

<<国际商务谈判-第四版>>

图书基本信息

书名：<<国际商务谈判-第四版>>

13位ISBN编号：9787566303165

10位ISBN编号：7566303163

出版时间：2012-6

出版时间：对外经贸大学出版社

作者：刘园 编

页数：339

字数：442000

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>

## <<国际商务谈判-第四版>>

### 内容概要

国际商务谈判作为国与国之间、企业与企业之间经济交往的重要环节，在很大程度上决定着交易的成败、企业的兴衰和国家的富强。

商场如战场，谈判桌上的风云变幻、波澜起伏，不仅会使缺乏谈判经验的谈判者穷于应付，即使老练的谈判工作者，有时也难免束手无策。

而谈判本身，特别是国际商务谈判，更成为浩瀚商海甚至是国家利益输赢博弈的“战略制高点”。

## 作者简介

刘园，经济学博士、教授、博士生导师；世界经济学会国际贸易与投资专业委员会常务理事、北京市经济学协会理事、国际贸易学会理事、亚太学会常务理事；中国国际贸易中心、深圳华为集团、北京铜牛集团、北京酋旅集团等企业顾问；中央电视台，北京电视台兼职专家主持人，主持栏目《赢家》、《国际双行线》等。

其主持研究的课题“企业管理者激励机制分析”荣获2002年教育部提名国家科技进步一等奖；其任执行主编的“股票期权激励制度”系列丛书荣获2002年人事部优秀科研成果一等奖；其主编的《国际金融实务》，《国际商务谈判》均入选“高等教育国家十一五规划教材”。

主要学术成果：《金融危机的防范与管理》、《国际金融风险管理》、《商业银行表外业务与风险管理》、《金融机构与金融工具》、《外汇交易与管理》、《商业银行管理》，《国际金融实务》、《证券投资基金与创业板市场》、《股票期权制度分析》（系列丛书5本）、《国际商务谈判》等。

<<国际商务谈判-第四版>>

书籍目录

- 第一章 国际商务谈判概述
  - 第一节 国际商务谈判的概念及特点
  - 第二节 国际商务谈判的形式
  - 第三节 我国国际商务谈判的基本原则
- 第二章 国际商务谈判的主要类型
  - 第一节 国际货物贸易谈判
  - 第二节 国际技术贸易谈判
  - 第三节 国际补偿贸易谈判
  - 第四节 国际融资租赁业务谈判
- 第三章 国际商务谈判人员的组织与管理
  - 第一节 商务谈判人员的个体素质
  - 第二节 商务谈判人员的群体构成
  - 第三节 商务谈判人员的管理
- 第四章 国际商务谈判前的准备
  - 第一节 国际商务谈判前的信息准备
  - 第二节 谈判目标与对象的确定
  - 第三节 谈判方案的制定
  - 第四节 模拟谈判
  - 第五节 确定谈判中各交易条件的最低可接受限度
- 第五章 国际商务谈判各阶段的策略
  - 第一节 国际商务谈判策略
  - 第二节 开局阶段的策略
  - 第三节 报价阶段的策略
  - 第四节 磋商阶段的策略
  - 第五节 成交阶段的策略
  - 第六节 处理僵局的策略
- 第六章 国际商务谈判中的技巧
  - 第一节 国际商务谈判技巧概述
  - 第二节 国际商务谈判中“听”的技巧
  - 第三节 国际商务谈判中“问”的技巧
  - 第四节 国际商务谈判中“答”的技巧
  - 第五节 国际商务谈判中“叙”的技巧
  - 第六节 国际商务谈判中“看”的技巧
  - 第七节 国际商务谈判中“辩”的技巧
  - 第八节 国际商务谈判中“说”的技巧
- 第七章 各大洲文化差异对谈判的影响
  - 第一节 影响国际商务谈判风格的文化因素
  - 第二节 美洲商人的谈判风格、礼仪与禁忌
  - 第三节 欧洲商人的谈判风格、礼仪与禁忌
  - 第四节 亚洲商人的谈判风格、礼仪与禁忌
  - 第五节 大洋洲商人和非洲商人的谈判风格、礼仪与禁忌
- 第八章 国际商务谈判礼仪
  - 第一节 国际商务谈判礼仪惯例
  - 第二节 日常交往礼仪
- 第九章 国际商务谈判经典案例分析

<<国际商务谈判-第四版>>

案例一 谈判是这样完成的

案例二 世界气候谈判

案例三 温商收购中东卫视揭秘

案例四 中、日、俄角力石油管道

案例五 美日半导体谈判

案例六 克莱斯勒公司起死回生记

案例七 强强合作 利益至上

案例八 将计就计有勇有谋

案例九 三强争“魁” 能者胜出

案例十 积极应诉通力协作

参考书目

章节摘录

版权页：（二）按谈判信息的载体来划分 按信息载体划分信息，可以把信息分为语言信息、文字信息、声像信息和实物信息。

语言信息是指通过座谈、交流所获得的信息以及在公共场所听到的信息。

文字信息是指用文字记录下来信息资料，包括各种文献、文件、报刊资料及复制品、产品目录、产品说明书等。

声像信息是指通过图片、绘画、电影、电视、广播、录像、电话、幻灯、录音等获得的信息。

实物信息是指各种以样品作为载体的信息。

（三）按谈判信息的活动范围来划分 按信息活动范围划分，可将信息划分为经济性信息、政治性信息、社会性信息和科技性信息。

经济性信息是指与企业发展有关的各种信息，主要包括国民经济发展的信息，财政、金融、信贷方面的信息，经济资源信息，等等。

政治性信息是指由于某一政治活动的发生、政治事件的出现而引起市场变化的信息，如战争爆发引起的物价上涨等。

社会性信息是指与市场经营、销售有关的社会风俗、社会风气、社会心理、社会状况等方面的信息。

科技性信息是指与企业产品研制、设计、生产、包装有关的信息。

三、谈判信息收集的主要内容 谈判信息收集的主要内容包括市场信息、有关谈判对手的资料、科技信息、有关政策法规、金融方面的信息和有关货单、样品的准备。

（一）市场信息的概念及其主要内容 1.市场信息的概念 市场信息是反映市场经济活动特征及其发展变化的各种消息、资料、数据、情报的统称。

它通过语言表达作为传递工具，或者说，市场信息是由语言组成的。

市场信息所用的语言，有自然语言和人工语言。

自然语言包括口头语言、书写文字，等等。

人工语言是为了传递信息特征而由人们创造出来的，如数学上的专用语言、计算机语言，等等。

人工语言的使用，可以弥补自然语言结构容易产生的意思不够明确以及不够精练等缺陷。

市场信息的语言组织结构有两种形式：一种是文字式结构，主要是通过文字叙述来表达市场信息的内容；另一种是数据式结构，它是反映市场运行数量关系的数字及必要的文字，按一定规范相互联结起来形成的结构，如统计报表等。

<<国际商务谈判-第四版>>

编辑推荐

《高等院校国际经贸专业规划教材:国际商务谈判(第4版)》由外经济贸易大学出版社出版。

<<国际商务谈判-第四版>>

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>