

<<商务谈判执行>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判执行>>

13位ISBN编号：9787564025465

10位ISBN编号：7564025468

出版时间：2009-8

出版时间：张恩俊 北京理工大学出版社 (2009-08出版)

作者：张恩俊 编

页数：295

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>

<<商务谈判执行>>

前言

20世纪90年代以来,我国职业教育教学领域,借鉴国外的一些先进的职业教育模式(如加拿大的DAcuM模式、英国的BTEc课程模式、德国传统的双元制培训过程和模式等),对我国高职教育课程进行改革,并结合我国国情,提出了一些改革的模式,其中德国专家在分析了传统的“双元制”模式的不足后,提出的“以工作过程为导向”的教学指导思想影响较大。

近年来,国家教育部提出要以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,全面落实科学发展观,全面贯彻党的教育方针,坚持“以服务为宗旨,以就业为导向,走产、学、研结合的发展道路”的高等职业院校办学方针,坚持导向性、协调性、效益性和创新性的原则。

按照国家对示范性职业院校建设中对深化教育教学改革、创新人才培养模式和创建办学特色等方面的导向性要求,为适应社会经济的发展和生产经营对应用型、技能型人才的需求,针对《商务谈判》实践性强的特点,本教材对以工作过程为导向的项目式人才培养模式进行创新,突出以工作过程为导向,以工作任务为基础,以学生为中心,创新课程开发理论和开发技术。

通过对教学思路和教学方法的修订,实现对学生的仿真和实战训练,以职业典型的工作过程为导向进行教材设计,实现理论教学与实践教学相互渗透,相互结合,边学边训,融“教、学、做”为一体,强调教学过程的实践性、开放性和职业性。

尽量做到学生校内学习与实际工作的一致性,提高学生的职业能力。

体例创新体例:本教材在编写体例上按照职业典型商务谈判过程设计10个学习情境,各学习情境相互联系又各自独立,全书贯穿的主线是在公司下达商务谈判任务的基础上,各模拟公司成立商务谈判小组,各商务谈判小组进行谈判前准备及整个谈判过程按阶段深入进行,直至谈判双方签订商务谈判合同。

<<商务谈判执行>>

内容概要

《商务谈判执行》一书是基于工作过程为导向的项目式人才培养创新教程，突出以工作过程为导向，以工作任务为基础，以学生为中心，采用项目式教学方法，创新课程开发理论和开发技术。

本书区别于传统意义上的《商务谈判》教材，是按照国家教育部教学模式转型的要求编写的一本一定意义上的全新教材，更突出职业特色和实践特色，更侧重于培养学生的商务谈判执行能力。

本书重构了《商务谈判》课程体系，打破学科界限，进行课程整合，尤其侧重理论知识与实践技能的整合。

按照典型的职业工作过程，构建“学习领域”、“学习情境”，形成围绕工作过程的新型教学项目。

本书通过对教学思路和教学方法的修订，实现对学生的仿真和实战训练，以职业典型的工作过程为导向进行教材设计，实现理论教学与实践教学相互渗透，相互结合，边学边训，融“教、学、做”为一体，强调教学过程的实践性、开放性和职业性。

尽量做到学生校内学习与实际工作的一致性，提高学生的职业能力，解决理论与实践结合难的问题。

本书可供高职高专的营销、商务及管理专业以及部分本科经济管理类专业的师生使用，也是各层次职业商务人士、商务谈判工作者的案头必备工具书。

<<商务谈判执行>>

书籍目录

商务谈判执行任务书学习情境1 组建商务谈判小组1.1 资讯1.2 决策1.3 计划1.4 实施1.5 检查1.6 评估学习情境2 市场调查与营销策划资料准备 2.1 资讯2.2 决策2.3 计划2.4 实施2.5 检查2.6 评估学习情境3 商务谈判的背景调查3.1 资讯3.2 决策3.3 计划3.4 实施3.5 检查3.6 评估学习情境4 商务谈判方案的制订4.1 资讯4.2 决策4.3 计划4.4 实施4.5 检查4.6 评估学习情境5 商务谈判执行计划的制订5.1 资讯5.2 决策5.3 计划5.4 实施5.5 检查5.6 评估学习情境6 商务谈判的开局6.1 资讯6.2 决策6.3 计划6.4 实施6.5 检查6.6 评估学习情境7 商务谈判的报价7.1 资讯7.2 决策7.3 计划7.4 实施7.5 检查7.6 评估学习情境8 商务谈判的磋商8.1 资讯8.2 决策8.3 计划8.4 实施8.5 检查8.6 评估学习情境9 商务谈判的成交9.1 资讯9.2 决策9.3 计划9.4 实施9.5 检查9.6 评估学习情境10 商务谈判合同的签订10.1 资讯10.2 决策10.3 计划10.4 实施10.5 检查10.6 评估商务谈判综合案例分析学习情境1 组建商务谈判小组学习情境2 成都市区电风扇销售与消费情况调研方案学习情境3 知己知彼，以弱胜强学习情境4 A空调有限责任公司商务谈判方案学习情境5 A空调有限责任公司商务谈判执行计划学习情境6 一致式开局策略学习情境7 农机设备谈判中的价格竞争与合作学习情境8 谈判过程像谈恋爱——可口可乐落户温州的幕后故事学习情境9 中欧纺织品贸易谈判学习情境10 中日索赔谈判中的议价、沟通与说服参考文献

章节摘录

插图：学习情境1 组建商务谈判小组1.1 资讯 1.1.1 营销时代的企业活动自从市场营销理论诞生一个多世纪以来，在全球得到广泛接受。

21世纪的商务活动，必然是以市场营销观念为导向的，一切商务活动进入了营销时代。

1.营销时代企业运行的特点（1）企业首要任务是决定目标市场的需求、愿望与价值。

企业认定顾客握有最终的决断权，常以顾客的观点来指导自己的经营策略，即所谓透过顾客的眼光看企业。

（2）企业认识到顾客的需求比产品的精美更为重要。

因此，从寻求生产方面的特权转向重视市场方面的特权，以提高市场占有率为目标，力求比竞争对手更有效、更优秀地满足目标市场的需求。

（3）企业的一切经营活动建立在市场调查预测的基础上，争取消费者的行动是在整体的营销控制下进行的。

<<商务谈判执行>>

编辑推荐

《商务谈判执行:基于工作过程导向的项目式人才培养创新教程》是由北京理工大学出版社出版的。

<<商务谈判执行>>

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>