

<<技术创业>>

图书基本信息

书名：<<技术创业>>

13位ISBN编号：9787560624082

10位ISBN编号：7560624081

出版时间：2010-5

出版时间：王林雪、康晓玲 西安电子科技大学出版社 (2010-05出版)

作者：王林雪，康晓玲 著

页数：274

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>

<<技术创业>>

前言

创业是指为了满足市场需求而进行开创新企业或改进原企业的一种市场活动。

创业是人类摆脱贫穷走向富裕的根本途径。

世界经济在近代以来不断增长与发展，其根本原因是人们不断地创业创新。

从全球范围来说，在人类进入21世纪后，创业已成为经济发展、社会进步的原动力。

当今的世界发达国家，“创业型经济”日趋活跃，不但刺激了生产力发展，加剧了经济竞争，而且在创业中实现了产业结构的升级、要素的合理流动和配置、就业的增长、技术的进步、生产方式和生活方式的变革，还加快了经济全球化发展。

20世纪80年代以来，在发达国家，随着经济环境的变革，新技术成果不断涌现，经济体制日益宽松，市场结构不断优化，市场环境更加开放，中小型科技公司活跃，创业的扶持政策日趋完善，极大地促进了创业活动特别是技术型创业经济的发展。

21世纪以来，创业型经济成为了发达国家经济活动的重要特征，并成为了一种新的经济形态。

所谓创业型经济，是指基于企业家的创意和创新，以新办创业型公司为重要途径，在微观上实现企业家的个体价值，在宏观上促进国家经济发展的一种经济形态。

创业型经济的基本特征主要表现为创业活动多，创业启动和退出率较高，技术创新发明与专利多，研发投入和人力资本投入密集，经济增长率和就业率高。

与传统经济形态相比，创业型经济具有更宽松的市场体制，更合理的市场结构，更具激励作用的创业扶持政策，更开放的市场环境。

正是由于日趋活跃的创业型经济，才推动了发达国家的经济增长和发展。

对于许多发展中国家而言，正是由于体制和环境的制约，创新创业不够活跃，才造成了经济增长和发展缓慢，就业压力日益增大，民生问题丛生，社会不稳定。

因此，发展中国家应该在学习和借鉴发达国家经验的基础上，结合本国的国情，创造激励创新创业的环境、体制与政策，以此作为促进经济增长、扩大就业、改善民生、稳定社会的途径。

<<技术创业>>

内容概要

《技术创业：商务谈判与推销技术》介绍了商务谈判与推销活动的原理、方法、策略和技巧。全书内容包括：商务谈判概论、商务谈判组织与管理、商务谈判策略与技巧、国际商务谈判、推销概论、推销理论、推销三要素、推销技术与方法、推销管理。

《技术创业：商务谈判与推销技术》在向读者提供大量典型案例的基础上结合心理学、行为学、管理学等多学科的研究成果，揭示了商务谈判与推销活动的逻辑和规律，体现了《技术创业：商务谈判与推销技术》融知识性、科学性、操作性、时效性为一体的特点。

《技术创业：商务谈判与推销技术》内容新颖，通俗生动，突出知识的系统性和实用性，强调实践能力的培养。

《技术创业：商务谈判与推销技术》可作为MBA、工商管理专业和市场营销专业的本科生课程教材，也可以作为营销理论工作者、营销教学人员、企业创业者创业培训的教材。

对希望了解商务谈判与推销知识的读者来说，《技术创业：商务谈判与推销技术》也是一本理想的入门读物。

书籍目录

第1章 商务谈判概论重点提示阅读资料1.1 谈判1.1.1 谈判的内涵及特点1.1.2 谈判的基本构成要素1.1.3 谈判过程1.2 商务谈判的性质与特征1.3 商务谈判的原则与作用1.3.1 商务谈判的原则1.3.2 商务谈判在创业企业中的作用1.3.3 商务谈判的三步骤1.4 商务谈判的类型1.4.1 工程承包谈判1.4.2 技术贸易谈判1.4.3 产品交易谈判1.4.4 租赁业务谈判1.4.5 资金谈判1.5 商务谈判的理论与成功模式1.5.1 商务谈判的理论1.5.2 商务谈判的成功模式讨论与复习题案例分析第2章 商务谈判组织与管理重点提示阅读资料2.1 商务谈判的人员组织2.1.1 谈判人员的素质要求2.1.2 谈判组织人员的结构2.2 商务谈判的信息组织2.2.1 谈判信息的收集与整理2.2.2 谈判信息准备的内容2.2.3 谈判对手的调查分析2.3 商务谈判方案的制定2.3.1 谈判的主题和目标2.3.2 谈判方案的内容2.3.3 谈判议程的拟定2.4 谈判现场的管理2.4.1 谈判现场的布置2.4.2 谈判信息的保密2.4.3 谈判人员的现场管理讨论与复习题案例分析第3章 商务谈判策略与技巧重点提示阅读资料3.1 开局阶段的策略与技巧3.1.1 建立适宜的谈判气氛3.1.2 掌握正确的开局方式和策略3.1.3 几种主要的开局策略3.2 报价和磋商阶段的策略与技巧3.2.1 报价的策略3.2.2 讨价还价的策略3.2.3 让步的策略3.2.4 磋商阶段的僵局3.3 成交阶段的策略和技巧3.3.1 谈判成交的判断技巧3.3.2 最后让步的技巧3.3.3 最后成交的策略与技巧3.4 商务谈判的沟通技巧3.4.1 商务谈判的语言特征3.4.2 叙述和论辩的技巧3.4.3 提问和回答的技巧3.4.4 观察和倾听的技巧讨论与复习题案例分析第4章 国际商务谈判重点提示阅读资料4.1 国际商务谈判概述4.1.1 国际商务谈判与国内商务谈判的共性特征4.1.2 国际商务谈判与国内商务谈判的区别4.1.3 国际商务谈判成功的基本要求4.2 国际商务谈判中的文化差异4.2.1 语言及非语言行为4.2.2 风俗习惯4.2.3 思维差异4.2.4 价值观4.2.5 人际关系4.3 不同区域和国家的谈判风格4.3.1 美洲人的谈判风格4.3.2 欧洲人的谈判风格4.3.3 亚洲人的谈判风格4.3.4 大洋洲人和非洲人的谈判风格讨论与复习题案例分析1案例分析2第5章 推销概论重点提示阅读资料5.1 推销的概念与特征5.1.1 推销的概念5.1.2 推销的特征5.2 推销的发展历程5.3 推销的定位和作用5.3.1 推销的定位5.3.2 推销的作用5.4 推销的基本原则5.4.1 顾客导向5.4.2 诚信为本5.4.3 利互惠5.4.4 说服诱导5.5 推销的基本程序讨论与复习题案例分析第6章 推销理论重点提示阅读资料6.1 推销三角理论6.1.1 推销人员对所推销商品的信任6.1.2 推销人员对所代表企业的信任6.1.3 推销人员对自身的信任6.2 推销方格理论6.2.1 推销人员方格6.2.2 顾客方格6.2.3 推销人员方格与顾客方格的配比6.3 推销模式理论6.3.1 艾达 (AIDA) 模式6.3.2 爱德帕 (IDEPA) 模式6.3.3 费比 (FABE) 模式6.3.4 随即制宜模式6.4 顾客购买行为理论6.4.1 顾客类型6.4.2 顾客购买行为影响因素6.4.3 顾客购买决策过程6.5 顾客满意度和顾客忠诚度理论6.5.1 顾客满意度理论6.5.2 顾客忠诚度理论讨论与复习题.....第7章 推销三要素第8章 推销技术与方法参考文献后记

章节摘录

插图：(2) 谈判是两方以上的社会交际活动，参与主体必须是两方以上，只有一方的参与是不能进行谈判活动的。

(3) 谈判是人们寻求和改善社会关系的沟通行为。

人类的所有活动都是在一定的社会环境中进行的，逐渐建立起社会关系网络，汇集社会资源，以便能够得到持续的发展。

(4) 谈判是一种协调行为的过程。

在利益的分配中，由于各方的立场、观点、思维方式的不同，会出现认识差异、纠纷、矛盾，从而导致各方的需要不能同时得到满足。

通过谈判寻求共同的认识，解决纠纷与矛盾，协调各方的利益需求，这需要一定的时间，也需要有一个过程，而且还会反复多次。

(5) 任何谈判都需要选择合适的时间和地点。

谈判时间与地点的选择是谈判活动的重要组成部分，会直接影响谈判的进行和结果。

一般性的谈判虽然对时间与地点的选择没有什么特殊的要求，但在企业之间、团体之间乃至国家之间进行的谈判对时间与地点的选择是很讲究的。

例如，技术贸易谈判、购销谈判、项目谈判、融资谈判等都非常看重对时间和地点的选择，军事谈判更注重对地点的选择。

综上所述，谈判是指双方或多方之间通过相互沟通与协商寻求对某一重大问题的解决办法，或者是通过商讨获得对某事达到某种程度的一致看法的行为和过程。

其中既有沟通合作，也有妥协让步。

2. 谈判的特点谈判活动表现出的特点体现在以下几个方面：(1) 谈判是获取与让步的统一。

谈判是双方或多方之间的利益分配，每一方都想实现利益最大化，每一方都是怀着最高的利益目标和最低的利益界限进入谈判。

于是，磋商、协议的过程便是一个讨价还价的过程，通过妥协、让步，最终达成协议，以各方获得可以接受的利益结束谈判。

(2) 谈判是合作与冲突的统一。

谈判具有合作性，因为谈判协议的达成是以各方获得利益为前提的，是对各方都有利的。

只有本着让利、合作的态度进行谈判，才可使谈判获得成功。

谈判具有冲突性，因为谈判各方都希望获得尽可能多的利益，意见或观点的不一致体现了谈判双方或各方的利益冲突。

所以，谈判中才会有积极的讨价还价来化解矛盾与冲突。

后记

商务谈判与推销既是一门科学，又是一门艺术。

随着市场经济的不断发展和完善，商务谈判和推销活动已经成为社会经济生活中普遍存在的现象，引起了包括企业界在内的全社会的广泛关注。

加强对商务谈判和推销行为的理论研究，解释它们的内在规律，在方法、策略和技巧上为创业企业规划商务谈判和推销行为提供基本的理论依据，具有十分重要的现实意义。

本书在论述基本理论、基本观点的基础上，侧重介绍了有关策略和技巧，并引用了大量的实例，以期增强实用性和可操作性，通过学习使读者的谈判和推销能力有较大提高。

本书在构思和写作中，注重文字的可读性并辅之必要的练习，希望其成为便于自学和教学的读本。

本书写作提纲由集体讨论最终拟订，编写的具体的分工是：第1章由王林雪编写，第2章和第3章由张会新编写，第4章由康晓玲编写，第5章和第9章由陈兴和秦岭编写，第6~8章由陈兴编写。

全书由王林雪、康晓玲统稿。

本书在编写过程中参考了大量相关资料，书中的许多理论及其体系凝结了营销学界同行的研究成果，是集体智慧的结晶，在此对这些文献资料的作者一并表示感谢。

由于时间仓促，书中的不妥及错漏之处诚望广大读者予以指正。

<<技术创业>>

编辑推荐

《技术创业:商务谈判与推销技术》是创业教育系列丛书。

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>