

<<商务谈判实务>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判实务>>

13位ISBN编号：9787115236654

10位ISBN编号：7115236658

出版时间：2011-2

出版时间：人民邮电出版社

作者：陈文汉 编

页数：302

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>

<<商务谈判实务>>

内容概要

全书共分10章，内容包括商务谈判概论、商务谈判的心理、商务谈判中的文化与礼仪、商务谈判准备、商务谈判开局与报价、商务谈判价格磋商与再谈判、商务谈判的终结与合同签订、商务谈判技巧、商务谈判策略、商务谈判的管理。

此外，本书以附录的形式对商务谈判案例分析方法、教学中模拟谈判的运用技巧和模拟谈判比赛的组织进行拓展，极大地丰富了教师课堂教学的内容与形式，教师可根据各校的具体情况进行取舍。

各章均附有综合练习、模拟实训等内容，便于学生巩固与运用所学知识。

本书内容系统、务实、简明，理论基础扎实，可操作性强，可作为高等职业院校市场营销、国际商务、工商管理等专业教材，也可作为广大财经商贸人员、谈判学爱好者学习的参考用书。

<<商务谈判实务>>

书籍目录

- 第1章 商务谈判概论 1.1 商务谈判的内涵与特征 1.1.1 谈判的概念 1.1.2 商务谈判的概念 1.2 商务谈判的形式与类型 1.2.1 商务谈判的形式 1.2.2 商务谈判的类型 1.3 商务谈判的原则与评判标准 1.3.1 商务谈判的原则 1.3.2 商务谈判的评判标准 1.4 商务谈判模式 1.4.1 商务谈判的APRAM模式 1.4.2 商务谈判的“赢-赢”谈判模式 1.4.3 商务谈判的合作谈判模式 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 第2章 商务谈判的心理 2.1 商务谈判心理简述 2.2 商务谈判需要与动机 2.2.1 商务谈判需要 2.2.2 商务谈判动机 2.2.3 商务谈判需要的分析与利用 2.3 商务谈判中的个性利用 2.3.1 气质 2.3.2 性格 2.3.3 能力 2.4 商务谈判心理的运用技巧 2.4.1 如何利用谈判期望心理 2.4.2 正确运用商务谈判的感觉和知觉 2.4.3 商务谈判情绪的调控 2.4.4 商务谈判中心理挫折的防范与应对 2.4.5 正确理解身体语言 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 第3章 商务谈判中的文化与礼仪 3.1 商务谈判中的文化差异 3.1.1 商务谈判与文化 3.1.2 文化差异对谈判的影响 3.1.3 商务谈判中应对文化差异的策略 3.2 不同国家和地区商人的谈判风格 3.2.1 日本商人的谈判风格 3.2.2 美国商人的谈判风格 3.2.3 欧洲商人的谈判风格 3.2.4 阿拉伯商人的谈判风格 3.2.5 中国商人的谈判风格 3.3 商务谈判礼仪 3.3.1 会面礼仪 3.3.2 商务谈判过程礼仪 3.3.3 宴请礼仪 3.3.4 馈赠的礼仪 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 第4章 商务谈判准备 4.1 商务谈判的信息准备 4.1.1 商务谈判信息的概念和作用 4.1.2 商务谈判信息准备的内容 4.1.3 信息资料的收集与整理 4.1.4 信息资料的传递与保密 4.2 商务谈判的组织准备 4.2.1 谈判小组的结构和规模 4.2.2 确定谈判小组负责人和谈判小组成员 4.3 商务谈判方案的制定 4.3.1 商务谈判方案制定的要求 4.3.2 商务谈判方案制定的内容 4.4 商务谈判物质条件的准备 4.4.1 谈判场所的选择 4.4.2 谈判会场的布置 4.4.3 食宿安排 4.5 模拟谈判 4.5.1 模拟谈判的意义 4.5.2 模拟谈判的内容 4.5.3 模拟谈判的方式 4.5.4 模拟谈判的方法 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 第5章 商务谈判开局与报价 5.1 谈判开局的目标——谈判气氛 5.1.1 开局目标的设计 5.1.2 谈判开局的表达 5.1.3 谈判开局的实现 5.2 营造谈判气氛 5.2.1 高调气氛 5.2.2 低调气氛 5.2.3 自然气氛 5.3 报价策略 5.3.1 报价的含义及原则 5.3.2 报价原则 5.3.3 报价顺序与方式 5.3.4 报价的表达方式 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 第6章 商务谈判价格磋商与再谈判 6.1 价格评论与讨价策略 6.1.1 价格评论 6.1.2 讨价定义和作用 6.1.3 讨价的方式与策略 6.1.4 讨价方法 6.2 还价策略 6.2.1 还价前的准备 6.2.2 还价的策略与技巧 6.2.3 还价的方式 6.3 心平气和地讨价还价 6.4 商务谈判小结与再谈判 6.4.1 商务谈判小结 6.4.2 商务谈判的再谈判 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 第7章 商务谈判的终结与合同签订 7.1 商务谈判终结的判断与结束方式 7.1.1 商务谈判终结的判断 7.1.2 商务谈判终结前应注意的问题 7.1.3 商务谈判的可能结果及结束方式 7.2 合同的签订与担保 7.2.1 合同的概念 7.2.2 商务谈判合同的特征 7.2.3 谈判合同的总体构成 7.2.4 谈判合同的主要条款 7.2.5 合同的签约过程 7.2.6 合同担保 7.3 合同的履行与纠纷的处理 7.3.1 合同的履行 7.3.2 合同纠纷的处理 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 第8章 商务谈判技巧 8.1 打破商务谈判僵局的技巧 8.1.1 僵局产生的原因 8.1.2 破解僵局的方法 8.2 对付威胁的技巧 8.2.1 谈判中的威胁 8.2.2 对付威胁的技巧 8.3 对付进攻的技巧 8.4 商务谈判中的沟通技巧 8.4.1 礼貌交谈与实力较量 8.4.2 送出信息 8.4.3 送出清晰信号 8.4.4 接收信息 8.4.5 各式交谈 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 第9章 商务谈判策略 9.1 商务谈判策略概述 9.1.1 商务谈判策略的含义 9.1.2 商务谈判策略制定的原则 9.2 商务谈判策略的环境 9.2.1 商务谈判策略的外部环境 9.2.2 商务谈判策略的

<<商务谈判实务>>

内部环境 9.3 商务谈判策略的采用 9.3.1 按对手的态度制定策略 9.3.2 按对手的实力制定策略
 9.3.3 按对手的谈判作风制定策略 9.3.4 让步策略 9.3.5 最后阶段的策略 9.3.6 其他谈判策略解析 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 第10章
 商务谈判的管理 10.1 商务谈判的主持 10.1.1 主持人的职责 10.1.2 主持谈判的依据
 10.2 商务谈判信息的传递 10.3 商务谈判后的管理 10.3.1 谈判总结 10.3.2 谈判关系的维护 模拟实训 本章要点 关键概念 综合练习 附录A 商务谈判案例分析方法
 A.1 案例分析的目的 A.2 案例分析的内容 A.3 案例分析的方法 A.4 实例分析示范 A.5 如何写案例分析的文章 附录B 模拟谈判教学模式在商务谈判课程中的应用
 B.1 商务谈判课程中应用情景模拟教学模式的注意事项 B.2 模拟谈判的方式 B.3 模拟谈判的组织 附录C 商务谈判大赛 参考文献

<<商务谈判实务>>

章节摘录

版权页：插图：（1）影响知觉的选择性的因素。

人的知觉的选择性既受客观因素的影响，也受人本身主观因素的影响。

客观因素主要是知觉对象的特点、与背景的差别等。

主观因素是知觉者的兴趣、需要、个性特征和过去的经验。

（2）知觉的个别差异。

知觉的选择性使得不同的人对同一事物往往会产生不同的知觉，表现出个别差异。

人们对他喜欢的事物易形成注意，对他们讨厌和不喜欢的事物易产生回避，这会形成知觉的差异。

不同神经类型的人，知觉的广度和深度有个别差异。

多血质的人知觉速度快，但不稳定，不细致；黏液质的人知觉速度慢，但相对稳定和细致。

对某一事物有经验和无经验，知觉有较大的差别，“内行看门道，外行看热闹”就是一个典型的例子

3. 知觉习惯人的知觉有社会知觉，其中又包括对别人的知觉、对人际的知觉和对自我的知觉。

人的社会知觉有一些习惯，如第一印象、晕轮效应等。

这些知觉习惯有助于提高人们知觉的效率，但也会引发对人的各种偏见，因此在对人的知觉上要注意防范人的知觉习惯的不良影响，以实现对人的正确知觉。

（1）第一印象。

在对人的知觉过程中，会存在对某人的第一印象。

第一印象往往比较鲜明、深刻，会影响到人们对某个人的评价和对其行为的解释。

在许多情况下，人们对某人的看法、见解、情感、态度，往往产生于第一印象。

如果对某人第一印象好，就可能对其形成肯定的态度；若第一印象不好，就可能对其形成否定的态度

第一印象是人们认识人的过程中出现的一种常见的现象，它有助于人们对人的知觉，但又可能由于对人的知觉不全面、停留在表面而不深入，形成一些影响对人正确知觉的偏见。

第一印象的形成主要取决于人的外表、着装、言谈和举止。

在正常情况下，仪表端庄、言谈得体、举止大方的人较易获得良好的第一印象，获得人们的好感。

由于第一印象有较大影响作用，商务谈判者必须重视谈判双方的初次接触。

要努力在初次接触中给对方留下好的印象，赢得对方的好感和信任；同时，也要注意在初次接触后对方多做些了解。

<<商务谈判实务>>

编辑推荐

《商务谈判实务》系统地阐述了现代商务谈判的理论、方法、策略和技巧，内容简洁，语言平实，案例丰富，理论和实践相结合。

《商务谈判实务》的特点主要体现在以下几个方面：结构安排清晰、顺畅；突出能力培养，在注重理论知识的同时将实习与实训合并在一起，每一章都安排了实训，该内容既可以在课堂上讲授。

也可以用在实训指导中；内容与概念创新，增加了部分最新的教学案例和背景材料，试图将谈判活动的解析置于社会或企业的实际场景中，增强了读者的阅读兴趣；教材吸收和创新了最新的商务谈判理论，使得本教材极具前瞻性。

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>