

国家职业教育  
市场营销专业教学资源库



iCourse·教材  
国家级精品资源共享课立项项目配套教材  
国家职业教育专业教学资源库配套教材



# 商务谈判

杨群祥 编著

高等教育出版社

国家职业教育  
市场营销专业教学资源库



iCourse · 教材

国家级精品资源共享课立项项目配套教材

国家职业教育专业教学资源库配套教材

# 商务谈判

SHANGWU TANPAN

杨群祥 编著

高等教育出版社·北京

## 内容提要

本书是高等职业教育市场营销专业教学资源库建设的核心课程——“商务谈判”的配套教材，也是国家级精品资源共享课立项项目“商务谈判”的配套教材。

高等职业教育市场营销专业教学资源库建设项目是教育部、财政部为深化高职教育教学改革，加强专业与课程建设，推动优质教学资源共建共享，提高人才培养质量而启动的国家级高职教育建设项目。

本书按照知识学习及能力与素质养成的内在逻辑关系及商务谈判业务流程，共设计了6章内容，分别是第1章商务谈判认知、第2章商务谈判准备、第3章商务谈判开局、第4章商务谈判磋商、第5章商务谈判促成和第6章商务谈判沟通。全书颠覆了非赢即输的陈旧观念，提供了一种全新的商务谈判思路，以大量真实事件为例，明示了商务谈判的步骤、言行举止、策略与技巧，并配置了相应职业训练。

本书既可作为高职高专院校市场营销及相关专业群的核心课程教材，也可作为其他财经类专业学习者以及企业营销人员职业培训的教材。

本书配有PPT、课后题答案、智能备课系统等配套资源。本教材使用者可通过访问国家职业教育专业教学资源库共享平台（“智慧职教”——职业教育数字化学习中心，<http://www.icve.com.cn/>）上的市场营销专业教学资源库在线学习相关资源，亦可按照“郑重声明”页的资源服务提示获取其他资源服务。

## 图书在版编目（CIP）数据

商务谈判 / 杨群祥编著. -- 北京 : 高等教育出版社, 2015.9

ISBN 978-7-04-043414-9

I . ①商… II . ①杨… III . ①商务谈判 - 高等职业教育 - 教材 IV . ①F715.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第169505号

策划编辑 赵洁 刘方媛 责任编辑 王沛 封面设计 张志 版式设计 张志  
插图绘制 杜晓丹 责任校对 胡美萍 责任印制 朱学忠

---

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社址	北京市西城区德外大街4号	网 址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
邮政编码	100120		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
印 刷	高教社(天津)印务有限公司	网上订购	<a href="http://www.landraco.com">http://www.landraco.com</a>
开 本	787mm×1092mm 1/16		<a href="http://www.landraco.com.cn">http://www.landraco.com.cn</a>
印 张	17.5	版 次	2015年9月第1版
字 数	290千字	印 次	2015年9月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	35.80元

---

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 43414-00

# 高等职业教育市场营销专业教学资源库建设项目委员会

<<<<<<<<

顾问：邸建凯 凌沛学

主任：马广水

常务副主任：王茹芹 宋文官

副主任（按姓氏笔画排序）：

王 方 王 鑫 毕思勇 孙晓燕 杨紫元 杨群祥 郑承志

夏学文 徐汉文 徐盈群 崔 平 章金萍 窦志铭

委员（按姓氏笔画排序）：

王 鹏 王 瑶 王 慧 王娜玲 王晓莉 王培才 王婷婷

王慧丰 方 芳 方志坚 孔繁正 平 怡 卢金凤 叶雉鳩

白 雪 冯 臻 冯一娜 冯开红 邢 伟 巩象忠 朱 捷

乔 哲 任东红 全 盼 刘 丽 刘 萌 刘 超 刘 然

衣 鹊 许建民 孙参运 苏永伟 李冬芹 李法春 李联卫

李煜琳 杨 洁 杨叶飞 杨秉强 肖永红 肖润松 邹 玉

张 莉 张 琳 张云河 张长学 张凤英 张兆英 陈 律

陈 亮 陈 哲 陈小红 陈文玲 范方舟 郁小芳 易 能

罗怀中 罗建文 周井娟 周珊红 周惠娟 郑晓明 赵 雨

赵 辉 赵艳俐 胡 革 胡 娜 袁玉玲 徐 翔 徐夷治

郭凤兰 席 波 姬爱国 黄 芳 黄义兵 曹永芬 崔 毅

崔子龙 崔景茂 梁 筠 梁 羲 彭德辉 覃 聰 程传荣

舒 莉 曾美芬 霍瑞红 戴海容

# 总序 <<<<<<<<

市场营销是当今企业生存发展的命脉，影响着企业经营的方方面面。从纵深角度看，市场营销贯穿企业产品设计、生产、销售、售后反馈、售后服务的整个经营链条；从覆盖广度看，市场营销涉及特定人群销售、市场战略、品牌管理、整合沟通，甚至竞争策略。可以说，小到最基本的“卖东西”，大到企业未来的发展方向，都需要市场营销专门人才。

市场营销专业的普适性也非常强。其一，市场营销及相关专业的从业人员数以千万计，且市场营销专业人才需求量一直较大。据相关在线人才需求信息统计，市场营销类人才缺口一直较大，招聘量占各专业总招聘量的25%，其中销售类职位占到近15%；全国每年新增市场营销类相关职位上百万个，全国从业人数逾千万人。其二，我国有1200多所高职院校，市场营销类专业设置点有1053个，遍布全国31个省市自治区，目前在校生近24万人。建设技能与素质并重、人人可学、时时可学、处处可学的高等职业教育市场营销专业教学资源库，对于营销专业职业教育和终身教育的建设具有重要意义，功在当代、利在千秋。

《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》指出，我国正处在改革发展的关键阶段，提高国民素质、培养创新人才迫在眉睫。中国的未来发展，关键靠人才，基础在教育。高等职业教育专业教学资源库建设目的是促进优质教学资源开发共享、推动高等职业教育专业教学改革、提高高等职业教育人才培养质量、增强社会服务能力。2013年，高等职业教育市场营销专业教学资源库建设项目通过教育部评审，获立项资助。

两年以来，在国家商务部流通业发展司、市场运行与消费促进司的指导下，在全国商业职业教育教学指导委员会和中国商业联合会的合作参与下，按照教育部提出的“由国家示范高职院校牵头组建开发团队，吸引行业企业参与，整合社会资源，在集成全国相关专业优质课程建设成果的基础上，采用整体顶层设计、先进技术支撑、开放式管理、网络运行的方法进行建设”的建设方针，确定了山东商业职业技术学院、深圳职业技术学院、浙江金融职业学院、无锡职业技术学院、山西省财政税务专科学校、淄博职业学院、无锡商业职业技术学院、商丘职业技术学院、安徽商贸职业技术学院、黄冈职业技术学院、广东农工商职业技术学院、浙江工商职业技术学院、北京财贸职业学院、昆明冶金高等专科学校、中国科技大学（台湾）、北京联合大学、上海商学院信息与计算机学院、北京市商业学校这18所院校和山东省现代服务业职业教育集团、山东鲁商学院、鲁商教育集团、中教畅享（北京）科技有限公司、青岛啤酒股份有限公司、统一企业公司（台湾）、雨润

控股集团有限公司、上海美特斯邦威服饰股份有限公司等10多家企事业单位作为联合建设单位，同时以课程和项目为单位吸收全国60余所高职院校的200余名骨干教师共同承担了2类资源、4大平台和2个素材库共15个子项目建设工作，形成了一支学校、企业、行业紧密结合的项目建设团队。两年以来，项目建设团队先后召开了多次资源库建设研讨会，以学生、教师、企业、社会自学者的学习需求为出发点和诉求点展开资源库建设工作：以市场营销关键职业岗位及岗位任务为逻辑起点开发了包括从业基础、业务技能和提升发展3大类13门课程，以先进的信息化技术为支撑建设了各课程系列教学资源，包括教学大纲、教学活动设计、案例、试题、实训、网络课程、理实一体化教材等；搭建了4大专业资源平台：营销综合实训平台、科研与社会服务平台、时时调研平台、门户网站综合平台；建设了包括视频库、动画库、图片库等在内的媒体类型子库，以及教学应用、专业应用等应用类型子库；理清了共性需求和个性需求，为4大用户主体设计了符合需求的多层次需求清单，提供了多维度资源检索功能，以灵活地满足个性需求。

在上述工作的基础上，项目组推出了高等职业教育市场营销专业教学资源库系列配套教材。本系列教材是高等职业教育市场营销专业教学资源库建设项目的重要成果之一，也是资源库课程开发成果和资源整合应用的实践和重要载体。项目组多次召开课程开发与教材编写会议，组织各门课程负责人及参编人员认真学习职业教育与课程开发理论，深入进行市场营销岗位及岗位任务的调研与分析，根据教学需求对知识和技能进行解构与重组，形成教材体系，力求做到理论知识学习和实践技能训练的融会贯通，实现“教、学、做”一体化。教材采用大量案例、图片，使其更加生动、形象。

根据资源库建设顶层设计要求，在编写本系列教材的同时，各门课程也同时开发了课程大纲、教学设计、电子课件、交互实训、动画、音频、视频等大量教学资源，可与教材配合使用，方便教师教学使用，这是本系列教材的突出特点。在教材中，为了帮助读者使用资源，教材增加了辅助教学资源标注，使读者一目了然。明晰配备的教学资源类型、内容和用途，提高了教材使用效果，提高了学习者的学习质量。可以说，本系列教材是资源库使用者的最佳指南，是教学资源库庞大资源的智慧整合之结晶，是资源库建设的最突出成就。这套由名校名企携手合作打造的教材，是一套真正意义上的理实一体化、数字化、自主学习型教材，对于高等职业教育市场营销专业教学资源库的推广应用、对于专业建设和人才培养均将起到极其重要的作用。

高等职业教育市场营销专业教学资源库项目组

二〇一五年三月

# 本书导读 <<<<<<<<

本书是高等职业教育市场营销专业教学资源库建设的核心课程——“商务谈判”的配套教材，也是国家级精品资源共享课立项项目“商务谈判”的配套教材。为了帮助学习者更好地学习使用本教材，在本书开篇部分，编者有以下思考与你交流。

## 一、学习目标

本书旨在帮助学习者培养商务谈判职业兴趣，树立正确谈判理念，了解商务谈判工作流程与要求，掌握商务谈判准备、商务谈判开局、商务谈判磋商和商务谈判促成的策略与技巧，提高商务谈判沟通能力、协调能力和合作能力，在积极奉献社会的同时成就个人事业、提升生活质量。

## 二、适用对象

本书教学内容适用于高等职业教育三年制市场营销及相关专业二年级的学习者学习，也可作为其他财经类专业学习者以及企业营销人员的阅读参考。

## 三、主要内容

### 1. 本书框架 本书主要内容分为6章。

第1章商务谈判认知，主要介绍了谈判基本原理，包括谈判产生条件、核心任务、本质和工具，以及“双赢”的谈判理念；商务谈判的内涵、特征、要素、类型和主要方式等，重点是树立正确的商务谈判理念。

第2章商务谈判准备，主要分析了走进商务谈判桌前，谈判者必须做好充分的准备工作，包括市场行情、谈判对手、竞争状况等信息的收集与分析；谈判人员选配、组成及分工；谈判目标、时间、地点、进度、主要问题、基本程序、策略等谈判方案设计与模拟；谈判双方心理把握及策略运用等。

第3章商务谈判开局，主要明确了商务谈判开局阶段的工作目标和主要任务是，通过谈判双方在相互寒暄中营造融洽的气氛、协商谈判议程和进行开场陈述，进一步摸清谈判对方，为实质性谈判定好基调，说明“良好开局是谈判成功的一半”。

第4章商务谈判磋商，主要强调了商务谈判磋商阶段是商务谈判过程中承上启下的关键性阶段，并系统介绍了商务谈判的报价、还价和讨价还价，以及制造与突破谈判僵局的策略与技巧。

第5章商务谈判促成，主要介绍了商务谈判促成阶段，要遵循商务谈判让步原则进行适时让步；面对各种谈判态势巧施策略与技巧；捕捉成交时

机，规范签订合同等。

第6章商务谈判沟通，主要探究了产生商务谈判沟通障碍的原因、商务谈判的基本原则、商务谈判沟通的路径与技巧等。

2. 本书特色 本书作为高等职业教育市场营销专业教学资源库建设的核心课程——“商务谈判”的配套教材，随着专业资源库的开发而设计，也随着专业资源库建设的推进而完善，集全国众多高职院校同行及企业专家之智慧而成册，呈现5个特征。

一是“先进性”。本书编者曾在全国高职院校中最早推出《商务谈判》教材，如今已历经15年高等职业教育教学探索，成为国家级精品资源共享课立项项目配套教材，保持着同类教材的领先水平。

二是“逻辑性”。本书作为市场营销专业核心课程系列教材之一，以各课程大纲及先行课程内容为逻辑基础，以商务谈判工作流程的关联化、顺序化为主线，整合教学内容，使本书各章节之间既有严密的逻辑性，又确保不与本系列的其他教材重复，如对“商务谈判礼仪”教学内容的处理，考虑到本系列教材之一的《商务礼仪》有专门讨论，所以本书进行省略处理。这是不同于其他《商务谈判》教材设计的，较好地实现了专业知识与职业能力培养的递进衔接。

三是“职业性”。本书编写按照理实一体化的思路和商务谈判实际工作的流程，以初次步入社会、承担首项任务为背景，通过情境创设、问题思考、案例分析、职业工作和经理忠告等进行内容设计与职业标准对接，强调社会需要、职业环境、职场经验、企业伦理与职业道德等，致力于培养职业精神、谈判思维、工作策略与技巧。

四是“简明性”。本书编写遵循简明性原则，注意把握“理论以够用为度，实践教学以企业的基本业务为参照”的高职教育教学内容的经纬度，力求语言简洁、段落精短，论述清晰、通俗易懂，操作步骤明确、循序渐进，要点问题点到为止，留有空间供学习者思考。

五是“趣味性”。本书在栏目设计上，每章章前设计“杨老师导言”；章中设计“同步阅读”“同步案例”和“同步思考”；章末设计“请你三思”，形成前呼后应、增强了吸引力和可信度。

#### 四、能力标准

通过本课程学习，学习者应该获得以下能力：

能力要素	实作标准	知识要求
1. 商务谈判的市场调查与分析	1. 明确商务谈判调查内容 2. 规范设计调查问卷 3. 实地调查程序与方法 4. 正确分析资料并提出建议	● 市场调查知识 ● 商务谈判市场调查的基本要求
2. 商务谈判方案的准备与制作	1. 方案内容完备 2. 方案格式规范 3. 方案针对性与可操作性强	● 策划原理 ● 人力资源管理
3. 营造商务谈判的开局气氛	1. 接待规范 2. 行为举止大方 3. 切入话题融洽	● 礼仪规范 ● 心理知识
4. 商务谈判的开场陈述	1. 善于提高对方的谈判兴趣 2. 认真倾听对方陈述 3. 正确引导双方互提倡议	● 演讲知识 ● 心理知识
5. 商务谈判的报价	1. 合理选择报价时机和方式 2. 报价坚定、明确 3. 正确对待对方报价	● 价格知识
6. 商务谈判的讨价还价	1. 合理把握讨价次数 2. 确定还价起点、时机 3. 灵活使用还价策略	● 价格知识 ● 心理知识
7. 制造与突破商务谈判的僵局	1. 正确分析产生僵局的原因 2. 科学应对僵局 3. 巧借僵局扭转谈判态势	● 个性心理知识 ● 角色扮演
8. 商务谈判让步的策略与技巧	1. 正确选择让步方式 2. 合理决定让步幅度 3. 科学评估让步次数	● 商务谈判让步步骤、方式
9. 把握商务谈判时机并促成商务谈判	1. 正确辨析谈判态势 2. 有效使用谈判策略 3. 准确把握时机	● 不同谈判态势下的策略
10. 撰写商务谈判协议和组织谈判签约仪式	1. 规范起草商务谈判协议 2. 规范组织谈判签约仪式	● 合同知识 ● 礼仪规范
11. 沟通协调	1. 倾听 2. 善问 3. 巧答 4. 个人交往	● 沟通知识 ● 谈判原则

## 五、学习建议

### 1. 学习计划

章序	单元名称	重点内容	建议学时
第1章	1.1 谈判提出	1.1 谈判基本原理和“双赢”理念	6学时
	1.2 商务谈判内涵与特征	1.2 商务谈判的要素构成	
	1.3 商务谈判类型与方式	1.3 商务谈判的主要方式	
第2章	2.1 商务谈判信息准备	2.1 商务谈判调查的基本要求	12学时
	2.2 商务谈判人员准备	2.2 商务谈判组织的构成与成员的选配	
	2.3 商务谈判方案准备	2.3 商务谈判方案的基本内容与制作步骤	
	2.4 商务谈判心理准备	2.4 商务谈判个性心理分析与运用技巧	
第3章	3.1 商务谈判开场	3.1 商务谈判的开局策略、协商谈判议程	6学时
	3.2 商务谈判摸底	3.2 商务谈判摸底的概念与技巧	
第4章	4.1 商务谈判报价	4.1 商务谈判报价的影响因素与报价技巧	10学时
	4.2 商务谈判讨价还价	4.2 商务谈判讨价还价的技巧	
	4.3 商务谈判僵局	4.3 制造与突破商务谈判僵局的技巧	
第5章	5.1 商务谈判让步	5.1 商务谈判让步的基本原则、步骤与方式	8学时
	5.2 商务谈判促成	5.2 在均衡、优势、劣势等条件下的促成策略与技巧	
	5.3 商务谈判签约	5.3 商务谈判签约环节工作的流程	
第6章	6.1 商务谈判沟通障碍	6.1 商务谈判沟通意义与产生障碍的主观原因	8学时
	6.2 商务谈判基本原则	6.2 商务谈判基本原则	
	6.3 商务谈判沟通技巧	6.3 商务谈判沟通的关键点及技巧	
附	综合实训	商务谈判工作流程	4学时

### 2. 对学习者现有知识及能力要求

- (1) 学习者基本掌握市场营销学、营销心理学、人力资源管理、市场调查与分析等模块的知识与能力；
- (2) 学习者具备一定的听、说、读、写能力，以及具有一定的团队协作、判断思维与表达能力；
- (3) 能按照教师制定的活动程序完成相关的“任务”。

### 3. 教学资源准备

教学参考资料	设备与设施
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中国就业培训技术指导中心. 营销师国家职业技能鉴定考试指南(国家职业资格3级)[M].北京:学苑出版社, 2012.</li> <li>● 杨群祥.商务谈判——理论、实务、案例、实训[M].大连:东北财经大学出版社, 2012.</li> <li>● 王方.商务谈判实训[M].大连:东北财经大学出版社, 2009.</li> <li>● 比尔·斯科特.贸易洽谈技巧[M].叶志杰, 卢娟, 译.北京:中国对外贸易出版社, 1986.</li> <li>● 国家精品资源共享课平台: <a href="http://www.icourses.com/">http://www.icourses.com/</a></li> <li>● 中国营销传播网: <a href="http://www.emkt.com.cn/">http://www.emkt.com.cn/</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国旗</li> <li>● 谈判桌</li> <li>● 企业产品介绍</li> <li>● 计算机</li> <li>● 投影仪</li> <li>● 计算器</li> <li>● 纸张</li> <li>● 签字笔</li> </ul>

### 4. 学习方法建议

#### ● 学习者怎样学好这门课?

——教材中设计了一些活动和任务, 你可以通过参与小组讨论来完成这些任务。教材配套的课件以及专业教学资源库的所有资源, 都可以帮助你学习, 教师也将在学习过程中给予你指导。

——养成自我学习评估的习惯, 即在每次课程学习结束前“三思”: 我今天做了什么? 我发现了什么是最重要的? 我是否能将其中的一些内容运用于今后的工作? 如果能, 如何去做? 如果不能, 为什么? 当你坚持了, 相信会有惊人的发现——“自己提高了”。

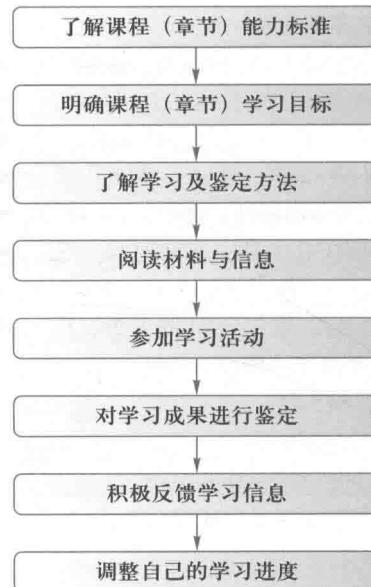
#### ● 你怎样才能通过这门课程的考核鉴定?

——每一章后面都有同步测试和技能训练, 你必须独立完成或积极协作完成。因为商务谈判能力需要不断训练, 熟能生巧。同时, 许多技能你必须展示出, 才能以此评定你的进步。

#### ● 你需要哪些帮助?

——主动、积极地向老师请求帮助, 不要担心你会被嘲笑。不懂装懂才是错误的做法, 希望你能够明白。

## 5. 学习步骤



## 六、考核鉴定方法

能力要素	方式	笔试	口试	观察	模拟	角色扮演	实作
1. 商务谈判的市场调查与分析		√					√
2. 商务谈判方案的准备与制作		√					√
3. 营造商务谈判的开局气氛				√	√		
4. 商务谈判的开场陈述				√	√		
5. 商务谈判的报价				√	√		
6. 商务谈判的讨价还价				√	√	√	
7. 制造与突破商务谈判的僵局		√	√			√	
8. 商务谈判让步的策略与技巧	√	√	√	√			
9. 把握商务谈判时机并促成商务谈判			√	√		√	
10. 撰写商务谈判协议和组织谈判签约仪式	√				√	√	√
11. 沟通协调			√	√			

## 七、鸣谢

创新强校、协同育人是当前高等职业教育改革与发展的主旋律。而本书的诞生也体现了“传承”“创新”“协同”。这是因为，本书吸纳和借鉴了众多中外商务谈判名著、教材和文献，在此基础上实现了创新；引入了众多企业谈判实践的最新成果，尤其是广东华强制衣有限公司董事长陈进辉、广东农垦绿色农产品有限公司总裁蔡杰、广东长鹿集团有限公司总经理邓建华、广东农垦进出口公司常务副总经理罗观友、广东燕塘乳业股份公司副总经理刘世坤、广州百货企业集团有限公司企业文化与品牌传播部副总监王亚川、广东绿色国际旅行社出境部经理（广州市“金牌导游”）王尚成等来自行业企业营销专家的智慧与个人成功案例；联合了广东农工商职业技术学院、山西财政税务专科学校、广州番禺职业技术学院、重庆财经职业学院、黑龙江职业学院、安徽商贸职业技术学院、广西国际商务职业技术学院等国内知名高职院校市场营销骨干教师共同开发，丰富了资源。谨此，对以上作者、企业家和教育同仁表示崇高的敬意和衷心的感谢！此外，本书在编撰过程中还特别得到高等教育出版社高职事业部赵洁、刘方媛两位同志的悉心指导，得到广东农工商职业技术学院覃聪、李法春、孔繁正、曾美芬、黄建辉、梁慧娜、洪升等的帮助，在此深表谢意！

全书由广东农工商职业技术学院杨群祥设计、编撰及统稿，廖威负责漫画插图设计，杨晓雯负责专业资料甄别与整理。

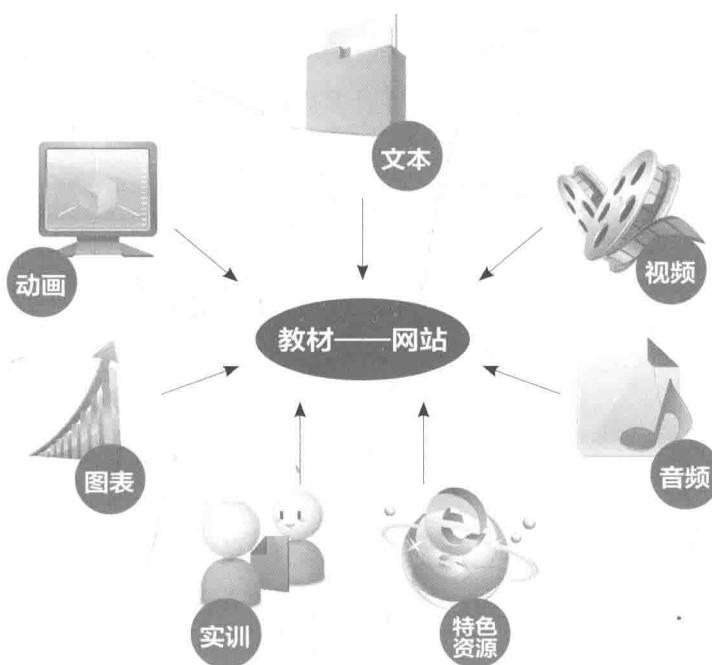
杨群祥

二〇一五年三月于红英书苑

# 学习指南 <<<<<<<<

## 一、资源标注说明

高等职业教育市场营销专业教学资源库系列教材共有7种辅助资源标注形式，分别是文本、视频、音频、特色资源、实训、图表、动画。当教材中出现相应图标时，表示此处配有对应类型的资源。学习者可到相关网站查看或获取。



## 二、资源获取方式

1. “智慧职教”——职业教育数字化学习中心，网址：[www.icve.com.cn](http://www.icve.com.cn)。学习者可自行注册，浏览课程大纲、职业活动教学设计等相关课程资源。
2. Abook，网址：<http://abook.hep.com.cn>。进入相关课程，输入数字课程用户名（见封底明码）、密码，即可浏览、获取上述7种教材辅助资源及试题库等其他资源。

# 目录 <<<<<<<<

## 第1章 商务谈判认知 /001

- 学习目标 /001
- 内容结构 /002
- 情境导入 /002
  - 1.1 谈判提出 /003
  - 1.2 商务谈判内涵与特征 /014
  - 1.3 商务谈判类型与方式 /019
- 稳扎稳打 /037
- 融会贯通 /038
- 技能训练 /040
- 能力测评 /041

## 第2章 商务谈判准备 /043

- 学习目标 /043
- 内容结构 /044
- 情境导入 /044
  - 2.1 商务谈判信息准备 /045
  - 2.2 商务谈判人员准备 /055
  - 2.3 商务谈判方案准备 /065
  - 2.4 商务谈判心理准备 /072
- 稳扎稳打 /086
- 融会贯通 /087
- 技能训练 /088
- 能力测评 /091

## 第3章 商务谈判开局 /093

- 学习目标 /093
- 内容结构 /094
- 情境导入 /094
  - 3.1 商务谈判开场 /095
  - 3.2 商务谈判摸底 /110
- 稳扎稳打 /120

融会贯通 /121

技能训练 /122

能力测评 /124

#### **第4章 商务谈判磋商 /125**

学习目标 /125

内容结构 /126

情境导入 /126

4.1 商务谈判报价 /127

4.2 商务谈判讨价还价 /137

4.3 商务谈判僵局 /143

稳扎稳打 /150

融会贯通 /152

技能训练 /152

能力测评 /155

#### **第5章 商务谈判促成 /157**

学习目标 /157

内容结构 /158

情境导入 /158

5.1 商务谈判让步 /159

5.2 商务谈判促成 /168

5.3 商务谈判签约 /180

稳扎稳打 /188

融会贯通 /190

技能训练 /191

能力测评 /193

#### **第6章 商务谈判沟通 /195**

学习目标 /195

内容结构 /196

情境导入 /196

6.1 商务谈判沟通障碍 /197

6.2 商务谈判基本原则 /203

6.3 商务谈判沟通技巧 /214

稳扎稳打 /233

融会贯通 /234

技能训练 /235

能力测评 /237

### **主要参考文献 /239**

### **附录一 /241**

综合测试 /241

### **附录二 /247**

综合实训 /247

### **附录三 /249**

能力测评 /249