

<<经济谈判>>

图书基本信息

书名：<<经济谈判>>

13位ISBN编号：9787309021301

10位ISBN编号：7309021304

出版时间：1998-12

出版时间：复旦大学出版社

作者：许晓明 编

页数：332

字数：280000

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>

<<经济谈判>>

前言

随着我国改革开放事业不断向纵深发展，社会主义市场经济体制与观念已深入人心。经济谈判作为现代经济交往的焦点，已渗透我国经济生活的方方面面。可以说，一位经济管理人员能否掌握一定的现代经济谈判的基本原理、基本知识和基本技能，在很大程度上影响和决定着其经济活动的成败。

本书为适应我国经济管理新形势的需要而编写，它力图较全面地介绍现代经济谈判的基本原理、知识和技能，并突出理论性与实用性相结合的原则。全书共分三大部分，十二章，试图以理论篇（一、二、三章）、行为篇（四、五、六、七章）和艺术篇（八、九、十、十一、十二章）三部分勾勒出现代经济谈判学科的基本框架；而且每章最后都附有“思考与练习”题目，并配以若干案例讨论，以加强教学效果。

本书主要是为高等院校经济管理专业的学生，包括MBA和EMBA学员，以及广大从事经济管理工作的管理人员学习现代经济谈判基础知识而编写的教材；同时，也可以作为各行各业管理人员学习和研究现代经济谈判的专业书籍。

为本书编写工作做出贡献的还有复旦大学的刘刚、余光胜、张明、陈啸、张永明和刘严坤等，复旦大学出版社领导与编辑也给予了大力支持，在此表示感谢。

由于我们研究水平所限，不妥之处在所难免，恳请广大读者不吝赐教，万分感谢。

<<经济谈判>>

内容概要

在现代市场经济的运行中，几乎所有的企业和利益集团随时都会以各种方式相互交往，各方为了保证自己的利益所在，谈判将是不可避免的。

一位优秀的经营者能否掌握一定的经济谈判原理、知识和技能，在很大程度上决定着其经营活动的成败。

本书共分理论、行为和艺术三大部分，全书共十二章，在每章后都设有思考与练习，与部分章节相配套的案例后设有问题，以利读者讨论。

<<经济谈判>>

书籍目录

第一章 经济谈判概论 第一节 谈判与经济谈判 第二节 经济谈判的职能与目标 第三节 经济谈判的特征 第四节 经济谈判的原则 第五节 经济谈判的分类

第二章 经济谈判理论及发展 第一节 谈判理论的历史发展及趋向 第二节 尼尔伦伯格的谈判需要理论 第三节 费希尔的原则谈判理论 第四节 比尔·斯科特的“三方针”谈判理论

第三章 经济谈判的相关因素 第一节 经济谈判中的心理 第二节 经济谈判中的逻辑 第三节 经济谈判中的文化 第四节 经济谈判中的伦理观 案例 一次成功的合资谈判

第四章 经济谈判的准备工作 第一节 谈判信息的准备 第二节 谈判目标与谈判组织的确定 第三节 谈判计划的制订 第四节 模拟谈判 案例 琼斯的谈判准备

第五章 经济谈判的操作过程 第一节 探测与导入阶段 第二节 明示与报价阶段 第三节 磋商与妥协阶段 第四节 协议达成阶段 案例 扭转谈判逆境

第六章 经济谈判的后续工作 第一节 合同的签订 第二节 合同的内容 第三节 合同的履行 第四节 争议的处理

第七章 经济谈判的效益 第一节 谈判的经济效益 第二节 经济效益的考核 第三节 谈判的社会效益 第四节 如何提高谈判的效益 案例 FP - 418货车质量问题谈判

第八章 经济谈判的策略 第一节 经济谈判中的策略 第二节 按对方谈判作风制定策略 第三节 按对方主谈人的性格制定策略 第四节 按谈判进程制定策略 第五节 按谈判地位（主动、被动、平等）制定策略

第九章 经济谈判中重要因素的把握 第一节 讨价还价的艺术 第二节 签订合同中的艺术 第三节 风险规避的艺术

第十章 经济谈判的语言艺术 第一节 经济谈判的语言特征 第二节 经济谈判的陈述技巧 第三节 经济谈判的提问技巧 第四节 经济谈判的答复技巧 第五节 经济谈判的说服技巧 第六节 经济谈判的非语言艺术 案例 一次出口订货谈判实录

第十一章 经济谈判中的逻辑艺术 第一节 经济谈判中的逻辑问题 第二节 经济谈判中的逻辑艺术 第三节 签订合同中的逻辑艺术 案例 一、买两吨车还是买四吨车？
二、是谁违约？

第十二章 经济谈判中若干问题的处理 第一节 如何突破谈判僵局 第二节 如何进行谈判控制 第三节 如何应付经济谈判中的意外情况 第四节 如何处理费希尔的三个“怎么办”

附录I 《谈判能力测定表》
附录 《技术引进合同》（格式）
参考文献

<<经济谈判>>

章节摘录

(二) 谈判的内涵 1. 谈判是双方在观点、利益和行为方式等方面既相互联系又发生冲突或差别的时候才产生的。只有当谈判的参与者之间存在一定的利益关系, 才会促使其走到一起来。同时, 谈判的核心任务是一方企图说服另一方或理解或允许或接受自己的观点、基本利益以及行为方式等。这就表明, 产生谈判的前提条件, 是人们在观点、基本利益和行为方式等方面出现了不一致。只有解决了这种分歧, 才能达到各自的目的。可见, 如果不存在这种分歧, 也就没有谈判的必要。例如市场上卖者与买者之间的谈判。甲生产的产品急需推销, 乙则认为购买甲的产品是极为有利的。但甲和乙要实现自身的利益都离不开对方, 这就构成了他们之间的相互联系。然而两者之间又是存在利益分歧的, 甲希望卖得价格高一些, 而乙则希望买的价格低一些。如何才能在这种既相互联系又存在分歧的局面中既维护自身的利益, 又考虑了对方的利益, 从而求得两者的协调发展呢? 这就需要借助于谈判。可见, 双方在利益上的联系和分歧, 才使谈判成为必要和可能。

2. 谈判的参与者都希望以磋商为手段来解决存在的利益分歧。谈判的参与者之间虽然存在利益上的分歧, 但这种分歧并不是势不两立的, 用其他方式又无法得到圆满解决, 从而促使谈判各方自愿通过磋商来解决, 以满足自己的利益要求。例如, 合资经营谈判各方都想使自己投资得到较高的收益, 从而产生了对未来利益分配的矛盾; 劳资双方之间的工人希望提高工资、改善工作条件和资方要降低成本、增加利润的矛盾等。这些矛盾在没有其他更好的方式解决问题的情况下, 只能坐下来通过磋商来解决。这种希望磋商的愿望使谈判从可能性变为现实性。

3. 只有在物质力量、人格、地位等方面都呈现相对独立或对等的双方, 才能构成谈判关系。并不是双方既联系又分歧就一定会产生谈判现象。如奴隶与奴隶主之间, 虽然存在联系和分歧, 但在很多场合是不会进行谈判的。由此可见, 构成谈判还要依赖。

.....

<<经济谈判>>

编辑推荐

《经济谈判（第2版）》在复旦大学、南京大学、上海交通大学、浙江大学、苏州大学、江西财经大学等校相关院系多年教学实践的基础上，邀请各学科的博士生导师领衔，采取确立主干课程，不断使用修订再版；及时补进新知识、新课程的“滚动开放”形式组织选题。

《经济谈判（第2版）》出版后，经二百余所大专院校近年来本科及工商管理硕士（MBA）班的使用，已成为广大师生的首选教材，受到了普遍的欢迎。

<<经济谈判>>

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>