

<<商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判>>

13位ISBN编号：9787302196808

10位ISBN编号：730219680X

出版时间：2009-5

出版时间：清华大学出版社

作者：冯华亚 编

页数：282

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

随着市场经济的发展,商务谈判日益频繁,商务谈判在经济活动中所起的作用越来越重要。商务谈判的成功与否对个人的发展、企业的生存与发展、社会经济的发展都起着重要的作用。当今社会日益强调在竞争中的合作,人们介入谈判的几率不断增加,因此商务谈判的能力已成为现代人必须具备的基本能力。

本书在编写过程中结合了编著人员多年的教学经验和实践心得,充分考虑了我国的具体国情、文化背景和高职教育的特点,坚持理论联系实际的原则,以培养实际商务谈判技能为主,以适应高等职业教学为目标,设计了基本知识、基本理论和实际应用等相关内容。

本书在编写过程中,遵循理论知识够用的原则,坚持以实践能力培养为主,形成了以下重要特点:

(1) 实际性本书从我因的实际情况出发,深入浅出地介绍了商务谈判的基本理论,阐述了商务谈判人员应该具备的基本理论知识。

(2) 实用性本书以培养实际的商务谈判能力为主,从谈判的过程入手,重点说明在谈判的各个环节应该如何进行,从而提高学习者处理实际问题的能力。

(3) 注重突出实践性为达到指导实际谈判工作的目的,本书重点介绍了谈判的组织、策略的谋划和技巧的使用等内容,使学习者能够领悟其中的要点,并能够将所学知识联系到自身的实际工作中,从而学以致用、提高自己的商务谈判水平。

(4) 侧重于能力培养本书各章之后均附有思考题、相关练习和具体案例分析,注重工学结合,以提高读者分析问题和解决问题的能力。

本书由冯华亚担任主编,为本书的编写设计总体思路;张锡东、马干朝和周堃任副主编。

全书分为九章,其中第一、二、四、五章由冯华亚编写,第二、八章由张锡东编写,第七、九章由马干朝编写,第六章由周堃编写。

本书的第一至七章为重点章节。

全书大约安排42课时。

<<商务谈判>>

内容概要

本书是经济管理类的教材。

全书从实践出发，以必要的商务谈判理论为依据，以培养商务谈判的实际技能为重点，对商务谈判的基本理论和在实际中的具体运用做了全面的阐述，使理论与实践紧密地结合在一起。

本书相关案例的选用充分考虑了我国的具体国情，侧重于应用性和实践性，既易于理解掌握，又有利于指导商务谈判的具体实践。

本书主要对商务谈判的基本知识、谈判的计划与管理、谈判的开局与较量过程、谈判策略的运用、讨价还价、谈判结束、谈判的技巧、商务谈判的基本礼仪、国际商务谈判的基本知识以及在实际应用过程中的技巧进行了阐述，并且还结合每章的内容，精心安排了相应的思考题、实例练习和案例分析，旨在帮助学生提高谈判的实际技能。

本书可作为高职高专市场营销、商务、经济管理类专业教材，亦可供商务谈判工作人员学习参考。

<<商务谈判>>

书籍目录

第一章 商务谈判概论 第一节 什么是商务谈判 第二节 商务谈判的类型及原则 思考题 练习 案例
第二章 商务谈判的组织与管理 第一节 商务谈判的计划 第二节 商务谈判的组织与管理 思考题 练习
例 第三章 商务谈判的开局 第一节 商务谈判的开局 第二节 商务谈判开局的策略 思考题 练习
第四章 商务谈判的磋商与策略 第一节 谈判的磋商与较量 第二节 较量过程的威胁与僵局 第三节 磋商
过程的策略 第四节 商务谈判的让步与进展 思考题 练习 案例 第五章 价格谈判 第一节 价
第二节 报价的策略和技巧 第三节 讨价还价 第四节 价格谈判策略与技巧 思考题 练习 案例
商务谈判的结束 第七章 商务谈判的沟通技巧 第八章 商务谈判礼仪 第九章 国际商务谈判 参考文献

<<商务谈判>>

章节摘录

第一章 商务谈判概论本章学习要点：掌握商务谈判的概念和实质掌握商务谈判的特点了解商务谈判的成果价值评价标准了解商务谈判的类型掌握商务谈判的原则了解谈判的相关理论商务谈判是现代市场营销的重要内容，也是营销的关键性环节和重要手段。

在市场经济机制条件下，市场的供求与合作越来越频繁，合作各方通过谈判的手段来消除分歧，寻求彼此间的共识，进行信息沟通，已经成为社会经济生活中普遍存在的现象。

从企业营销的角度，商务谈判不仅是企业市场营销活动的重要内容，而且其成败与否，也在很大的程度上影响着企业的发展和与外部的合作。

因此了解和掌握商务谈判的一些基本知识、原则和原理，对谈判的实际工作有重要的指导作用。

第一节 什么是商务谈判随着市场经济的发展，谈判逐渐渗透到社会经济生活的各个领域。

在法人组织的经济联系和贸易往来中，商务谈判正日益成为彼此谋求一致的重要途径和手段，即使在消费者的日常购买中，“讨价还价”的现象也非常普遍。

谈判正在越来越大地受到社会的广泛关注。

谈判成为一个普遍存在的现象，甚至进入普通人的日常生活，是我们当前所处时代的一个重要特征。

事实上，在社会生活中经常发生并与许多普通人有关的谈判，主要是关于经济活动的谈判，即商务谈判，也称商业谈判或商事谈判。

这里所说的商务，不是指一般意义上的商业事务，而是泛指各种交换活动，包括各种市场主体之间发生的一切有形货物和无形劳务的交换活动，以及商务合作活动。

<<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>