

<<商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判>>

13位ISBN编号：9787113134372

10位ISBN编号：7113134378

出版时间：2011-7

出版时间：田玉来 中国铁道出版社 (2011-07出版)

作者：田玉来

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>

<<商务谈判>>

内容概要

《面向“十二五”高等院校应用型人才培养规划教材：商务谈判》理论精练，突出商务谈判实务，注重学生的操作能力和实践能力的培养。

《面向“十二五”高等院校应用型人才培养规划教材：商务谈判》分为4篇，共11章。

第1篇是商务谈判基础，包括商务谈判概述、商务谈判理论和商务谈判心理等内容；第2篇是商务谈判实务。

包括商务谈判准备、商务谈判过程和商务谈判合同等内容；第3篇是商务谈判艺术，包括商务谈判语言沟通、商务谈判主要技巧和商务谈判主要策略等内容；第4篇是商务谈判礼仪与风格。

包括商务谈判礼仪和商务谈判风格等内容。

<<商务谈判>>

作者简介

田玉来，齐齐哈尔大学教师。

硕士研究生毕业。

具有十几年的大型企业工作经验；具有系统的企业经营管理理论和较强的营销实战经验。

长期讲授市场营销专业相关课程，主要讲授“商务谈判”、“管理学”、“销售管理”和“推销技术”等课程；近年来发表学术论文10余篇，主编教材4部。

<<商务谈判>>

书籍目录

前言 第1篇商务谈判基础 第1章商务谈判概述 1.1谈判的含义与特点 1.2谈判的要素与主要类型 1.3商务谈判的特征与原则 1.4商务谈判的程序和模式 1.5商务谈判的功能和评价标准 第2章商务谈判理论 2.1西方主要商务谈判理论 2.2其他理论在商务谈判中的应用 第3章商务谈判心理 3.1商务谈判中的个性心理 3.2商务谈判者的心理状态 第2篇商务谈判实务 第4章商务谈判准备 4.1商务谈判的背景调查 4.2商务谈判的组织准备 4.3商务谈判的时空准备 4.4商务谈判方案的制订 4.5模拟谈判 第5章商务谈判过程 5.1开局阶段 5.2报价阶段 5.3磋商阶段 5.4终结阶段 第6章商务谈判合同 6.1商务合同的形式和内容 6.2商务合同的拟订和撰写 6.3商务合同的履行和变更 6.4商务合同陷阱 第3篇商务谈判艺术 第7章商务谈判语言沟通 7.1商务谈判语言概述 7.2商务谈判中有声语言的运用 7.3商务谈判中行为语言的运用 7.4商务谈判交往空间 第8章商务谈判主要技巧 8.1排除障碍技巧 8.2处理僵局技巧 8.3价格谈判技巧 8.4谈判成交技巧 第9章商务谈判主要策略 9.1商务谈判策略概述 9.2常见的商务谈判策略 第4篇商务谈判礼仪与风格 第10章商务谈判礼仪 10.1会面礼仪 10.2商务谈判过程礼仪 10.3宴请礼仪 10.4馈赠礼仪和受礼礼仪 10.5公共礼仪 第11章商务谈判风格 11.1谈判风格概述 11.2部分国家商人的谈判风格 参考文献

<<商务谈判>>

章节摘录

版权页：插图：1.谈判的前提 谈判的前提是谈判各方都有需要，都想从谈判中得到某种东西。

2.谈判的层次划分 尼尔伦伯格将谈判划分为三个层次：个人与个人（P-P）之间的谈判；组织与组织（O-O）之间的谈判；国家与国家（G-G）之间的谈判。

在任何一种非个人的谈判中，都有两种需要在同时起着作用：一个是组织（国家）的需要，另一个是谈判者的需要。

谈判者应努力通过一定的方式和方法，去发现和诱导对立谈判方的需要，进而影响他的立场、观点和看法，以使谈判向有利于实现我方目的的方向发展。

3.谈判的六种基本方法 尼尔伦伯格在谈判的三个层次的基础上，按照对谈判控制的难易程度划分为六种方法。

（1）谈判者顺从对方的需要。

谈判者在谈判中根据对方的需要，采取相应的策略，主动为对方着想，促使谈判成功。

在这种情况下，谈判者要善于分析、发现对方尚未满足的需要，然后思考采取一个适当的办法使双方满足，促使谈判成功。

米开朗琪罗的雕塑作品《大卫像》举世闻名，是他花费了三年的心血，用一块完整的大理石制作的5.3米高的男性裸体雕像。

大卫左手拿着浴巾，右手握着肥皂，注视着前方。

全身健壮有力的肌肉，象征着勇士战斗前的勇气和力量；炯炯有神的眼睛，闪烁着克敌制胜的决心。

这尊雕像是意大利的“鲜花之城”佛罗伦萨的标志之一。

关于这尊雕像还有一个故事，据说雕像完成之日，罗马市政厅长官对雕像的鼻子不满意，要求艺术家进行修改。

米开朗琪罗答应了长官的要求，爬到雕像的头部，随后石头屑纷纷落下，市政厅长官终于点头认可，而事实上，米开朗琪罗爬上去的时候，手里就握了一把碎屑，他在上面只是作出雕琢的动作，却丝毫没有碰到雕像的鼻子。

（资料来源：黄卫平，国际商务谈判，北京：机械工业出版社，2008）（2）谈判者使对方顺从自己的需要。

谈判者在谈判中使用各种策略说服对方满足自己的需要，所有的谈判活动都是从满足自身需要出发，这种方法在谈判中比较常见。

KT公司是一家电视机生产厂家，宏达公司是一家电视机销售商家。

在商务谈判中销售商提出直销、代销和经销三种方案：直销是由厂家直接在商场内设立销售柜台，按月付给商家场地租用费；代销是由商家代为销售，售出一台结算一台；经销是由商家按批发价购进一批电视机自行出售。

宏达公司比较愿意采用代销方式，这样风险较小。

KT公司由于电视机积压较多，资金周转困难，迫切需要一笔运转资金，因此，在谈判中KT公司坚持要求以经销方式批发交易。

KT公司用低价诱惑对方，当宏达公司感到没有把握时，他们主动提出派技术人员协助宣传和推销；当宏达公司提出搬运有困难时，KT公司立即承诺由他们负责搬运到商场。

<<商务谈判>>

编辑推荐

通过对《面向"十二五"高等院校应用型人才培养规划教材:商务谈判》的学习,应使学生全面掌握商务谈判活动的基础知识、基本理论和基本方法,提高学生的商务谈判能力。

具体来讲应达到以下3个目标:一是对人类的谈判活动有一个整体的认识;二是掌握商务谈判的基本概念、基本原理和基本方法,包括国内外谈判理论与实践的最新发展;三是紧密联系实际。

学会分析案例,解决实际问题。

把对理论的学习融入对经济活动实践的研究和认识之中。

切实提高学生分析问题和解决问题的能力。

<<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>