

<<商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判>>

13位ISBN编号：9787122041357

10位ISBN编号：7122041352

出版时间：2009-1

出版时间：付春雨 化学工业出版社 (2009-01出版)

作者：付春雨 编

页数：201

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>>

前言

谈判作为人类一种普遍的社会活动，自古即有。

如今，谈判作为解决分歧的一种有效手段，已经渗透到现代社会政治、军事、外交、经济、科技文化等各个领域之中，成为人与人之间、机构与机构之间、国家与国家之间沟通、协调、合作必不可少的工具。

商务谈判是谈判体系的重要组成部分。

商务谈判的原则、策略、方法、技巧，是现代商务人员必须掌握的一项职业技能。

为此，我们从培养高等技能型人才的目标出发，以商务谈判的实务程序与谈判要素为线索，以谈判的原则、方法、策略和技巧为轴心，精心设计本书的内容体系，力求生动、易懂、实用、系统而又实际地反映商务谈判的实务内容与方法。

本书从适应高职教育的需要，培养生产、建设、管理、服务第一线所需高等技术应用型专门人才的需要，强化学生综合职业能力的培养，基础理论知识的创新和整体素质的提高，本书编写的指导思想是，注重理论与实践、传统与创新、全面与重点相结合，体现高等职业教育的特色。

每章正文前列有“学习目标”，章末有“本章小结”、“复习思考题”，“案例分析”和“实训练习”等众多具有特色的栏目设计，既体现了高职教育的特色，也有利于高职教育的教学。

本书是各位编者知识、智慧与经验的结晶。

本书由付春雨任主编，并负责全书的统稿和定稿工作；周海娟、庄小彤任副主编。

具体编写分工如下：付春雨编写第一章至第四章和第九章、第十章，周海娟编写第五章、第六章，李华编写第七章，庄小彤编写第八章。

本书在编写过程中，参阅了大量的文献资料，得到了有关单位、企业和专家的大力支持和帮助，在此一并表示感谢。

商务谈判是一门涉及面广、实践性强的综合性课程，由于编者水平有限，书中难免存在不足之处，敬请同行专家和广大读者批评指正。

<<商务谈判>>

内容概要

本书在编写过程中根据高职高专的教育方向，注重从业人员知识背景和素质的培养，以理论够用、突出实用技能为原则，设计了本书的内容体系。

本书共分10章。

主要内容包括商务谈判概述、商务谈判的原则与要领、商务谈判中的思维与心理、商务谈判方式、商务谈判准备、商务谈判程序、商务谈判策略、商务谈判技巧和礼仪、国际商务谈判等。

本书可作为高职高专院校营销、贸易和管理类等专业的教材，也可用于企业中高级商务谈判人员和管理人员的培训教材与读物。

<<商务谈判>>

书籍目录

第一章 商务谈判概述1第一节 谈判的含义与特征1一、谈判的含义1二、谈判的特征3第二节 商务谈判的含义、特征和功能3一、商务谈判的含义4二、商务谈判的基本特征4三、商务谈判的功能5四、商务谈判的重要性6第三节 商务谈判的要素与类型7一、商务谈判的要素7二、商务谈判的类型8第四节 商务谈判的评价标准12一、商务谈判成功的基本标志12二、谈判成功的三要素13本章小结15复习思考题15

第二章 商务谈判的原则与要领17第一节 构思双赢的谈判方案17一、平等互利原则17二、寻找共同利益19三、协调利益分歧19第二节 立场与利益20一、重利益轻立场的重要性20二、避免在立场上讨价还价21三、具体要求21第三节 把人与事分开22一、商务谈判是人与人的交流22二、把人与事分开23三、正确处理人的问题26第四节 坚持客观标准27一、坚持客观标准原则27二、正确使用客观标准28三、科学性与艺术性的统一29第五节 其他原则30一、言而有信30二、多听少说30三、保持与对方愿望的联系30四、遵守法律原则31第六节 商务谈判的基本要领31一、倾听的要领31二、表达的要领32三、提问的要领32四、说服的要领32五、关注洽谈的发展趋势33六、抓住成交时刻33本章小结33复习思考题34

第三章 商务谈判中的思维与心理35第一节 商务谈判的思维35一、谈判中的思维特点35二、谈判中的思维方法37三、谈判中的思维艺术39第二节 商务谈判需要与动机40一、商务谈判需要与动机40二、商务谈判需要的利用43第三节 商务谈判心理44一、商务谈判心理的内涵44二、商务谈判心理的重要性45第四节 商务谈判心理的实用技巧47一、如何利用谈判期望心理47二、正确运用商务谈判的感知觉49三、商务谈判情绪的调控51四、商务谈判中心理挫折的防范与应对52五、正确理解肢体语言54本章小结56复习思考题56

第四章 商务谈判方式58第一节 面对面谈判58一、面对面谈判的含义58二、面对面谈判的特点58三、面对面谈判的适用范围60第二节 电话谈判60一、电话谈判的含义60二、电话谈判的特点60三、电话谈判的适用范围61四、注意事项62第三节 网络谈判63一、电子商务与网络谈判63二、网络谈判的流程和特点64三、网络谈判的注意事项66第四节 函电谈判67一、函电谈判的含义67二、函电谈判的特点67三、函电谈判的程序67四、函电谈判的基本要求69本章小结71复习思考题71

第五章 商务谈判准备74第一节 商务谈判准备概述74一、商务谈判准备的目的74二、商务谈判调查的内容75三、商务谈判调查的手段79第二节 商务谈判的组织准备81一、谈判人员的素质要求81二、谈判团队的构成83三、谈判团队的管理85第三节 商务谈判方案的制订86一、商务谈判的基本模式86二、商务谈判计划的构思87三、商务谈判计划的制订87本章小结90复习思考题90

第六章 商务谈判程序92第一节 商务谈判的开局与摸底92一、商务谈判开局概述92二、谈判摸底95第二节 商务谈判的报价与磋商97一、报价阶段97二、讨价阶段101三、还价阶段102四、让步阶段103第三节 商务谈判的签约104一、商务谈判的促成104二、成交阶段的工作内容107三、谈判合同的签订107本章小结110复习思考题111

第七章 商务谈判策略112第一节 形成与保持良好的谈判气氛112一、概述112二、谈判气氛的形成114三、谈判气氛的调节117第二节 开局阶段的策略118一、协商式开局策略118二、坦诚式开局策略119三、进攻式开局策略119四、保留式开局策略120第三节 报价阶段的策略120一、报价差别策略121二、运用心理定价策略121三、价格分割策略121四、报价时机策略122五、其他策略122第四节 磋商阶段的策略124一、讨价阶段的策略124二、还价阶段的策略126三、让步策略128四、制造与打破僵局的策略131第五节 成交阶段的策略134一、最后立场策略134二、折中进退策略135三、总体条件交换策略135本章小结135复习思考题136

第八章 商务谈判技巧137第一节 讨价还价技巧137一、基本原理137二、报价技巧138三、讨价技巧139四、还价技巧140第二节 让步技巧142一、让步的基本原则142二、让步实施的步骤143三、让步的方式144第三节 处理僵局的技巧147一、制造僵局的技巧147二、突破僵局的技巧149第四节 谈判中的语言技巧153一、陈述的技巧153二、发问的技巧154三、回答的技巧155第五节 利用时机的技巧157一、如何抓住时机157二、要利用好时机158本章小结159复习思考题160

第九章 商务谈判礼仪、礼节162第一节 商务谈判礼仪162一、服饰礼仪162二、举止礼仪167三、谈吐礼仪167四、迎送礼仪168五、会谈礼仪169六、其他礼仪169七、谈判室的布置与座次安排170第二节 商务谈判的礼节172一、日常交往中的礼节172二、见面时的礼节173三、交谈中的礼节177四、宴请时的礼节179本章小结180复习思考题180

第十章 国际商务谈判181第一节 国际商务谈判概述181一、国际商务谈判的含义181二、国际商务谈判的重要性183三、国际商务谈判的特征184四、国际商务谈判的基本要求185第二节 文化差异与商务谈判禁忌186一、文化差异对谈判的影响186二、东西方文化差异的主要表现188三、商务谈判的文化禁忌190

<<商务谈判>>

第三节 世界各国商人的不同谈判风格191一、美国人的谈判风格192二、英国人的谈判风格193三、德国人的谈判风格195四、法国人的谈判风格195五、日本人的谈判风格196六、韩国人的谈判风格198七、伊斯兰国家人们的谈判风格198八、犹太人的谈判风格199九、非洲人的谈判风格200本章小结200复习思考题201参考文献202

<<商务谈判>>

章节摘录

1.商务谈判需要商务谈判人员在商务谈判中存在着一定的商务谈判需要。

商务谈判需要是一种较为特殊的需要，它对商务谈判存在着决定性的影响，必须加以重视。

需要是人缺乏某种东西时产生的一种主观状态，是对一定客观事物需求的反映，即是人的自然和社会的客观需求在人脑中的反映。

需要的存在是人们行为活动的内在驱动力，与人的活动有着直接、必然的联系，时刻支配着人们的行为活动。

所谓客观需求，可以是人体的生理需求，如一个人长时间在酷热的阳光下活动，出汗过多，体内水分失调，口干舌燥，这会通过神经传达到大脑，使人产生喝水的需要。

客观需求也可以是外部的社会需求，一个从事某个方面专业活动的人，如果缺乏必备的专业知识，其活动就难以顺利开展。

只有补充了必备的专业知识，他才能顺利地开展活动，这就是一种社会需求。

这种社会需求一旦被这个人所接受，就会转化为对专业知识学习的需要。

需要有一定的事物对象，它或者表现为追求某东西的意念或者表现为避开某事物，停止某活动而获得新的情境的意念。

需要有周而复始的周期性，需要随着社会历史的进步，一般由低级到高级，简单到复杂，物质到精神，单一到多样，不断地发展。

<<商务谈判>>

编辑推荐

《商务谈判》可作为高职高专院校营销、贸易和管理类等专业的教材，也可用于企业中高级商务谈判人员和管理人员的培训教材与读物。

<<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>