第一图书网, tushu007.com

<<国际商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<国际商务谈判>>

13位ISBN编号：9787122122957

10位ISBN编号：7122122956

出版时间：2011-6

出版时间：化学工业出版社

作者：曲扬

页数：238

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

前言

谈判无处不在。
每个人每天都会面临大大小小的问题、冲突，乃至一些至关重要的人际关系问题，即使是生活在孤岛上的鲁滨逊也要和仆人“ 星期五 ”打交道。
只要有冲突需要去解决，就一定需要谈判。
美国著名谈判专家荷伯 · 科恩说：“ 你的现实世界是一个巨大的谈判桌，不管你愿意与否，你都是一个谈判者。
”谈判不是论战，也不需要分出胜负。
恰恰相反，谈判应该是一场利己的合作，谈判各方在谋求自身利益的同时，也应该照顾到对方的利益需求。
共赢的结果是令各方都会满意，同时也必将带来更长久的合作和更积极、健康的关系。
本书对哈佛原则谈判法进行了较为详尽的阐述，并在全书中秉承这一理念，认为谈判首先建立在双方互信的基础上，以共赢和长期合作为目标。
然而，现实中的谈判难免会遇到形形色色的对手，他们会使用各种所谓的谈判技巧和谋略以谋求其单方面的利益，因此本书又将谈判中常用的战略战术技巧辅以介绍，以供读者参考。
随着我国市场经济的不断发展和融入经济全球化的进一步深入，国际商务谈判在我国社会经济活动中扮演了愈加重要的角色，发挥了愈加重要的作用。
我国已经加入了WTO，国际商务谈判对许多经济组织而言，将会变得日益普遍。
因而，如何认识谈判，怎样进行谈判，以及如何成功谈判，成为人们渴望了解和迫切需要掌握的一门新知识和新技能。
国际商务谈判涉及国际商务知识，更重要的，涉及不同的文化和语言背景。
这些都对谈判人员提出了更高的要求。
本书是在作者多年教学和实践经验的积累上完成的。
书中案例和模拟谈判均在教学课堂上经过多年实践，学生反响良好。
由于案例分组作业，激发和培养了学生的合作愿望和合作精神，而这些也正是国际商务谈判的精神实质。
本书内容共分为三大模块：第一为理论篇，是国际商务谈判的基础理论部分，系统阐述有关国际商务谈判的基本概念、原理、原则和类型，即书中第一章至第四章内容；第二为实务篇，介绍国际商务谈判具体的实务操作，包括国际商务谈判的准备、国际商务谈判的进程以及谈判各个阶段中策略的应用，即书中第五章至第七章内容；第三为艺术篇，分析国际商务谈判心理、国际商务谈判的沟通技巧、国际商务谈判礼仪以及各国商人的谈判风格，并分析不同国家的文化及其对谈判风格的影响，即书中第八章至第十一章内容。
通过本书的学习，可以对国际商务谈判的基本知识、基本概念和基本理论有一个较为全面的理解和认识，对国际商务谈判的实务有一个初步的体验，对国际商务谈判的艺术和技巧有一个较为系统的把握，从而提高在社会科学方面的素养、社会交往方面的能力，以及在谈判活动中的技能。
本书每个章节均配有针对本章内容设计的思考题和案例分析题，部分章节配有模拟谈判案例。
模拟谈判是对实践中的各类国际商务谈判场景进行的模拟，方便读者根据给定条件进行实训，增强对谈判策略和技巧的把握。
这些对于分析问题、解决问题的能力、实际沟通和谈判能力的提高均会有所帮助。
在经济全球化、一体化与区域集团化迅猛发展，以及在我国加入WTO的大背景下，涉外专业的高级管理人才和国际化人才的培养，迫在眉睫。
与此同时，人才市场也呈现出对国际商务谈判人才的强烈渴求态势。
许多企业，尤其是正在或是计划发展国际业务的企业，急切地需要一批熟悉世界贸易组织规则并能够直接参与国际谈判的高级人才。
本书作为教材或参考书籍，主要面向高等学校国际经济与贸易等经济管理类专业的学生，为培养21世纪高素质的管理人才提供更全面和完善的知识体系。

另一方面，无论是大学在校学生的求职过程中，还是已在工作岗位的职员、经理人员或销售代表的日常工作中，均对如何提高自身沟通能力和谈判技巧有着强烈的求知欲。
因此，本书同时也可供政府部门工作人员、工商企业管理人员、外贸人员等参阅。
而作为普通读者，书中介绍的诸多沟通技巧也可提供有益的启示。
本书相关电子教案可免费提供给采用本书作为教材的院校使用，如有需要请登录教育资源网（www.cipedu.com.cn）。
本书的编写参阅了大量国内外专著，借鉴了众多国内外专家、学者的研究成果，在此表示感谢！
遗漏未列出的文献，敬请原作者谅解，并在此一并致谢！
由于知识水平和时间所限，书中仍存在不足及疏漏之处，敬请读者批评指正。
编者2011年6月

内容概要

国际商务谈判是国际商务知识、沟通能力、谈判技能以及复杂语言文化背景的交叉学科。
本书内容共分为三大模块：第一为理论篇，是国际商务谈判的基础理论部分，系统阐述有关国际商务谈判的基本概念、原理、原则和类型；第二为实务篇，介绍国际商务谈判具体的实务操作，包括国际商务谈判的准备、国际商务谈判的进程以及谈判各个阶段中策略的应用；第三为艺术篇，分析国际商务谈判心理、国际商务谈判的沟通技巧、国际商务谈判礼仪以及各国商人的谈判风格，并分析不同国家的文化及其对谈判风格的影响。

本书每个章节均配有针对本章内容设计的思考题和案例分析题，部分章节配有模拟谈判案例。
模拟谈判是对实践中的各类国际商务谈判场景进行的模拟，方便读者根据给定条件进行实训，增强对谈判策略和技巧的把握。
这些对于分析问题、解决问题的能力及实际沟通和谈判能力的提高均会有所帮助。

本书可作为高等学校国际经济与贸易等经济管理类专业的教材或教学参考用书，也可供政府、工商企业管理人员、外贸人员等参考。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第一编　理论篇——国际商务谈判的基础理论
第一章　国际商务谈判的基本概念
【开篇小测试】你是什么样的谈判者？
第一节　谈判的产生
第二节　有关谈判的基本术语
第三节　国际商务谈判的基本要素
第四节　谈判理念
【思考题】
【案例分析】了解自己的BATNA的国王
第二章　国际商务谈判理论
【导入案例】范蠡错派使者害子
第一节　博弈论
第二节　公平理论
第三节　信息论
第四节　黑箱理论
【思考题】
【案例分析】“嗯，我不知道……”
第三章　国际商务谈判的基本原则
【导入案例】哈佛原则谈判法的诞生
第一节　对事不对人
第二节　关注利益而非立场
第三节　开发共赢方案
第四节　引入客观标准
第五节　国际商务谈判的原则
【思考题】
【案例分析】武汉野生动物园的“砸奔”事件
第四章　国际商务谈判的基本类型
【导入案例】WTO与两个人打架
第一节　双方谈判与多方谈判
第二节　小组谈判与个人谈判
第三节　横向谈判与纵向谈判
第四节　主场谈判与客场谈判
第五节　软式谈判、硬式谈判与原则式谈判
第六节　两分法谈判与整合型谈判
第七节　国际商务谈判的内容类型
【思考题】
【案例分析】松下电器公司与飞利浦公司的谈判
【模拟谈判】丝绸销售
第二编　实务篇——国际商务谈判的策略
第五章　国际商务谈判的准备
【导入案例】中国、日本农机设备贸易谈判
第一节　谈判人员准备
第二节　谈判信息收集
第三节　谈判方案的制订

第四节　谈判物质准备
【思考题】
【案例分析】联想并购ＩＢＭ
【模拟谈判】旅馆销售
第六章　国际商务谈判的进程
【导入案例】美丽的亚美利加
第一节　谈判开局阶段
第二节　谈判磋商阶段
第三节　谈判结束阶段
第四节　国际商务谈判签约
第五节　国际商务谈判的成功模式
【思考题】
【案例分析】关于中国“构成整车特征的汽车零部件进口管理办法”的争议
第七章　国际商务谈判的策略
【导入案例】中国民航购买波音787型客机
第一节　报价策略
第二节　讨价还价策略
第三节　打破僵局的策略
第四节　扭转劣势的策略
第五节　情感控制策略
【思考题】
【案例分析1】荷伯?科恩的日本之旅
【案例分析2】汤姆的二手车交易
【案例分析3】塑料编织袋厂长的策略
【模拟谈判】二手车销售
第三编　艺术篇——国际商务谈判的艺术
第八章　国际商务谈判心理
【导入案例】墨西哥市历史上以最低价格购买毛毯披肩的人
第一节　谈判的心理基础
第二节　谈判者的气质类型
第三节　个性与谈判风格——谈判AC模型
第四节　谈判中的心理挫折
【思考题】
【案例分析】留学生小王的购物经历
第九章　国际商务谈判沟通技巧
【导入案例】倾听改善客户关系
第一节　国际商务谈判中“听”的艺术
第二节　国际商务谈判中“说”的艺术
第三节　国际商务谈判中“问”的艺术
第四节　国际商务谈判中“答”的艺术
第五节　国际商务谈判中的非语言沟通技巧
【思考题】
【案例分析】感谢上帝，我终于明白了！

第十章　国际商务谈判礼仪
【导入案例】蒂凡尼的丝带
第一节　初次见面礼仪

第二节　宴请活动的礼仪
第三节　国际商务谈判的仪表服饰礼仪
【思考题】
【案例分析】美国AW公司与中国某助听器企业的初次见面
第十一章　各国商人的谈判风格
【导入案例】美国、日本广播公司谈判
第一节　各国商人的谈判风格
第二节　东西方文化差异对谈判风格的影响
【思考题】
【案例分析】澳大利亚与日本的砂糖谈判
参考文献

章节摘录

版权页：插图：谈判当事人，即谈判活动中有关各方面的参与者，一般有台前幕后两类人员，即：参与谈判的一线谈判人员和不直接参与谈判的台下人员。
一线谈判人员，除一对一谈判以外，通常包括谈判负责人、主谈人和陪谈人。
谈判负责人是一线谈判的直接责任者，他（她）可能在谈判桌上的话语并不多，但能起到控制、引导谈判进程以及发挥场上核心领导的作用。
在必要的时候，谈判负责人对主谈人的阐述进行某些补充或者是及时的更正，对关键问题进行把握和决策。
主谈人是谈判桌上的主要发言人，也称首席谈判代表。
主谈人按照既定的谈判策略向对方阐明自己的观点并进一步磋商，包括说服对方接受己方方案或寻求对双方来说都能接受的方案。
主谈人有时也是谈判负责人。
陪谈人包括谈判所需要的专业技术人员、记录人员、翻译人员等，他们主要负责在谈判中提供必要的咨询、记录谈判过程以及翻译工作等。
台下的谈判人员，是指虽不出席谈判，但对谈判有重要影响或起重要作用的幕后人员，如谈判主管单位的领导和谈判辅助人员等。
其中，谈判主管单位的领导主要负责组建谈判班子、审核谈判方案、适当干预谈判进程；而谈判辅助人员则主要负责谈判资料的准备和谈判背景分析的工作。
有关谈判人员的准备，本书将在第五章作详尽介绍。
二、谈判议题谈判当然是围绕着一定的议题展开的，谈判主体开展谈判通常是寻求这些问题的解决方法。
谈判是一种特殊的沟通活动，与一般的沟通不同，谈判必须围绕某些相对固定的议题展开，并寻求其解决方案。
谈判议题，就是指谈判所需商议的具体问题。
任何涉及当事方利益需要的内容都可以成为谈判议题。
谈判议题必须是各方利益关注的焦点，而不是任一方单方面的意愿，因此谈判议题最大的特点是当事各方认识的一致性。
谈判议题的类别形式按其涉及的内容形式，可以分为政治议题、经济议题、文化议题；按其重要程度，可以分为重点议题、一般议题等。
由于谈判议题的多样性，谈判的复杂程度也各不相同。
并不是随便什么问题都可以作为谈判议题的，一个问题要成为谈判议题，一般需要具备以下两个条件。
第一，与谈判主体的利益相关，即该议题关系到了谈判双方和多方的利益。
比如：关于北方四岛问题，只能由日本和俄罗斯两国去谈，对于这两个国家来说，北方四岛的主权问题当然是重要的谈判议题。
对于局外人来说，它便不能构成谈判的议题，而只能作为谈话议题。

编辑推荐

《国际商务谈判》为21世纪跨国企业管理规划教材之一。

第一图书网, tushu007.com

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