

<<商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判>>

13位ISBN编号：9787564212865

10位ISBN编号：7564212861

出版时间：2012-4

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：付强,施海霞 主编

页数：180

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>>

内容概要

付强等编著的《商务谈判》共分八章，第一、二、三章属于基本原则和原理部分，第四、五、六章侧重商务谈判的实用策略和技巧，第七章为商务谈判的基本礼仪，第八章简要介绍了涉外谈判即国际商务谈判以及不同国家、地区商人的商务谈判风格。

每章前设有“学习目标”和“导入案例”，正文在丰富的教学资料基础上辅以“案例”和“扩展阅读”，章后设有“本章小结”和“课后思考”。

为适应现代高职教育人才培养的要求，特别在每章后安排了“实训指导”，旨在通过实训增强广大学生的实践动手能力，真正体现出商务谈判的艺术性特征。

《商务谈判》理论内容全面而简洁，以“够用”为度，语言平实，案例丰富，可读性、实用性强，适用于市场营销、国际贸易、工商管理及其他经济管理类专业学生使用，同时也可作为商务人员的参考用书。

<<商务谈判>>

书籍目录

前言

第一章 商务谈判概述

第一节 商务谈判的概念和特点

第二节 商务谈判的原则

第三节 商务谈判的分类

第四节 商务谈判的基本程序与评价标准

本章小结

课后思考

案例分析

实训项目

第二章 商务谈判的心理与思维

第一节 商务谈判的心理

第二节 商务谈判的思维

本章小结

课后思考

案例分析

实训项目

第三章 商务谈判的准备

第一节 谈判人员准备

第二节 商务谈判的可行性分析

第三节 商务谈判目标的确立

第四节 商务谈判方案及其执行计划

本章小结

课后思考

案例分析

实训项目

第四章 商务谈判的开局及其策略

第一节 营造良好的谈判气氛

第二节 开局阶段的影响因素

第三节 开局阶段的谈判策略

本章小结

课后思考

案例分析

实训项目

第五章 商务谈判的磋商及其策略

第一节 商务谈判的报价

第二节 磋商阶段的原则与策略

本章小结

课后思考

案例分析

实训项目

第六章 商务谈判的成交与签约

第一节 商务谈判成交阶段的判断

第二节 商务谈判的结果与协议的签订

第三节 商务谈判的总结与管理

<<商务谈判>>

本章小结

课后思考

案例分析

实训项目

第七章 商务谈判礼仪

第一节 商务谈判礼仪概述

第二节 一般性的商务礼仪

第三节 商务谈判过程中的礼仪

第四节 中西文化差异对商务谈判礼仪的影响

本章小结

课后思考

案例分析

实训项目

第八章 世界各国商务谈判的风格

第一节 文化差异与谈判风格的形成

第二节 亚洲的商务谈判风格

第三节 美洲的商务谈判风格

第四节 欧洲的商务谈判风格

第五节 大洋洲的商务谈判风格

第六节 非洲的商务谈判风格

本章小结

课后思考

案例分析

实训项目

参考文献

<<商务谈判>>

章节摘录

版权页： 2.安全需要 在生理需要满足以后，就会产生安全需要。

和挨饿的人一样，一个寻求安全保障的人对生活的全部看法因缺乏安全感而受到影响。

在他看来，任何事物都不如求得安全那么合乎需要。

在战争年代，家破人亡不能阻止人们求生的本能。

3.归属和爱的需要 在生理与安全的需要得到合理满足以后，追求爱与友情的需要就占据了主导地位。

这种对朋友、爱人和家庭的渴望，可以完全支配一个孤独的人。

在忍饥挨饿、凶险临头的时候，他只想获得食物、获得保护。

一旦这些需要得到满足，他对爱的向往便超乎人世间一切事物之上了。

他渴望同人们建立起一种充满友情的关系，渴望成为某个群体中的一员，渴望交流感情，渴望关怀与爱护。

总的来说，人是群体动物，离群索居无异于自取灭亡。

4.尊重的需要 这是人类希望实现自己的潜在能力、取得成就、对社会有较大贡献、能够得到别人尊重的欲求。

实际上，这是一个多种需要的集合，包括自尊、自重、威信和成功，具体表现为希望自己有能力和有成就、能胜任工作，渴望得到别人的赏识和高度评价、得到名誉和荣耀。

这种心理需要在谈判活动中最典型的表现就是有人喜欢显示自己的身份、地位、权威，有人特别要面子，有人喜欢听别人的恭维话，也有人喜欢排场、阔气与豪华。

人们在谈判时可能会为了维护面子与尊严愤而退出谈判，放弃他原打算进行的交易，也可能为了取得令人钦佩的谈判业绩，废寝忘食、夜以继日地工作。

5.求知与理解的需要 这是人类希望不断增添学识与智能、充分探究未知世界的欲求。

在一个正常人身上，存在着一种寻求、探索和理解有关自己周围环境知识的基本动力。

一种活跃的好奇心策动着每个人，激励着人们去尝试，使人们为神秘与未知所吸引，探索和解释未知的需要是人类行为的一个基本要素。

求知与理解的需要必须以自由和安全为先决条件，只有在自由和安全的条件下，这种好奇心才可能得到发挥。

6.审美的需要 这是人类追求美好事物、寻求美的感受的欲求。

处在丑的环境里，有些人甚至卧床不起；换一个美的环境，他又重新站起来了。

这种对美的渴求在艺术家中最为激烈。

对于丑的东西，有些艺术家是无法容忍的。

马斯洛把一个人“情不自禁地要把墙上的画挂正”的行为也归结为对美的需求。

7.自我实现的需要 这是人类最高层次的需要，即每个人都处在最适合于他的工作岗位，充分发挥每个人的能力，实现自我价值。

所以人们也称这一层次的需求为创造性的需求。

以谈判活动为例，有项目负责人、专业人员、辅助人员，每个人所具备的能力与应发挥的作用是不一样的。

领导者不但要能够把谈判小组中每个成员协调在一起，充分发挥着集体的智慧，还要使谈判小组的成员明确各自承担的具体工作，使其各司其责，使谈判活动取得理想的效果。

<<商务谈判>>

编辑推荐

《高职高专经济管理类"十二五"规划教材:商务谈判》理论内容全面而简洁,以“够用”为度,语言平实,案例丰富,可读性、实用性强,适用于市场营销、国际贸易、工商管理及其他经济管理类专业学生使用,同时也可作为商务人员的参考用书。

<<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>