价的含义 二、还价策略 三、还价技巧 第三节 拒绝的技巧 一、确定谈判中应拒绝的问题 二、拒绝的方式 三、应对拒绝的技巧 第七章 商务谈判的僵局及让步 第一节 商务谈判的僵局 一、商务谈判僵局及其产生原因 二、商务谈判僵局的种类 三、商务谈判僵局处理原则 四、商务谈判僵局的利用 五、打破谈判僵局的策略 第二节 商务谈判的让步 一、商务谈判常见的让步方式 二、商务谈判主要的让步策略 三、迫使对方让步的策略 第八章 商务谈判的结束 第一节 商务谈判结束的方式 一、商务谈判结束的判定标准 二、商务谈判结束的方式 第二节 有效结束谈判的策略 一、商务谈判结果 二、促进交易达成的条件 三、有效结束谈判的策略 第三节 结束谈判的技术准备和谈判后管理 一、全面检查交易条件 二、确保交易条款准确无误 三、谈判后管理 第九章 商务风险的规避 第一节 商务活动风险分析 一、风险的概念与特征 二、商务活动非人员风险分析 三、商务活动人员风险分析 第二节 商务风险的预测与控制 一、商务风险的识别 二、商务风险的预测与控制 第三节 规避商务风险的措施与策略 一、规避商务风险的措施 二、规避商务风险的策略 第十章 商务谈判沟通技巧 第一节 商务谈判语言沟通技巧 一、商务谈判语言的类型 二、商务谈判语言沟通技巧 第二节 商务谈判行为语言沟通技巧 一、商务谈判行为语言的作用 二、商务谈判行为语言的观察与运用 第三节 商务谈判文字处理技巧 一、商务谈判文字处理的特征和原则 二、商务谈判文字处理技巧 第四节 示范与电话沟通技巧 一、示范技巧 二、电话沟通技巧 第十一章 商务谈判礼仪、礼节与禁忌 第一节 商务谈判礼仪 一、迎送礼仪 二、会见礼仪 三、会谈礼仪 四、宴请礼仪 五、签约礼仪 六、其他礼仪 第二节 商务谈判礼节 一、日常交往礼节 二、交谈礼节 三、电话联系礼节 四、服饰礼节 五、出席活动礼节 六、其他礼节 第三节 不同谈判对手的禁忌 一、与不同类型对手谈判的禁忌 二、欧美国家日常交往禁忌 三、亚洲大洋洲国家日常交往禁忌 四、其他地区和地区日常交往禁忌 第十二章 国际商务谈判 第一节 国际商务谈判概述 一、国际商务谈判的内涵与意义 二、国际商务谈判的特征与要求 第二节 不同国家商务谈判风格比较 一、商务谈判风格的特点和作用 二、欧美商人的谈判风格 三、亚洲商人的谈判风格 四、其他地区和地区商人的谈判风格

## &lt;&lt;商务谈判&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：（二）谈判客体谈判的客体是指谈判的标的和议题。

它有资金方面的，如价格和付款方式等；有技术合作方面的，主要是技术标准方面的问题；有商品方面的，如商品的品质、数量、仓储、装运、保险和检验等。

总之，涉及到交易双方利益的一切问题，都可以成为谈判的议题。

在一定的社会环境中，谈判的议题受到诸如法律、政策、道德等内容的制约。

因此，谈判内容是否符合有关规定，是决定谈判成功与否的关键。

（三）谈判目的谈判目的是构成谈判活动不可或缺的因素。

只有谈判主体和客体，而没有谈判目的，就不能构成真正的谈判活动。

正因为谈判各方鲜明的目的性，才使得谈判活动具有较强的冲突性和竞争性，而闲谈则不涉及各方的利害关系，也不会导致双方的对立和竞争。

（四）谈判行为谈判的行为主要指谈判的行为主体围绕谈判事项进行信息交流和观点磋商，有谈判的主体、客体和目的。

如果没有谈判的行为，则只是谈判的构想，而不是谈判的现实。

如果说谈判主体是指谈判“谁来谈”，谈判客体指谈判“谈什么”，那么谈判行为则是指谈判中“怎么谈”。

其内容包括谈判各方的信息交流，评判谈判胜负标准，谈判策略、方式、方法和技巧等。

（五）谈判环境谈判活动都是在特定的环境下进行的，受到环境的具体制约，脱离具体的环境去谈论谈判是没有意义的。

这种环境既包括了外部的大环境，如政治、经济、文化、市场、竞争等，亦包括了谈判的小环境，如时间、地点、场所、交往空间等。

（六）谈判结果一项完整的谈判活动必须有谈判结果。

无论谈判成功与否，都需要有相应的结果。

没有结果，则意味着谈判活动还没有结束。

有些谈判日广日持久或相持不下，但只要没有明确的谈判结果，谈判就有继续的可能。

谈判活动不了了之，只能成为“不完整的谈判”，应尽力避免。

<<商务谈判>>

编辑推荐

《商务谈判》：高等职业教育经济管理类“十一五”规划教材·市场营销系列

<<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>