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：9787209048798

10位ISBN编号：7209048790

出版时间：2010-1

出版时间：张吉国 山东人民出版社 (2010-01出版)

作者：张吉国 编

页数：316

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

“ 21世纪国际经贸精品教材 ”是山东人民出版社精心打造的大学经济类学生的系列教科书。
出版社的想法是，“ 这套教材既要成为大学本科和高职院校经济类学生的精品教材，又要成为其他各类人员自学国际经济与贸易的通俗读物 ”。
这一要求看似简单，其实是很高的目标。
山东人民出版社的同志委托我牵头组织教材的编撰事宜，是对我的信任和重托，我十分感谢他们。
但是，说实话，一开始对是否接受这一任务，我还是颇为踌躇的。
一是因为现在市面上这类教材，虽然质量上良莠不齐，但数量上可谓汗牛充栋，再组织一套这类教材到底有无必要。
二是因为要编写出一本理论性、实践性、前沿性、通俗性等等特质皆具的教材是一件十分困难的事情，何况还是一套系列教材。
三是按目前各高校比较通行的人才评价体系，似乎编写教材是一件“ 机会成本 ”很高的事情，能否组织起一支优秀的学者队伍未可知。
中国世界经济学会山东省的三位常务理事卢新德教授、范爱军教授、李平教授及山东省各本科院校经济贸易类院、系诸位院长、系主任的积极加盟，使我树立了信心；特别是近几年国际经济理论的不断发展和国际经济实践的规则、程序等发生了很多变化，使我深深感到，把这些最新的理论和实践纳入教科书，系统的介绍给广大的莘莘学子，也是我们这些学人的责任。
人类社会在经历了一个多世纪的战争、危机、和平与发展之后，进入了以经济全球化日益发展和国际经贸活动日益深化为重要特征的新的时期。
一是国际贸易成为国际交往中最活跃的活动之一，全球国际贸易的增长速度超过了世界生产的增长速度。
虽然受到金融危机的影响，2008年全球商品出口仍然增长了15%达15.78万亿美元，服务出口亦增长11%达3.73万亿美元。
国际贸易推动着市场的国际化，成为各国经济发展和世界经济增长的重要引擎；二是国际直接投资的迅速增长。
国际直接投资是生产资本国际化的实现形式，体现了资本循环突破国界不断扩展的趋势。

内容概要

《国际商务谈判》主要讲授了国际商务谈判的特点、类型、原则和程序，国际商务谈判的准备和过程，国际商务谈判合同签订和履行，国际商务谈判心理，国际商务谈判各阶段的策略和技巧，国际商务谈判礼仪，不同国家和地区的谈判风格，以及国际商务谈判风险管理。
这些内容紧密相联、互相影响，构成了完整的国际商务谈判体系。
国际商务谈判是一门实践性很强的综合性应用课程，涉及经济学、管理学、语言学、逻辑学、心理学、社会学、文化学、民俗学等诸多学科。
本教材在讲述国际商务谈判基本原理基础上，注重对国际商务谈判技能的提高和训练，密切谈判理论与谈判实际的联系。
教材每章开头设有学习目标明确学生需要学习和掌握的重点，文中穿插案例以开拓学生视野，后面附有习题及案例分析便于教学和学生自学。
教材配套PPT课件可从山东人民出版社网站下载。

<<国际商务谈判>>

书籍目录

总序前言第一章 国际商务谈判概述第一节 国际商务谈判的概念和特点第二节 国际商务谈判的类型第三节 国际商务谈判的基本原则第四节 国际商务谈判的程序第五节 国际商务谈判的影响因素第二章 国际商务谈判准备第一节 谈判的背景调查第二节 谈判人员的组织第三节 谈判资料的准备第四节 谈判目标的确定第五节 谈判的时空选择第六节 谈判方案的制订第七节 谈判模拟第三章 国际商务谈判过程第一节 开局阶段第二节 报价阶段第三节 磋商阶段第四节 终结与缔约阶段第四章 国际商务谈判合同签订与履行第一节 合同的签订第二节 合同的格式第三节 合同的履行第四节 合同的违约处理第五章 国际商务谈判心理第一节 谈判的需要和动机第二节 谈判人员的心理特征第三节 谈判人员的心理素质第四节 物理环境设置对谈判人员心理的影响第五节 谈判中的印象处理第六节 推测对方心理第七节 谈判的心理策略第六章 国际商务谈判策略第一节 概述第二节 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 僵局处理策略第七章 国际商务谈判技巧第一节 概述第二节 谈判中“ 听 ”的技巧第三节 谈判中“ 说 ”的技巧第四节 谈判中“ 看 ”的技巧第五节 谈判中“ 问 ”的技巧第六节 谈判中“ 答 ”的技巧第七节 谈判中“ 辩 ”的技巧第八节 谈判中“ 劝 ”的技巧第九节 谈判中“ 拒绝 ”的技巧第八章 国际商务谈判礼仪第一节 概述第二节 着装礼仪第三节 接待礼仪第四节 信函与电话礼仪第五节 交谈礼仪第六节 宴请礼仪第九章 各地谈判风格、风俗与禁忌第一节 概述第二节 亚洲商人的谈判风格、风俗与禁忌第三节 欧洲商人的谈判风格、风俗与禁忌第四节 美洲商人的谈判风格、风俗与禁忌第五节 其他地区商人的谈判风格、风俗与禁忌第十章 国际商务谈判风险管理第一节 商务谈判中的风险第二节 商务谈判中风险的规避

章节摘录

插图：六、按照谈判主体所采用的态度和方针分类按照该分类方法，通常可分为让步型谈判、立场型谈判、原则型谈判。
（一）让步型谈判让步型谈判也称为软式谈判，是一种为了保持同对方的某种关系而作出退让、妥协的谈判。
在此种谈判中，谈判者为了维系与对方的关系，或者是为了“全局”的利益而在“局部”放弃，采取为了达成协议而准备随时让步的态度，在这种谈判中，谈判者如遇到对方不予合作时，就极易受到损失，故该种谈判方式在实践中要谨慎采用。
从另一方面讲，如果谈判者在全过程中采取让步型的态度，对双方当事人达成协议是非常有帮助的。
（二）立场型谈判立场型谈判又称硬式谈判，是谈判者以意志力的较量为手段，很少顾及或根本不顾及对方的利益，以取得己方胜利为目的的立场坚定、主张强硬的谈判方法。
在立场型谈判中，谈判者通常把注意力集中在如何维护自己的利益及如何去否定对方的立场之上。
在两种情况下，谈判者有可能采取这种谈判方式：一种是“一锤子买卖”，即只求一次性交往，为取得一次的胜利拿未来的合作作为赌注；另一种是双方实力对比悬殊，己方在谈判中占有绝对优势。
谈判者在谈判的初期会提出一个极端的立场，进而固执的加以坚持，只是在谈判濒临破裂的情况下才被迫做出少量让步。
如果双方都坚持此种谈判方式，则很容易使谈判陷入僵局，甚至无法达成协议。
即使这种谈判达成某种妥协，让步方也会在日后消极履约，甚至想方设法撕毁协议，予以反击，使双方陷人新一轮的对峙，最后导致相互关系的完全破裂。
（三）原则型谈判原则型谈判也被称为价值型谈判，由于这种谈判最早由美国哈佛大学谈判研究中心提出，故又称为哈佛谈判术。
所谓原则型谈判，是指谈判者在谈判中，既重视经济利益，又重视人际关系，既不回避对立的一面，也更加重视去发现和挖掘合作的一面的谈判。
在此种谈判中，参加者把对方看做是与自己并肩战斗的同事，既非朋友又非敌人，他们不像让步型谈判那样只强调双方的关系而轻视己方利益的获取，也不像立场型谈判那样只坚持本方的立场，不顾对方的利益，而是竭力寻求双方利益上的共同点。
采用此种方式的谈判者认为，评价谈判是否成功的标准不应该是一方所取得的经济利益，而应该是谈判本身的价值；谈判协议不应该是一方意志力影响的结果，而是主张按照共同接受的具有客观公正性的原则和公平价值来取得协议，而不是简单地依靠具体问题的讨价还价。
原则型谈判是一种激励性又富有人情味的谈判方式，因此该种谈判方式被商界广泛采用。

编辑推荐

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