第一图书网, tushu007.com

<<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：9787121076480

10位ISBN编号：7121076489

出版时间：2012-12

出版时间：电子工业出版社

作者：陈文汉

页数：299

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

前言

《商务谈判实务》一书自2005年出版以来已经三年。
三年来，国际国内经济快速发展，人们的思想和观念也发生了很大的变化。
作为市场经济活动重要内容的商务谈判在理论、策略、技巧上都有了很大的发展。
为适应这一变化及广大读者的要求，我们对《商务谈判实务》一书进行了修订。
本次修订，充分贯彻和落实教育部16号文件精神，吸收了最新的理论研究成果，体现了以下特点。
（1）此次修订后，教材结构更加清晰、顺畅。
前3章主要介绍商务谈判的基本概念和基本理论，目的是使读者能全面地认识商务谈判活动，提高其综合素质。
第4～7章，按照谈判流程，从谈判准备、谈判开局、价格磋商、谈判小结、再谈判、谈判终结与签约等环节展开，具有很强的操作性。
第8～10章，是对商务谈判的策略、技巧及谈判中管理的研究，属于提高的部分，有利于优秀谈判人员的培养。
最后2章属于知识的延伸，目的是丰富读者的相关知识，有利于读者综合素质的提高。
（2）此次修订，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教学部分，既可以在课堂上讲授，也可以用在实训指导中。
创新地提出了商务谈判案例分析方法、模拟谈判教学在商务谈判课程中的运用、商务谈判大赛流程等实践性极强的教学内容，极大地丰富了商务谈判课程实训教学的手段。
（3）增加了部分最新的教学案例和背景材料，力图将谈判活动的解析置于社会或企业的实际场景中，以增强读者的阅读兴趣和了解战术运用的具体环境，更好地掌握谈判的策略与技巧，培养读者的实战能力。
本书由广东海洋大学陈文汉任主编，吕湘戎、林海明任副主编，顺德职业技术学院谢金生任主审。
陈文汉负责大纲的修订并最后统稿，吕湘戎对大纲提出了不少修订意见。
各章编写分工如下：第1、5、11章由吕湘戎编写；第2、8章由徐建强编写；第3、4、9章和附录由陈文汉编写；第6、7章由吴晓萍编写；第10、12章由林海明编写。
本书的特点是系统、务实、简明，可作为高等职业院校市场营销、国际商务、工商管理等专业的教材，也可作为广大财经商贸人员及谈判学爱好者学习的参考用书。
在编写过程中，许多先贤的研究成果给了我们启示并加以引用；齐齐哈尔大学于翠华、臧良运，唐山职业技术学院钟立群、张启杰，浙江温州职业技术学院薛辛光，浙江丽水职业技术学院胡德华、王培才，青岛大学阮红伟、冯丽华，安徽工商职业技术学院张智清等老师对修订大纲进行了讨论，提出了不少修改意见，在此一并表示感谢。
另外，感谢电子工业出版社、广东海洋大学为本书出版所做的大量工作。
由于谈判学科发展迅速，书中错漏之处在所难免，恳请读者批评指正。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书根据教育部16号文件中提出的“工学结合”教学基本要求编写。
全书共12章，包括商务谈判概论、商务谈判模式、商务谈判人员心理活动分析、商务谈判准备、商务谈判开局、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、文化差异与商务谈判风格、商务谈判礼仪。
此外，以附录形式对教学中模拟谈判的技巧运用和模拟谈判比赛的组织进行了拓展，极大地丰富了教师的课堂教学内容。
各章均附有思考练习、实习实训等内容，便于学生对所学知识的巩固与运用。
本书系统、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、工商管理等专业的教材，也可作为广大财经、商贸人员、谈判学爱好者学习和实践的参考用书。

书籍目录

第1章 商务谈判概论 1.1 商务谈判的概念与特征 1.1.1 谈判的概念 1.1.2 商务谈判的概念 1.2 商务谈判的内容与类型 1.2.1 商务谈判的内容 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 谈判案例分析方法 1.4.1 案例分析的目的 1.4.2 案例分析的内容 1.4.3 案例分析的方法 1.4.4 实例分析示范 1.4.5 如何书写案例分析文章 本章小结 思考与练习 实训第2章 商务谈判模式 2.1 商务谈判的APRAM模式 2.1.1 商务谈判的APRAM模式程序 2.1.2 商务谈判的APRAM模式实施步骤 2.2 商务谈判的赢-赢谈判模式 2.3 商务谈判的合作谈判模式 本章小结 思考与练习 实训第3章 商务谈判心理分析 3.1 商务谈判心理简述 3.2 商务谈判需要与动机 3.2.1 商务谈判需要 3.2.2 商务谈判动机 3.2.3 商务谈判需要的分析与利用 3.3 商务谈判中的个性利用 3.3.1 气质 3.3.2 性格 3.3.3 能力 3.4 商务谈判心理的运用 3.4.1 如何利用谈判期望心理 3.4.2 正确运用商务谈判的感觉和知觉 3.4.3 商务谈判情绪及调控 3.4.4 商务谈判中心理挫折的防范与应对 3.4.5 正确理解身体语言 本章小结 思考与练习 实训第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 商务谈判方案的制订 4.3.1 商务谈判方案制订的要求 4.3.2 商务谈判方案制订的内容 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 模拟谈判的必要性 4.5.2 模拟谈判的内容与方式 本章小结 思考与练习 实训第5章 商务谈判开局 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 5.2.4 营造谈判气氛应注意的基本问题 本章小结 思考与练习 实训第6章 商务谈判价格磋商与再谈判 6.1 报价策略 6.1.1 报价的含义及原则 6.1.2 报价的原则 6.1.3 报价的顺序与方式 6.1.4 报价的表达方式 6.2 讨价策略 6.2.1 总体讨价策略 6.2.2 具体讨价策略 6.2.3 讨价-改善后的新价-新的讨价 6.3 还价策略 6.3.1 还价前的准备 6.3.2 还价的策略与技巧 6.3.3 还价的方式 6.4 心平气和地讨价还价 6.5 商务谈判小结与再谈判 6.5.1 商务谈判小结 6.5.2 商务谈判的再谈判 本章小结 思考与练习 实训第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 商务谈判合同的总体构成 7.2.4 商务谈判合同的主要内容 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 7.4 商务谈判合同的格式 本章小结 思考与练习 实训第8章 商务谈判技巧 8.1 打破商务谈判僵局的技巧 8.1.1 商务谈判僵局产生的原因 8.1.2 破解商务谈判僵局的方法 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 商务谈判的语言技巧 8.4.1 谈判中的语言交流 8.4.2 倾听的技巧 8.4.3 叙述的技巧 8.4.4 提问的技巧 8.4.5 回答问题的技巧 8.4.6 说服的技巧 8.4.7 沉默的技巧 本章小结 思考与练习 实训第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 商务谈判策略制订的原则 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 按对手的态度制订策略 9.3.2 按对手的实力制订策略 9.3.3 按对手的谈判作风制订策略 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 本章小结 思考与练习第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 本章小结 思考与练习 实训第11章 文化差异与商务谈判风格 11.1 文化差异与谈判分析 11.1.1 跨文化谈判与国内谈判 11.1.2 文化差异对谈判的影响 11.1.3 商务谈判中应对文化差异的策略 11.2 商务谈判风格及其类型 11.2.1 谈判风格的定义 11.2.2 商务谈判风格的类型 11.3不同国家和地区商人的谈判风格 11.3.1 日本人的谈判风格 11.3.2 美国商人的谈判风格 11.3.3 欧洲商人的谈判风格 11.3.4 阿拉伯商人的谈判风格 11.3.5 中国人的谈判风格 本章小结 思考与练习 实训第12章 商务谈判礼仪 12.1 会面的礼仪 12.1.1 仪容仪表 12.1.2 介绍礼仪 12.1.3 握手礼仪 12.1.4 寒暄与问候礼仪 12.1.5 名片 12.2 商务谈判过程礼仪 12.2.1 座次安排 12.2.2 会谈礼仪 12.2.3 签约礼仪 12.2.4 送别礼仪 12.3 宴请的礼仪和方式 12.3.1 宴请的礼仪 12.3.2 宴请的方式 12.3.3 宴请中桌

次与座位的礼仪 12.4 馈赠的礼仪 12.4.1 礼品的选择 12.4.2 送礼时机的选择 12.4.3 赠送的地点 12.4.4 赠送的方式 12.4.5 礼品的接受礼仪 12.4.6 国际交往中馈赠礼品的知识 本章小结 思考与练习 实训参考文献

章节摘录

版权页： 插图： ②审时度势，争取主动。
客居他乡的谈判人员，受各种条件的限制，如客居时间、上级授予的权限、通信的困难等，面对顽强的谈判对象可以施展的手段有限，要么让步，要么坚持到底。
客场谈判者在这种处境中，要审时度势、灵活反应、争取主动，既要分析市场，又要分析对方的真实要求、心理变化等，有希望则坚持，无希望则速决。
对方有诚意，就灵活调整自己的目标：若无诚意，则不必随便降低己方的条件。
③配备好自己的翻译、代理人，不能随便接受对方推荐的人员，以防泄露机密。
（3）主客场轮流谈判。
主客场轮流谈判是一种在商务谈判中互相交换谈判地点的谈判。
谈判可能开始在卖方，继续谈判在买方，结束谈判又在卖方等。
主客场轮流情况的出现，说明交易是不寻常的，它可能是大宗商品买卖，也可能是成套项目的交易。
这些复杂的谈判拖的时间比较长，应注意以下两个方面的问题。
①确定阶段利益目标，争取不同阶段最佳谈判效益。
主客场轮流谈判说明交易复杂，每次换场谈判必定有新的理由和目标。
谈判者在利用有利条件或寻找、创造有利条件时，应围绕阶段利益目标实现的可能性来考虑。
犹如下棋，要看几步。
在“让与争”中，在成功与失败中掌握分寸、时机。
阶段利益目标的实现应以“循序渐进、磋商解决”的方式为基础。
②坚持主谈人的连贯性，换场不换帅。
在谈判中换人尤其是换主谈人是不利于谈判的，但实践中这种情况仍经常发生。
由于公司的调整、人事的变迁等客观原因，或是出于谈判策略的考虑，如主谈人的上级认为其谈判结果不好、表现不够出色，为了下阶段的利益目标而易帅。
无论属于哪种情况，易帅都会在主客场轮流谈判中带来不利影响，使对方产生不快。
而且谈判已经展开，原先的基础条件已定，过去的许多言论已有记载，对方不会因你易帅而改变立场，易帅不一定能争取到比以前更好的结果。
避免主帅更换的最好方法，是在主客场轮流谈判中配好主帅和副帅。
有两个主谈人就可以应付各种可能，以确保谈判的连贯性。
（4）中立地谈判。
中立地谈判是指谈判地点设在第三地的商务谈判。
第三地作为谈判地点表现为其不存在倾向性，双方均无东道主地域优势，策略运用的条件相当，双方谈判地域环境较为公平。
但是，在第三地谈判会造成谈判成本的增加。
而且，双方首先要为谈判地点的选择和确定而谈判，地点确定本身就比较复杂。
中立地谈判通常为相互关系不融洽、信任程度不高的谈判双方所选用。
2.不同地位谈判的类型与特点 谈判地位的对比与差异是影响谈判进程和谈判成败的重要制约因素。
不同地位的谈判实质上是双方谈判实力的反映和对谈判主动权的争夺的体现。
商务谈判实力不仅仅是指谈判主体的经济实力，更重要的是谈判主体的经济实力和谈判者的知识水平、谈判能力以及客观竞争环境等复杂因素综合作用的结果。
谈判主动权的争夺则是反映了谈判一方为实现己方的谈判意图，通过积极谋求谈判资讯、时间和权利优势以左右和控制谈判进程，而另一方也力图进行反控制以变被动为主动的较量的过程。

编辑推荐

《全国高等职业教育规划教材:商务谈判实务(第2版)(市场营销专业)》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、工商管理等专业的教材，也可作为广大财经、商贸人员、谈判学爱好者学习和实践的参考用书。

第一图书网, tushu007.com

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