

Mc
Graw
Hill
Education

Negotiation

工商管理经典译丛·市场营销系列
Business Administration Classics·Marketing

商务谈判

〔第6版〕

Sixth Edition

罗伊·列维奇 (Roy J. Lewicki)


布鲁斯·巴里 (Bruce Barry)

/ 著

戴维·桑德斯 (David M. Saunders)

王健等 / 译

Mc
Graw
Hill
Education

 中国人民大学出版社

Negotiation

工商管理经典译丛·市场营销系列
Business Administration Classics·Marketing

商务谈判

〔第6版〕
Sixth Edition

罗伊·列维奇 (Roy J. Lewicki)
布鲁斯·巴里 (Bruce Barry) / 著
戴维·桑德斯 (David M. Saunders)
王健等 / 译

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务谈判: 第6版/列维奇, 巴里, 桑德斯著; 王健等译. —北京: 中国人民大学出版社, 2015. 10
(工商管理经典译丛·市场营销系列)
ISBN 978-7-300-22006-2

I. ①商… II. ①列… ②巴… ③桑… ④王… III. ①商务谈判 IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 239505 号

工商管理经典译丛·市场营销系列

商务谈判 (第6版)

罗伊·列维奇 布鲁斯·巴里 戴维·桑德斯 著
王健 等译

Shangwu Tanpan

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街31号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511770 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	涿州市星河印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16开本	版 次	2015年11月第1版
印 张	32.75 插页1	印 次	2015年11月第1次印刷
字 数	724 000	定 价	65.00元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《工商管理经典译丛·市场营销系列》 出版说明

随着我国市场经济的不断深化，市场营销在企业中的地位日益突出，高素质的市场营销人才也成为企业的迫切需要。中国人民大学出版社早在1998年就开始组织策划了《工商管理经典译丛·市场营销系列》丛书，这是国内第一套引进版市场营销类丛书，一经推出，便受到国内营销学界和企业界的普遍欢迎。

本丛书力图站在当代营销学教育的前沿，总结国际上营销学的最新理论和实践发展的成果，所选图书均为美国营销学界有影响的专家学者所著，被美国乃至世界各国（地区）的高校师生和企业界人士所广泛使用。在内容上，涵盖了营销管理的各个重要领域，既注意与国内营销学相关课程配套，又兼顾企业营销的实际需要。

市场营销学是实践性很强的应用学科，随着我国企业营销实践的日渐深入和营销学教育的快速发展，本丛书也不断更新版本，增加新的内容，形成了今天呈现在读者面前的这一较为完善的体系。今后，随着营销学的发展和实践的积累，本丛书还将进行补充和更新。

在本丛书选择和论证过程中，我们得到了国内营销学界著名专家学者的大力支持和帮助，原我社策划编辑闻洁女士在早期的总体策划中付出了大量的心血，谨在此致以崇高的敬意和衷心的感谢。最后，还要特别感谢为本丛书提供版权的培生教育集团、约翰威立公司、麦格劳-希尔教育出版公司、圣智学习出版公司等国际著名出版公司。

希望本丛书对推动我国营销人才的培养和企业营销能力的提升继续发挥应有的作用。

中国人民大学出版社

译者序

今天，列维奇的《商务谈判》的翻译终于大功告成了。本书的翻译工作断断续续将近两年，多亏出版社耐心等待，我们几经审稿和无数次的讨论，翻译工作确实是历经千辛万苦，最后终于定稿完成，值得庆幸。回忆15年前，我从众多的英文原版书中看到了列维奇主编的这本谈判教材，当时，该书体系还是支离破碎，现在已经逐渐形成了完整的体系。此间，在海外学术界，谈判领域的研究可谓盛况空前，研究成果多如牛毛，列维奇教授把这些浩瀚的谈判研究成果汇集成体系，其学术和实践价值越来越彰显出来。在翻译过程中，我多次与诸位翻译者强调，谈判研究虽然近些年来在海外很热，成果颇丰，但是国内的谈判研究仍然没有起步，还是以经验为主来阐述谈判的过程和内容，还没有触及谈判的思维模式和谈判过程的各种影响因素的研究，因此，很多国外谈判理论研究所涉及的概念在国内中文的语境中还没有固定的对等词。当然，这也给本书的翻译带来了很多困难。我们在翻译中尽量把相关的概念以固定的中文词汇译出，以弥补谈判学本身在国内的空白。

《商务谈判》一书的特点可以概括如下：（1）该书构建了完整的谈判理论体系，特别是该书确立了很多有关谈判的概念和概念模型。例如，该书开篇即论述了谈判的本质，把分配式谈判和整合式谈判作为谈判的基本思维方式和理论基础，阐述了谈判的各种战略选择。（2）该书内容全面，汇集了近30年来有关谈判的大量研究文献，特别是针对谈判的各种情境和影响因素进行了阐释。例如，谈判力、影响力、感知、认知、情感、个体差异等影响因素，另外对代理谈判、跨文化、联盟、伦理等谈判情境也进行了深入分析。此书是谈判研究和教学领域集大成者。（3）该书理论与实践相结合，既总结了大量谈判实践经验和谈判规律，又提出了各种可选择的方案。实践、理论与战略三位一体，使得该书对实践的指导性很强。由此，我们判断，该书是高校师生在谈判方面必备的教学和研究的教材和参考书，也是所有谈判实践者应该仔细阅读和反省谈判经历的重要指南。

此书翻译告成，首先应该感谢为此书翻译做贡献的各位同仁，包括张金亮（对外经济贸易大学），董微（福建农林大学），温珺（南京理工大学），董鹂馥、杨伶俐（对外经济贸易大学），张丽娟（北京城市学院），徐磊（安徽财经大学），金纯羽、张和、胡晓涵、韩天禄、崔丽、张野、杨汀、施琳琳、王旭、孙秉珂、曹瑾瑜等（对外经济贸易大学）。

同时,我们特别感谢中国人民大学出版社的石岩编辑。感谢大家齐心协力,贡献智慧和汗水。本书的翻译虽精心审校,但难免存在各种错误和疏漏,敬请读者批评指正。

王健

对外经济贸易大学教授

国际商务研究中心主任

前 言

欢迎选用《商务谈判（第6版）》！

熟悉第5版的读者可能会发现本书的主要结构没有发生大的变化。大家已经注意到，我们在第5版中做了显著的改动，将本书第4版的13章增加到第5版的20章。我们将书中内容较多的章节拆分，一些章节涵盖了两三个独立的主题，我们将其分解为更小的章节，以便能够更专注地聚焦于某个主题。该重组主要是基于两个原因：一方面，许多相关的研究一直不断地进行，这就要求我们以更大的篇幅来介绍；另一方面，从使用本教材的教师的反馈得知，许多教师只是使用某一章节的部分内容（如，使用了“团队”部分的内容，但没有讲授“联盟”，或者在一个学期中的不同教学周讲述这一章节）。在本版第1章的结尾部分，我们介绍了全书的章节结构。

在本版中，章节重组是最为显著的改动。此外，熟悉之前版本的读者还会注意到以下一些变化：

1. 本书的全部内容都进行了修订和更新。作者们对每一章都进行检查，并采纳使用过以前版本的教师所提供的反馈意见。我们将一些章节的内容重新组织，以便更为有效地将内容呈现给读者。

2. 为了继续增强本书的可读性，我们还对很多的专题故事和卡通画进行了更新，为谈判的动态发展提供更为生动的描述。

3. 我们对书中图的格式等做了进一步改进，以使它们更为有趣和易懂。

4. 在每章的开头部分，增加了学习目标。

5. 由于本教材的内容有所更新，我们相应地提供一本与本教材配套的阅读物：《商务谈判：阅读、练习和案例（第6版）》，由罗伊·列维奇（Roy J. Lewicki）、布鲁斯·巴里（Bruce Barry）和戴维·桑德斯（David Saunders）主编，2010年出版。教材和读物可以配套使用，也可以单独使用。本教材的简明版《商务谈判精要（第6版）》，同样由罗伊·列维奇、布鲁斯·巴里和戴维·桑德斯主编，于2010年出版，也可以与上述读物一起使用。我们建议教师与麦格劳-希尔教育出版公司（McGraw-Hill/Irwin）在当地的代理人联系来获取题库（或者致电800-634-3963，或者访问网站 www.mhhe.com）。

6. 教学资源，包括一套题库、章节梗概、幻灯片，以及针对新入职的教师教授谈判技巧的各种丰富的资源和材料，都随本书进行了更新。教师们可以与麦格劳-希尔教育出版公司在当地的代理人联系。

本书的顺利出版，与大家的帮助密不可分。在此，我们特别感谢：

● 谈判和争端解决领域的许多同行，正是有了他们在研究上的不懈努力，才促成了这个领域的发展；另外，他们还给予我们对于本书之前版本的反馈意见，这对于我们改进本版内容十分有益。

● 约翰·明顿（John Minton）：他帮助我们为本书的第2版、第3版和第4版构建体系，于2007年秋天逝世。

● 史蒂夫·斯滕内尔（Steve Stenner）在编辑工作方面提供了大力帮助，特别是在文字编辑、许可、参考文献方面，以及对题库和幻灯片的改进。另外，罗伊·列维奇还要感谢柯蒂斯·贾特（Curtis Gutter）在落实教学资源 and 材料方面所提供的研究支持。布鲁斯·巴里要感谢他的研究助理阿曼达·卡里科（Amanda Carrico），她对本版的修订提供了非常大的帮助。

● 麦格劳-希尔公司的员工们，特别是我们现在的编辑劳拉·斯皮尔（Laura Spell），以及前任编辑赖安·布兰肯希普（Ryan Blankenship）、约翰·威美斯特（John Weimester）、约翰·比尔纳（John Biernat）、科特·斯特兰德（Kurt Strand）以及凯伦·约翰逊（Karen Johnson），编辑助理简·贝克（Jane Beck）、艾莉森·克莱兰（Allison Cleland）和特里娜·豪格（Trina Hauger），他们几乎能将任何问题解决。项目经理乔迪·道林（Jodi Dowling），他孜孜不倦地工作，能够将我们提出的令人困惑的指示和冗长枯燥的文字变为现在这本兼具可读性和实用性的教材。

● 我们的家人，他们一直为我们提供充足的时间、灵感和机会，让我们能够不断地去学习有效的谈判方式，并拓展所需的人际关系支持。

罗伊·列维奇
布鲁斯·巴里
戴维·桑德斯

中国人民大学出版社工商管理类翻译版教材

序号	书名	作者	定价	出版年份	ISBN 978-7-300-
----	----	----	----	------	--------------------

(一) 工商管理经典译丛

1	管理学 (第 11 版)	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	69	2012	15795-5
2	罗宾斯《管理学 (第 11 版)》学习指导	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	35	2013	17932-2
3	管理学 (精要版第 9 版)	孔茨 (Harold Koontz) 韦里克 (Heinz Weirich)	58	2014	18405-0
4	管理学 (第 3 版)	贝特曼 (Thomas S. Bateman)	58	2014	20098-9
5	商学精要 (第 8 版)	埃伯特 (Ronald J. Ebert)	55	2013	17581-2
6	管理经济学 (第 4 版修订版)	彼得森 (H. Craig Petersen)	69	2009	11367-8
7	管理经济学 (第 11 版)	赫斯切 (Mark Hirschey)	69	2008	09287-4
8	管理经济学 (第 7 版)	基特 (Paul G. Keat)	65	2015	20416-1
9	组织行为学 (第 14 版)	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	72	2012	16663-6
10	组织行为学 (第 2 版)	麦克沙恩 (Steven L. McShane)	52	2015	20492-5
11	组织行为学 (第 9 版)	格林伯格 (Jerald Greenberg)	75	2011	13603-5
12	战略管理: 概念与案例 (第 10 版)	希特 (Michael A. Hitt)	59	2012	16621-6
13	战略管理: 概念与案例 (第 13 版·全球版)	戴维 (Fred R. David)	68	2012	15855-6
14	战略过程: 概念、情境、案例 (第 4 版)	明茨伯格 (Henry Mintzberg)	69	2012	16331-4
15	人力资源管理 (第 12 版)	德斯勒 (Gary Dessler)	79	2012	15723-8
16	会计学 (第 8 版)	亨格瑞 (Charles T. Horngren)	79	2010	12543-5
17	公司理财: 核心原理与应用 (第 3 版)	罗斯 (Stephen A. Ross)	76	2013	18161-5
18	项目管理: 管理新视角 (第 7 版)	梅雷迪思 (Jack R. Meredith)	78	2011	12977-8
19	MBA 运营管理 (第 5 版)	梅雷迪思 (Jack R. Meredith)	56	2015	21627-7
20	运作管理 (第 10 版)	海泽 (Jay Heizer)	89	2012	14890-8
21	运作管理 (精要版第 3 版)	蔡斯 (Richard B. Chase)	59	2014	18408-1
22	供应链管理 (第 5 版)	乔普拉 (Sunil Chopra)	65	2013	16974-3
23	市场营销: 原理与实践 (第 16 版)	科特勒 (Philip Kotler)	79	2015	21339-2
24	营销管理 (第 13 版·中国版)	科特勒 (Philip Kotler)	75	2009	10459-1
25	管理信息系统 (精要版·第 9 版)	劳东 (Kenneth C. Laudon)	59	2012	16254-6
26	质量管理与质量控制 (第 7 版)	埃文斯 (James R. Evans)	65	2010	12027-0
27	数据、模型与决策 (第 4 版)	埃文斯 (James R. Evans)	59	2011	13605-9
28	电子商务导论 (第 2 版)	特伯恩 (Efraim Turban)	59	2011	13747-6
29	电子商务——商务、技术、社会 (第 7 版)	劳东 (Kenneth C. Laudon)	72	2014	18478-4
30	商务与经济统计学 (精编版第 5 版)	威廉斯 (Thomas A. Williams)	69	2014	19503-2
31	商务统计学 (第 5 版)	莱文 (David M. Levine)	65	2010	12492-6
32	管理沟通——以案例分析为视角 (第 4 版)	奥罗克 (James S. O'Rourke)	49	2011	12920-4
33	商务谈判 (第 5 版)	汤普森 (Leigh L. Thompson)	55	2013	17837-0
34	管理思想史 (第 6 版)	雷恩 (Daniel A. Wren)	62	2012	14821-2
35	企业管理研究方法 (第 10 版)	库珀 (Donald Cooper)	79	2013	17645-1
36	商业伦理: 概念与案例 (第 7 版)	贝拉斯克斯 (Manuel G. Velasquez)	52	2013	17376-4
37	企业伦理学——伦理决策与案例 (第 8 版)	费雷尔 (O. C. Ferrell)	49	2012	16016-0
38	职业生涯发展与规划 (第 3 版)	里尔登 (Robert C. Reardon)	39	2010	11843-7
39	商业法律环境 (第 4 版)	库巴塞克 (Nancy K. Kubasek)	69	2007	08187-8
40	基础统计学 (第 4 版)	拉森 (Ron Larson)	52	2013	18479-1
41	商法 (第 7 版)	亚当斯 (Alix Adams)	59	2014	20311-9

(二) 工商管理经典译丛·市场营销系列

1	市场营销学 (第 9 版)	阿姆斯特朗 (Gary Armstrong)	65	2010	12524-4
2	市场营销学基础 (第 18 版)	佩罗 (William D. Perreault, Jr.)	65	2012	15644-6
3	国际市场营销学 (第 10 版)	钦科陶 (Michael R. Czinkota)	69	2015	20986-9
4	营销管理 (第 5 版·全球版)	科特勒 (Philip Kotler)	39	2012	15367-4
5	营销管理 (亚洲版·第 5 版)	科特勒 (Philip Kotler)	75	2010	11369-2
6	营销管理: 知识与技能 (第 10 版)	彼得 (J. Paul Peter)	65	2012	15751-1

7	战略营销：教程与案例（第11版）	凯琳（Roger A. Kerin）	65	2011	13868-8
8	战略品牌管理（第3版）	凯勒（Kevin Line Keller）	72	2009	10655-7
9	服务营销（第6版）	洛夫洛克（Christopher Lovelock）	68	2010	12155-0
10	消费者行为学（第10版）	所罗门（Michael R. Solomon）	68	2014	18249-0
11	消费者行为学（第11版）	希夫曼（Leon G. Schiffman）	69	2015	20402-4
12	消费者行为学案例与练习（第2版）	格雷厄姆（Judy Graham）	20	2011	14211-1
13	营销调研（第6版）	伯恩斯（Alvin C. Burns）	55	2011	13336-2
14	营销渠道（第7版）	科兰（Anne T. Coughlan）	59	2008	09525-7
15	营销渠道：管理的视野（第8版）	罗森布洛姆（Bert Rosenbloom）	68	2014	18654-2
16	网络营销（第5版）	斯特劳斯（Judy Strauss）	55	2010	12425-4
17	网络营销实务：工具与方法	米列茨基（Jason I. Miletsky）	45	2011	12687-6
18	广告学：原理与实务（第9版）	维尔斯（William Wells）	75	2013	17868-4
19	广告与促销：整合营销传播视角（第9版）	贝尔奇（George E. Belch）	78	2014	19002-0
20	组织间营销管理（第10版）	赫特（Michael D. Hutt）	59	2011	13027-9
21	零售管理（第11版）	伯曼（Barry Berman）	79	2011	13093-4
22	专业化销售：基于信任的方法（第4版）	英格拉姆（Thomas N. Ingram）	48	2009	11219-0
23	销售管理（第9版）	科恩（William L. Cron）	48	2010	11849-9
24	销售管理——塑造未来的销售领导者	坦纳（John F. Tanner Jr.）	48	2010	11767-6
25	营销战略与竞争定位（第5版）	胡利（Graham Hooley）	65	2014	18597-2
26	基于Excel的营销调研（第3版）	伯恩斯（Alvin C. Burns）	58	2014	18621-4
27	定价策略	史密斯（Tim J. Smith）	52	2015	21001-8
28	商务谈判（第6版）	列维奇（Roy J. Lewicki）	65	2015	22006-2

（三）工商管理经典译丛·会计与财务系列

1	会计学：管理会计分册（第23版）	里夫（James M. Reeve）	36	2011	13552-6
2	会计学：财务会计分册（第23版）	里夫（James M. Reeve）	65	2011	13783-4
3	会计学原理（第19版）	怀尔德（John J. Wild）	65	2012	14820-5
4	成本与管理会计（第13版）	亨格瑞（Charles T. Horngren）	79	2010	12594-7
5	中级会计学（上、下册）（第12版）	基索（Donald E. Kieso）	168	2008	09457-1
6	高级会计学（第10版）	比姆斯（Floyd A. Beams）	69.8	2011	14636-2
7	审计学：一种整合方法（第14版）	阿伦斯（Alvin A. Arens）	72	2013	16828-9
8	公司理财	伯克（Jonathan Berk）	89	2009	11220-6
9	中级财务管理（第8版）	布里格姆（Eugene F. Brigham）	69	2009	10427-0
10	财务报表分析（第10版）	苏布拉马尼亚姆（K. R. Subramanyam）	59	2009	10826-1
11	跨国公司财务管理基础（第6版）	夏皮罗（Alan C. Shapiro）	59	2010	11779-9

（四）工商管理经典译丛·运营管理系列

1	运营管理：创造供应链价值（第6版）	拉塞尔（Roberta S. Russell）	59	2010	11613-6
2	运营管理：供需匹配的视角（第2版）	卡桑（Gerard Cachon）	55	2013	17106-7
3	供应链设计与运营（第3版）	辛奇-利维（David Simchi-Levi）	55	2010	11614-3
4	物流学（第11版）	墨菲（Paul R. Murphy, Jr.）	49	2015	21056-8
5	物流管理与战略——通过供应链竞争（第3版）	哈里森（Alan Harrison）	39	2010	11612-9
6	项目管理：流程、方法与经济学（第2版）	施塔布（Avraham Shtub）	69	2007	08677-4
7	IT项目管理（第3版）	马尔海夫卡（Jack T. Marchewka）	49	2011	13481-9
8	质量管理：整合供应链（第4版）	福斯特（S. Thomas Foster）	59	2013	17142-5
9	供应链管理（第8版）	伯特（David Burt）	68	2012	15794-8

（五）人力资源管理译丛

1	人力资源管理：赢得竞争优势（第7版）	诺伊（Raymond A. Noe）	79	2013	17773-1
2	人力资源管理基础（第2版）	德斯勒（Gary Dessler）	65	2014	19505-6
3	薪酬管理（第11版）	米尔科维奇（George T. Milkovich）	69	2014	20048-4
4	战略性薪酬管理（第7版）	马尔托奇奥（Joseph J. Martocchio）	58	2015	21057-5
5	绩效管理（第3版）	阿吉斯（Herman Aguinis）	45	2013	18106-6
6	雇员培训与开发（第三版）	诺伊（Raymond A. Noe）	45	2007	08186-1
7	国际人力资源管理（第5版）	赵曙明 道林（Peter J. Dowling）	45	2012	14734-5

8	组织行为学 (第六版)	克赖特纳 (Robert Kreitner)	78	2007	08573-9
9	组织中的人际沟通技巧 (第3版)	杰纳兹 (Suzanne C. De Janasz)	49	2011	13824-4
10	谈判与冲突管理	科尔韦特 (Barbara A. Budiac Corvette)	39.8	2009	10388-4

(六) 国际商务经典译丛/工商管理经典译丛·国际化管理系列

1	国际贸易 (第15版)	普格尔 (Thomas A. Pugel)	49	2014	19001-3
2	国际金融 (第15版)	普格尔 (Thomas A. Pugel)	42	2014	19329-8
3	全球商务	彭维刚 (Mike Peng)	65	2011	12819-1
4	国际商务 (第9版)	希尔 (Charles W. L. Hill)	75	2013	10660-1
5	国际管理 (第8版)	德雷斯凯 (Helen Deresky)	65	2015	20938-8
6	国际管理 (第5版)	包铭心 (Paul W. Beamish)	49.8	2006	07062-0
7	国际商务谈判	塞利奇 (Claude Cellich)	42	2013	18404-3
8	全球营销 (第6版)	基根 (Warren J. Keegan)	72	2015	20471-0
9	国际企业伦理 (第2版)	克兰 (John M. Kline)	39	2013	18089-2
10	跨文化商务沟通 (第6版)	钱尼 (Lillian H. Chaney)	42	2014	19139-3

(七) 管理科学与工程经典译丛

1	数据、模型与决策 (第10版)	泰勒 (Bernard W. Taylor III)	78	2011	14005-6
2	管理科学 (第2版)	劳伦斯 (John A. Lawrence)	75	2009	10318-1
3	管理信息技术 (第5版)	图尔班 (Efrain Turban)	69	2009	10976-3
4	制造计划与控制 (第5版)	沃尔曼 (Thomas E. Vollmann)	69	2009	09952-1
5	创新管理 (第4版)	蒂德 (Joe Tidd)	59	2012	15657-6
6	工程经济学 (第5版)	帕克 (Chan S. Park)	75	2012	16014-6
7	管理信息系统 (第15版)	奥布赖恩 (James A. O'Brien)	65	2012	16779-4
8	管理信息系统案例 (第4版)	米勒 (M. Lisa Miller)	49	2013	18076-2
9	现代数据库管理 (第10版)	霍弗 (Jeffrey A. Hoffer)	68	2013	17076-3
10	知识管理: 一种集成方法 (第2版)	贾夏帕拉 (Ashok Jashapara)	48	2013	17172-2
11	管理科学	史蒂文森 (William J. Stevenson)	55	2013	17681-9
12	现代系统分析与设计 (第6版)	霍弗 (Jeffrey A. Hoffer)	69	2013	15844-0

(八) 工商管理经典译丛·简明系列

1	创业学 (亚洲版)	弗雷德里克 (Howard H. Frederick)	55	2011	13506-9
2	战略管理	韦斯特三世 (G. Page West III)	45	2011	13607-3
3	战略管理精要 (第5版)	亨格 (J. David Hunger)	45	2012	15161-8
4	管理学 (第8版)	舍默霍恩 (John R. Schermerhorn)	50	2011	14220-3
5	管理学原理 (第6版)	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	62	2009	09989-7
6	创业学 (第2版)	卡普兰 (Jack M. Kaplan)	48	2009	09957-6
7	商务沟通——数字世界的沟通技能 (第12版)	伦茨 (Kathryn Rentz)	49	2012	15331-5

(九) 工商管理经典译丛·旅游管理系列

1	旅游学 (第10版)	格德纳 (Charles R. Goeldner)	65	2008	09156-3
2	旅游服务业市场营销 (第4版)	莫里森 (Alastair M. Morrison)	54	2012	16351-2
3	饭店经营管理 (第2版)	海斯 (David K. Hayes)	52	2013	17035-0
4	饭店业战略管理 (第3版)	奥尔森 (Michael D. Olsen)	45	2013	18013-7
5	饭店前厅管理 (第5版)	巴尔迪 (James A. Bardi)	49	2014	18628-3
6	休闲与旅游研究方法 (第3版)	维尔 (A. J. Veal)	48	2008	09019-1

(十) 工商管理经典译丛·创业与创新管理系列

1	中小企业创业管理 (第3版)	卡茨 (Jerome A. Katz)	75	2012	14271-5
2	创业学 (第9版)	库拉特科 (Donald F. Kuratko)	52	2014	20022-4

(十一) 其他教材

1	战略管理	弗兰克·罗特梅尔 (Frank Rothaermel)	69	2015	21002-5
2	战略管理 (第12版)	约翰·皮尔斯二世 (John A. Pearce II)	65	2015	21111-4
3	组织变革管理 (第5版)	科林·卡纳尔 (Collin A. Carnall)	45	2015	21954-7
4	案例学习指南: 阅读、分析、讨论案例和撰写案例报告	埃利特 (William Ellet)	39	2009	10202-3

Roy J. Lewicki, Bruce Barry, David M. Saunders

Negotiation, 6th edition

0-07-338120-9

Copyright © 2010, 2006, 2003, 1999, 1994, 1985 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese adaptation is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and China Renmin University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2013 by the McGraw-Hill Asia Holdings (Singapore) Pte. Ltd. and China Renmin University Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可，对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播，包括但不限于复印、录制、录音，或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字改编版由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司和中国人民大学出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾）销售。

版权© 2013 由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司与中国人民大学出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签，无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号：01-2013-1843



Higher
Education

麦格劳-希尔教育教师服务表

尊敬的老师：您好！

感谢您对麦格劳-希尔教育的关注和支持！我们将尽力为您提供高效、周到的服务。与此同时，为帮助您及时了解我们的优秀图书，便捷地选择适合您课程的教材并获得相应的免费教学课件，请您协助填写此表，并欢迎您对我们的工作提供宝贵的建议和意见！

麦格劳-希尔教育 教师服务中心

★ 基本信息					
姓		名		性别	
学校			院系		
职称			职务		
办公电话			家庭电话		
手机			电子邮箱		
省份		城市		邮编	
通信地址					
★ 课程信息					
主讲课程-1			课程性质		
学生年级			学生人数		
授课语言			学时数		
开课日期			学期数		
教材决策日期			教材决策者		
教材购买方式			共同授课教师		
现用教材 书名/作者/出版社					
主讲课程-2			课程性质		
学生年级			学生人数		
授课语言			学时数		
开课日期			学期数		
教材决策日期			教材决策者		
教材购买方式			共同授课教师		
现用教材 书名/作者/出版社					
★ 教师需求及建议					
提供配套教学课件 (请注明作者/书名/版次)					
推荐教材 (请注明感兴趣的领域或其他相关信息)					
其他需求					
意见和建议(图书和服务)					
是否需要最新图书信息	是/否	感兴趣领域			
是否有翻译意愿	是/否	感兴趣领域或意向图书			

填妥后请选择电邮或传真的方式将此表返回，谢谢！

地址：北京市东城区北三环东路36号环球贸易中心A座702室，教师服务中心，100013

电话：010-5799 7618/7600 传真：010-5957 5582

邮箱：instructorchina@mheducation.com

网址：www.mheducation.com, www.mhhe.com

欢迎关注我们的
微信公众号：
MHHE0102



教师教学服务说明

中国人民大学出版社工商管理分社以出版经典、高品质的工商管理、财务会计、统计、市场营销、人力资源管理、运营管理、物流管理、旅游管理等领域的各层次教材为宗旨。

为了更好地为一线教师服务，近年来工商管理分社着力建设了一批数字化、立体化的网络教学资源。教师可以通过以下方式获得免费下载教学资源的权限：

在“人大经管图书在线”（www.rdjg.com.cn）注册，下载“教师服务登记表”，或直接填写下面的“教师服务登记表”，加盖院系公章，然后邮寄或传真给我们。我们收到表格后将在一个工作日内为您开通相关资源的下载权限。

如您需要帮助，请随时与我们联系：

中国人民大学出版社工商管理分社

联系电话：010-62515735，62515749，62515987

传真：010-62515732，62514775

电子邮箱：rdcbsjg@crup.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲 59 号文化大厦 1501 室（100872）

教师服务登记表

姓名	<input type="checkbox"/> 先生 <input type="checkbox"/> 女士		职 称		
座机/手机			电子邮箱		
通讯地址			邮 编		
任教学校			所在院系		
所授课程	课程名称	现用教材名称	出版社	对象（本科生/研究生/MBA/其他）	学生人数
需要哪本教材的配套资源					
人大经管图书在线用户名					
院/系领导（签字）： 院/系办公室盖章					

目 录

第 1 章 谈判的本质	001
1.1 本书的写作风格和研究方法	003
1.2 乔与休·卡特	004
1.3 谈判情境的特点	005
1.4 相互依赖关系	009
1.5 相互调整	011
1.6 价值申明与价值创造	014
1.7 冲突	017
1.8 对冲突进行有效的管理	020
1.9 本书各章概况	023
第 2 章 分配式谈判的战略与战术	030
2.1 分配式谈判情境	032
2.2 战术性任务	039
2.3 谈判立场	045
2.4 承诺	051
2.5 结束谈判	055
2.6 应对强硬战术	056
2.7 可以用于整合式谈判的分配式谈判技巧	063
第 3 章 整合式谈判的战略与战术	066
3.1 导言	066
3.2 整合式谈判过程概述	068
3.3 整合式谈判过程的关键步骤	070
3.4 促成整合式谈判取得成功的因素	087
3.5 为什么整合式谈判不容易实现	092
3.6 分配式谈判和整合式谈判	095
第 4 章 谈判：战略与规划	098
4.1 目标——决定谈判战略的核心	099
4.2 战略——达成目标的整体计划	101
4.3 理解谈判的流程：阶段和步骤	106
4.4 战略实施准备：计划过程	109

第5章 感知、认知与情感	126
5.1 感知	127
5.2 确定框架	129
5.3 谈判中的认知偏差	137
5.4 应对谈判中的认知偏差	146
5.5 情绪、情感与谈判	149
第6章 沟通	157
6.1 基本的沟通模型	157
6.2 谈判中需要沟通哪些内容	161
6.3 如何在谈判中进行沟通	166
6.4 如何改善谈判中的沟通	172
6.5 谈判结束时需要特别关注的沟通问题	177
第7章 发现并利用谈判力	180
7.1 为什么谈判力对谈判者如此重要	181
7.2 谈判力的定义	183
7.3 谈判力的来源——人们如何获取谈判力	185
7.4 应对有更强谈判力的人	197
第8章 影响力	201
8.1 获取影响力的两种途径：组织模型	202
8.2 获取影响力的中心途径：信息及其传递	203
8.3 边缘途径	209
8.4 信息接收者（影响目标）的作用	222
第9章 谈判中的道德伦理	228
9.1 道德窘境的例子	228
9.2 什么是“伦理”，为什么它在谈判中关系重大	230
9.3 四种思辨伦理的方法	232
9.4 谈判中会产生什么伦理问题	237
9.5 为什么使用欺骗策略？动机和结果	243
9.6 什么因素促成谈判者使用卑鄙手段	248
9.7 谈判者如何应对对手运用欺骗手段	257
第10章 谈判中的各种关系	263
10.1 利用科学的方法研究谈判者之间的关系	264
10.2 关系的类型	267
10.3 在关系中进行谈判的关键因素	272
第11章 代理人、委托人、观众	286
11.1 谈判中谈判方的数量	286
11.2 代理人、委托人、观众是如何改变谈判的	288
11.3 给代理人用来管理他们的委托人与观众的建议	298
11.4 何时使用代理人	309

11.5 管理代理人	310
第12章 联盟	314
12.1 多于两方当事人的情况	315
12.2 什么是联盟	316
12.3 联盟是怎样和为什么形成和发展的	318
12.4 联盟的决策标准	327
第13章 多方谈判与团队谈判	335
13.1 多方谈判的本质	335
13.2 管理多方谈判	342
13.3 组间协商	355
第14章 个体差异I：性别与谈判	359
14.1 性别和社会性别的定义	360
14.2 谈判中的社会性别差异研究	361
第15章 个体差异II：个性与能力	375
15.1 关于个体差异和谈判的早期研究	375
15.2 个性和谈判	377
15.3 谈判能力	386
15.4 另一种方法：对成功谈判者的研究	390
15.5 结论	392
第16章 国际谈判及跨文化谈判	395
16.1 国际谈判：科学与艺术	397
16.2 什么使得国际谈判如此不同	398
16.3 定义文化和谈判	402
16.4 文化对谈判的影响：从管理角度来看	408
16.5 文化对谈判的影响：研究角度	412
16.6 文化反应谈判策略	418
第17章 处理谈判僵局	425
17.1 难以达成的谈判的特点及其发生原因	426
17.2 导致谈判僵局的根本性失误	432
17.3 如何破解谈判僵局	434
第18章 处理棘手谈判	452
18.1 管理影子谈判和社会契约	453
18.2 应对谈判对手的强硬的分配式策略	455
18.3 如何应对强大对手	457
18.4 应对最后通牒	459
18.5 应对棘手的谈判对手	460
第19章 第三方介入处理谈判中的困境	468
19.1 给双方的谈判过程增加第三方	468
19.2 第三方介入的类型	472