



21世纪高职高专精品课程规划教材·**经济管理类**
基于工作过程导向的项目式人才培养创新教程

Mastering Business Negotiation

商务谈判执行

主 编 张恩俊

副主编 李红梅 邵其会



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

21世纪高职高专精品课程规划教材·经济管理类

商务谈判执行

——基于工作过程导向的项目式
人才培养创新教程

主 编◎张恩俊

副主编◎李红梅 邵其会

主 审◎曾国勋

 北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 提 要

《商务谈判执行》一书是基于工作过程为导向的项目式人才培养创新教程,突出以工作过程为导向,以工作任务为基础,以学生为中心,采用项目式教学方法,创新课程开发理论和开发技术。

本书区别于传统意义上的《商务谈判》教材,是按照国家教育部教学模式转型的要求编写的一本一定意义上的全新教材,更突出职业特色和实践特色,更侧重于培养学生的商务谈判执行能力。

本书重构了《商务谈判》课程体系,打破学科界限,进行课程整合,尤其侧重理论知识与实践技能的整合。按照典型的职业工作过程,构建“学习领域”、“学习情境”,形成围绕工作过程的新型教学项目。

本书通过对教学思路和教学方法的修订,实现对学生的仿真和实战训练,以职业典型的工作过程为导向进行教材设计,实现理论教学与实践教学相互渗透,相互结合,边学边训,融“教、学、做”为一体,强调教学过程的实践性、开放性和职业性。尽量做到学生校内学习与实际工作的一致性,提高学生的职业能力,解决理论与实践结合难的问题。

本书可供高职高专的营销、商务及管理专业以及部分本科经济管理类专业的师生使用,也是各层次职业商务人士、商务谈判工作者的案头必备工具书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判执行:基于工作过程导向的项目式人才培养创新教程/张恩俊主编. —北京:北京理工大学出版社,2009.8(2010.7重印)

ISBN 978-7-5640-2546-5

I. 商… II. 张… III. 贸易谈判-教材 IV. F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 134071 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京国马印刷厂

开 本 / 787 毫米×960 毫米 1/16

印 张 / 19.25

字 数 / 398 千字

版 次 / 2009 年 8 月第 1 版 2010 年 7 月第 2 次印刷

印 数 / 4001~6000 册

定 价 / 33.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 周瑞红

图书出现印装质量问题,本社负责调换

Preface | 前言

教材由来

20 世纪 90 年代以来,我国职业教育教学领域,借鉴国外的一些先进的职业教育模式(如加拿大的 DACUM 模式、英国的 BTEC 课程模式、德国传统的双元制培训过程和模式等),对我国高职教育课程进行改革,并结合我国国情,提出了一些改革的模式,其中德国专家在分析了传统的“双元制”模式的不足后,提出的“以工作过程为导向”的教学指导思想影响较大。

近年来,国家教育部提出要以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,全面落实科学发展观,全面贯彻党的教育方针,坚持“以服务为宗旨,以就业为导向,走产、学、研结合的发展道路”的高等职业院校办学方针,坚持导向性、协调性、效益性和创新性的原则。

按照国家对示范性职业院校建设中对深化教育教学改革、创新人才培养模式和创建办学特色等方面的导向性要求,为适应社会经济的发展和企业生产经营对应用型、技能型人才的需求,针对《商务谈判》实践性强的特点,本教材对以工作过程为导向的项目式人才培养模式进行创新,突出以工作过程为导向,以工作任务为基础,以学生为中心,创新课程开发理论和开发技术。

通过对教学思路和教学方法的修订,实现对学生的仿真和实战训练,以职业典型的工作过程为导向进行教材设计,实现理论教学与实践教学相互渗透,相互结合,边学边训,融“教、学、做”为一体,强调教学过程的实践性、开放性和职业性。尽量做到学生校内学习与实际工作的一致性,提高学生的职业能力。

体例创新

体例:本教材在编写体例上按照职业典型商务谈判过程设计 10 个学习情境,各学习情境相互联系又各自独立,全书贯穿的主线是在公司下达商务谈判任务的基础上,各模拟公司成立商务谈判小组,各商务谈判小组进行谈判前准备及整个谈判过程按阶段深入进行,直至谈判双方签订商务谈判合同。

各学习情境按照“资讯——决策——计划——实施——检查——评估”的程序进行编写,便于理论知识的补充和实作过程的练习。

在“资讯”部分强调应知应会的知识(必要的概念、必要的理论、必要的阐释)、经典案例的选用(所选案例尽量做到典型、恰当、多角度多层面、针对性强)和案例简析(案

例简析尽量做到由点到面、由表及里，揭示商务谈判的内在规律，点到为止)。

在“决策→计划→实施→检查→评估”部分则体现项目式教学，侧重学员的实操，教师下达任务，学生合作完成。

特色：本教材以培养职业能力为核心，以工作实践为主线，以工作过程（项目）为导向，用任务进行驱动，建立以行动（工作）体系为框架的现代课程结构，重新序化课程内容，做到陈述性（显性）知识与程序性（默会）知识并重，将陈述性知识穿插于程序性知识之中，理论与实践一体化。课程突出职业特色和实践特色，符合国家教育部教学模式转型的要求。

创新：

(1) 引进国内外较先进的“以工作过程为导向”的教学指导思想，结合项目式教学方法，创新教材结构，实现“高等性”与“职业性”的融合；

(2) 重构《商务谈判》课程体系，以工作过程为导向，打破学科界限，进行课程整合，尤其侧重理论知识与实践技能的整合。按照典型的职业工作过程，构建“学习领域”、“学习情境”，形成围绕工作过程的新型教学项目；

(3) 改革教学模式，充分发挥学员的主体性，并按照学员的职业能力的发展规律进行课程模式建构，引导学员开展基于工作过程的项目学习，从根本上加强和突出综合职业能力的培养；

(4) 创新评价方法，突出职业资格标准的导向作用，并以此为标准指导学员的学习，重视职业技能和综合职业能力考核。课程评价体系突出多样化的特征，兼顾形成性评价和总结性评价，兼顾自我评价、学员评价和教师评价。

教材编著

全书共分12个部分，由张恩俊主编，曾国勋主审。李红梅、邵其会任副主编。

张恩俊编写商务谈判执行任务书、学习情境1和学习情境7，向志虹编写学习情境2，刘滢编写学习情境3，王凌编写学习情境4，李红梅编写学习情境5，向欣编写学习情境6，邵其会编写学习情境8，钟艳编写学习情境9，杨莉华编写学习情境10，龚龙编写商务谈判综合案例分析。全书由张恩俊统稿、定稿。

鉴于时间及篇幅的限制，以及作者水平有限，不足和遗憾之处在所难免，恳请专家和同行们批评指教，以利改进。

鸣谢

首先感谢在本书编写过程中四川工程职业技术学院领导和老师的大力支持。还要感谢四川管理职业学院、四川职业技术学院、内江职业技术学院、重庆青年职业技术学院、四川交通职业技术学院、乐山职业技术学院、重庆电子工程职业学院、重庆科创职业学院作者的通力合作。同时，感谢北京理工大学出版社的领导和编发人员对此书出版付出的辛劳。本书在编著过程中参考了国内外大量的书籍和资料，在这里向相关文献的作者一并致谢。

张恩俊

教学建议

《商务谈判执行》是基于工作过程导向的项目式人才培养创新教程，教学内容按照实际的工作任务、工作过程和工作情境组织课程教学，形成围绕工作需求的新型教学与训练项目。在此基础上，以工作过程贯穿于项目式教学中，是当前高等职业教育中一种较优的教学方法。

本教材区别于传统意义上的《商务谈判》教材，更侧重于培养学生的商务谈判执行能力。教学以实作为主，以学生自行练习为主，以真实的商务谈判进程为导向，逐步深入。在实作的过程中按需补充各种理论知识，学生学完以后能更好地将理论知识和实际操作融为一体。

就本教材的使用，编者提出如下建议，仅供参考。

1. 以工作过程为导向的商务谈判项目式教学的含义

广义上工作过程是指实现确定目标的生产活动和服务活动的顺序。狭义则是指物质产品生产过程的的活动。这一理解在商务谈判就是指商务谈判执行过程的活动。工作过程导向的目的在于克服对学科体系结构化内容的学习，而有利于与工作过程相关内容的学习。工作过程导向课程则来自职业领域里的工作过程，即从职业典型工作过程确定职业实际工作任务，归并成教学工作任务，最终转化为职业教育教学任务。它是一个从行动领域到学习领域（学习领域描述见表1），最终到学习情境的过程。

项目教学是指在职业教育、教学中师生通过共同生产（或操作）具体的、具有实际应用价值或具有典型意义的产品（或商务活动）而进行的教学活动。项目式教学的应用，旨在促进学生在具体实践中建构知识与能力，提高学生综合职业技能。

实践证明，以工作过程贯穿于项目式教学中，能较方便地组织开展项目式教学活动。

表1 《商务谈判执行》学习领域描述

学习领域	商务谈判执行	学 分：4 分 学期安排：第四学期	总 学 时：64 学时 实践培训：32 学时 理论教学：32 学时
目标阐述	商务谈判的能力是现代企业商务人员必须掌握的一项职业技能。本课程通过构建商务谈判的实战案例，使学生了解商务谈判的性质和原则，学会商务谈判方案和计划的制订，商务谈判的背景调查；掌握商务谈判各阶段特点并灵活运用多种谈判策略，促成谈判合同的达成，并举行签约仪式		

续表

学习环节的学习任务			
理论教学		实践培训	
学生应熟悉市场营销相关的国家法律法规，重点是合同法、公司法； 掌握商务礼仪的运用规则； 准确使用市场调研与营销相关理论工具和方法； 掌握商务谈判相关理论工具； 掌握商务谈判常用策略和技巧； 掌握商务谈判方案和计划的格式与写作技巧； 掌握商务合同的内容与格式		受训者能根据具体商务谈判任务，分组成立相应的模拟公司，进行公司职位分工和谈判角色分工； 根据谈判任务收集与处理相关真实市场的信息，撰写市场调查报告或营销策划报告； 按照规范格式，制订商务谈判方案和商务谈判计划； 必要的商务礼仪运用和商务语言运用培训； 商务谈判各阶段常用谈判策略运用培训； 正式商务合同的起草、签订培训，签约仪式模拟培训	
媒介	学员需要的技能	教师需要的技能	实训条件
商务谈判实训室、市场、多媒体、网络、市场信息资料等	具有市场信息收集处理能力，熟悉商务谈判基本理论与常用谈判策略，熟悉商务谈判方案和计划的制订，熟悉合同的制订，熟悉商务礼仪的运用等	市场研究的能力，熟练掌握各种营销理论、商务谈判理论、经济法理论、商务礼仪运用等工具和方法，有丰富的商务谈判一线经验和教学管理能力等	商务谈判多媒体实训室、网络、信息收集与处理设施、设备
对象	工具	方法	要求
- 市场调查报告； - 市场营销策划书； - 商务谈判方案； - 商务谈判执行计划； - 商务合同； - 商务谈判总结报告	- 实训任务书； - 谈判实训指导书； - 商务谈判实训室设备； - 计算机软硬件	- 商务谈判的相关理论； - 市场调查的方法与手段； - 市场调查报告与营销策划报告的基本格式和要求； - 商务谈判方案的写作方法； - 商务谈判执行计划的写作方法； - 商务谈判各阶段的策略、技巧与方法； - 合同的格式化要点； - 总结报告的格式要素与撰写技巧； - 检查与评估	- 了解国家相关法律法规； - 正确理解商务谈判任务传达的信息； - 能收集真实、准确、完备的市场相关信息； - 商务谈判的团队协同能力； - 能制订出格式规范的商务谈判方案和计划； - 能熟练运用谈判策略进行各阶段的商务谈判
	组织		
	- 实训任务书和指导书的提供； - 计算机的准备； - 实训设施设备和软件的准备		

2. 以工作过程为导向的商务谈判的学习情境设计

商务谈判的职业典型工作过程为：各参与谈判的公司组建谈判小组→市场调查与营销策划资料的准备→背景调查→商务谈判方案的制订→商务谈判执行计划的制订→商务谈判按阶段的进行→商务谈判合同的签订。

按照以工作过程为导向的原则，本教材共设计了 10 个学习情境，分别是：组建谈判小组；市场调查与营销策划资料的准备；背景调查；商务谈判方案的制订；商务谈判执行计划的制订；商务谈判的开局；商务谈判的报价；商务谈判的磋商；商务谈判的成交；商务谈判合同的签订。具体内容和课时分配可参考表 2。

表 2 《商务谈判执行》学习情境概览

学习情境	内 容	课时分配					
		资讯	决策	计划	实施	检查	评估
学习情境 1	组建商务谈判小组	4.5	0.5	0.5	1.5	0.5	0.5
学习情境 2	市场调查与营销策划资料的准备	0.5	0.25	0.25	4	0.5	0.5
学习情境 3	商务谈判的背景调查	0.5	0.25	0.25	2	0.5	0.5
学习情境 4	商务谈判方案的制订	1	0.5	0.5	1	0.5	0.5
学习情境 5	商务谈判执行计划的制订	3	0.5	0.5	1	0.5	0.5
学习情境 6	商务谈判的开局	3	0.5	0.5	3	0.5	0.5
学习情境 7	商务谈判的报价	1	0.5	0.5	3	0.5	0.5
学习情境 8	商务谈判的磋商	2.5	0.5	1	3	0.5	0.5
学习情境 9	商务谈判的成交	1	0.5	0.5	3	0.5	0.5
学习情境 10	商务谈判合同的签订	2.5	0.5	1	3	0.5	0.5
合计		64					

3. 以工作过程为导向的商务谈判项目式教学的步骤

以工作过程开展项目式教学的基本步骤一般为：确定任务→制订工作计划→实施计划→进行质量控制与检测→评估反馈。

在本教材中主要以“资讯→决策→计划→实施→检查→评估”为体例开展各学习情境的教学工作，能为学生提供体验完整工作过程的学习机会，增强学生适应企业的实际工作环境和解决综合问题的能力。

“资讯”——是指用户因为及时地获得它并利用它而能够在相对短的时间内给自己带来价值的信息。在本教材中主要是学员在商务谈判各情境中所涉及的各方面知识的提供，并适当解释。

“决策”——就是指作出决定或选择。管理就是决策，是指通过分析、比较，在若干种可供选择的方案中选定最优方案的过程。在商务谈判执行的过程中，由谈判小组对谈判的问题自行决策。

“计划”——是指人们为了实现某种目的而对未来的行动所做的设想和部署。按照各谈判小组所作的决策对下一步的行动进行计划。

“实施”——即实际施行、实行、采取行动。各谈判小组按照各自的计划付诸行动，正式实施。

“检查”——即查看、查考。对各工作项目的实施情况，各谈判小组参照资讯要求先行自检。

“评估”——通常是根据特定的目的和所掌握的资料，对某一事物的价值或状态进行定性、定量的分析说明和评价的过程。即由教师对各谈判小组工作项目完成的技术可能性、经济合理性、操作规范性、运用灵活性等方面进行充分地、客观地和科学地评价，使学员能发现自身的不足，利于不断提高。

学员在学习过程中，需组成团队完成一个真实的商务谈判项目，充分锻炼实际动手、项目管理的能力，掌握真实技能，培养团队精神。

4. 以工作过程为导向的商务谈判项目式教学的教学安排

(1) 教学模式：《商务谈判执行》整个课程的教学安排，从安排下达商务谈判的任务开始，以学生为主体，按步骤完成商务谈判各阶段的任务。

在模拟进行的商务谈判过程中，教师分步对学生进行理论知识的补充并作全面的评价。学生在实作的过程中不断发现不足，不断得到理论知识的补充，不断提高。一定程度上变被动的学习为主动的学习，达到提高学习效率，提升教学效果的目的。

(2) 教学方法：在完成整个《商务谈判执行》教学过程中，教师可采用多种教学方法，如案例教学法、引导文法、头脑风暴法、任务书法和实训法等，与情境内容巧妙结合，达到职业工作现场的效果。

(3) 教学场地、设施：由于整个教学过程在谈判中进行，因此要求教学过程在仿真的商务谈判多媒体实训室中进行，应有主谈室、备用室和休息室等现场设置，各室应有商务谈判所需的设施设备。

教师在使用本教材的过程中，可根据具体条件自行调节或取舍各教学环节的内容及课时设置，并制订对学生的考核办法，完成教学任务。对本书所列表格，可根据需要自行调整格式。

Contents | 目录

商务谈判执行任务书	(1)
学习情境1 组建商务谈判小组	(4)
1.1 资讯	(4)
1.2 决策	(28)
1.3 计划	(29)
1.4 实施	(30)
1.5 检查	(31)
1.6 评估	(32)
学习情境2 市场调查与营销策划资料准备	(36)
2.1 资讯	(36)
2.2 决策	(61)
2.3 计划	(61)
2.4 实施	(62)
2.5 检查	(62)
2.6 评估	(63)
学习情境3 商务谈判的背景调查	(67)
3.1 资讯	(67)
3.2 决策	(82)
3.3 计划	(83)
3.4 实施	(83)
3.5 检查	(84)
3.6 评估	(85)
学习情境4 商务谈判方案的制订	(89)
4.1 资讯	(89)

4.2 决策	(101)
4.3 计划	(102)
4.4 实施	(103)
4.5 检查	(104)
4.6 评估	(104)
学习情境 5 商务谈判执行计划的制订	(108)
5.1 资讯	(108)
5.2 决策	(136)
5.3 计划	(137)
5.4 实施	(138)
5.5 检查	(139)
5.6 评估	(140)
学习情境 6 商务谈判的开局	(145)
6.1 资讯	(145)
6.2 决策	(166)
6.3 计划	(167)
6.4 实施	(168)
6.5 检查	(170)
6.6 评估	(170)
学习情境 7 商务谈判的报价	(175)
7.1 资讯	(175)
7.2 决策	(193)
7.3 计划	(194)
7.4 实施	(195)
7.5 检查	(196)
7.6 评估	(197)
学习情境 8 商务谈判的磋商	(201)
8.1 资讯	(201)
8.2 决策	(222)
8.3 计划	(223)
8.4 实施	(224)
8.5 检查	(225)

8.6 评估	(225)
学习情境9 商务谈判的成交	(230)
9.1 资讯	(230)
9.2 决策	(241)
9.3 计划	(241)
9.4 实施	(242)
9.5 检查	(243)
9.6 评估	(244)
学习情境10 商务谈判合同的签订	(249)
10.1 资讯	(249)
10.2 决策	(272)
10.3 计划	(273)
10.4 实施	(274)
10.5 检查	(275)
10.6 评估	(276)
商务谈判综合案例分析	(278)
学习情境1 组建商务谈判小组	(278)
学习情境2 成都市区电风扇销售与消费情况调研方案	(279)
学习情境3 知己知彼,以弱胜强	(281)
学习情境4 A 空调有限责任公司商务谈判方案	(282)
学习情境5 A 空调有限责任公司商务谈判执行计划	(283)
学习情境6 一致式开局策略	(285)
学习情境7 农机设备谈判中的价格竞争与合作	(286)
学习情境8 谈判过程像谈恋爱——可口可乐落户温州的幕后故事	(288)
学习情境9 中欧纺织品贸易谈判	(290)
学习情境10 中日索赔谈判中的议价、沟通与说服	(293)
参考文献	(295)

商务谈判执行任务书

商务谈判的能力是现代企业商务人员必须掌握的一项职业技能。随着我国社会主义市场经济的深入发展、企业制度改革的深化以及与世界经济对接度的提高,商务谈判已经成为各类工商企业经营与发展、合作与销售的重要商务活动内容。本教材旨在使学生将商务谈判的基本理论和方法运用到实践中,以实际商务谈判工作过程为导向,模拟企业商务谈判的基本程序、方法和技巧,经过商务谈判达成协议,签订书面合同的整个过程。

1. 教学目的

《商务谈判执行》课程,是在学生系统学习了市场营销、市场调查、经济法、商务礼仪等专业基础课或者专业课程后,通过实训方式进行学习的一门专业课程。

通过本课程的教学活动,希望达到以下目的:

(1) 以工作过程为导向,以商务谈判的实践为主线,在实践中发现不足,有针对性地补充理论知识,再以理论来指导实践,真正做到理论联系实际。

(2) 运用商务谈判的基本程序、方法和技巧,以实际谈判进程为导向,模拟企业商务谈判的整个流程进行商务谈判实践。

(3) 通过公司化的操作,学生能够制订商务谈判相关的各种资料。

(4) 调动学生已学的各种专业知识,融会贯通,综合运用,实现升华。

(5) 学生进行了商务谈判能力的培养和锻炼,为今后零距离上岗打下良好的基础。

2. 教学任务及要求

(1) 构建模拟公司。在教师的引导下,对全体学生进行分组,按组设立模拟公司;各公司确定公司的名称、经营范围和谈判所涉及的产品或项目,并进行公司职务分工。

(2) 组建商务谈判小组。各模拟公司分别组建一个商务谈判小组,确定谈判阵容,包括谈判组长、主谈和其他辅助谈判人员的角色分工。

(3) 市场调查与营销策划。各模拟公司的谈判小组在进行谈判之前,必须对确定商务谈判的产品进行市场调查,了解市场需求状况、收集相关企业和谈判产品信息和资料,为谈判做好必要的准备。各模拟公司应该完成市场调查报告(买方)以及营销策划书等书面材料(卖方)。

(4) 背景调查。《孙子·谋攻篇》有云:知己知彼,百战不殆;不知彼而知己,一胜一负;不知彼不知己,每战必殆。进行一场商务谈判,前期背景调查工作非常关键。背景调查工作做得充分可靠,谈判者就会增强自信,从容应对谈判过程中的变化,处理好各种问题,在谈判中处于主动地位,为取得谈判成功奠定基础。商务谈判背景调查要完成商务谈判的环

境因素、谈判者自身情况分析和谈判对手情况调查等项任务。

(5) 以实际商务谈判为导向进行模拟商务谈判。各谈判小组两两组合,分别担任买方和卖方进行模拟商务谈判。要求谈判双方按照商务谈判的基本程序,从各方见面相互寒暄、谈判开局、报价、进入实质性磋商、谈判结束到签订书面合同,完成整个商务谈判的全部过程。

谈判过程中要求学生按照不同角色分工,各司其职、团结协作,注意商务礼仪,充分运用各种谈判策略,完成一场成功的商务谈判,达到锻炼的目的。

(6) 商务谈判检查与评价。

① 学生自检:随着商务谈判各阶段的深入,要求参加谈判的学生和未参加谈判的学生对刚才一阶段的谈判进行自我检查与评价。自检的内容包括:谈判资料、谈判程序、商务礼仪、语言技巧、谈判策略、谈判人员的配合情况、谈判的效果等。

② 教师评价:教师在学生自检的基础上对谈判的情况进行综合点评,点评内容还应包括谈判内容及谈判双方公司构建的真实可行性等。通过评价找出差距,补充资讯知识,以达到不断地提高谈判水平的目的。

(7) 商务谈判总结。在商务谈判圆满结束以后,各模拟公司应进行总结。

① 完成商务谈判的书面总结,包括公司的总结和个人总结。

② 召开总结会:模拟公司的主要负责人作总结发言;每一个学生作个人总结发言;教师作全面总结。

3. 教学考核

(1) 书面资料的考核。完整的商务谈判结束后,各模拟公司(谈判小组)及个人应完成如下书面资料,并整理成册。

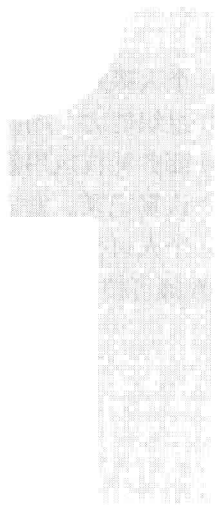
- ① 模拟公司简介及相关产品的介绍;
- ② 谈判小组人员分工的资料;
- ③ 市场调查报告(买方)或营销策划书(卖方);
- ④ 背景调查报告;
- ⑤ 商务谈判方案;
- ⑥ 商务谈判执行计划;
- ⑦ 书面合同书;
- ⑧ 公司谈判总结材料;
- ⑨ 个人总结材料;
- ⑩ 谈判记录及谈判评价资料等。

(2) 综合表现的考核。对于参与商务谈判的学生,应注意从以下几个方面进行综合考核。

- ① 积极参与的程度;

- ② 个人谈判能力、应变能力；
- ③ 组织能力、团队精神；
- ④ 商务礼仪运用能力；
- ⑤ 认真记录、发言评价情况；
- ⑥ 个人口头总结水平等。

(教师可按各自的教学实际情况自行拟定具体的考核办法。)



学习情境 1

组建商务谈判小组

学 习 目 的

了解构建模拟公司的相关资讯知识；掌握商务谈判的概念、特点、分类、步骤和内容等资讯知识；掌握参加商务谈判的人员素质要求；完成组建商务谈判小组任务。

任 务 描 述

教师下达谈判任务，学生以 3~4 人为一组构建模拟公司，公司内部组建商务谈判小组。

1.1 资 讯

1.1.1 营销时代的企业活动

自从市场营销理论诞生一个多世纪以来，在全球得到广泛接受。21 世纪的商务活动，必然是以市场营销观念为导向的，一切商务活动进入了营销时代。

1. 营销时代企业运行的特点

(1) 企业首要任务是决定目标市场的需求、愿望与价值。企业认定顾客握有最终的决断权，常以顾客的观点来指导自己的经营策略，即所谓透过顾客的眼光看企业。

(2) 企业认识到顾客的需求比产品的精美更为重要。因此，从寻求生产方面的特权转向重视市场方面的特权，以提高市场占有率为目标，力求比竞争对手更有效、更优秀地满足目标市场的需求。

(3) 企业的一切经营活动建立在市场调查预测的基础上，争取消费者的行动是在整体的营销控制下进行的。

(4) 企业确认, 只有满足用户的需求并使其满意, 才能建立企业信誉, 促成顾客对商品的偏爱与忠诚。

2. 市场营销观念导向下的商务谈判

市场营销观念的主要内容是: 企业要想获得最大的长期利润, 就必须树立公司的良好形象, 置顾客为企业活动的最高目标, 采取以市场为中心, 以消费者为中心的方针, 以顾客的观点来检验企业的营销策略, 企业生产和销售那些能够满足顾客现实需要和潜在需要的东西, 而不是那些容易生产的东西, 通过不断满足顾客的需求来获取长期的收益。

在这一观念的指导下, 商务精神主要有以下三方面的表现:

- (1) 确保价值的实现。
- (2) 顾客利益至上。
- (3) 贡献于社会的发展。

商务谈判人员要想确保企业长远的利益, 就必须采取共同获利的方针, 同时必须对社会的发展有所贡献。

1.1.2 商务谈判的内涵

1. 商务的概念

所谓商务, 是指经济组织或企业的一切有形资产与无形资产的交换与买卖事宜。

2. 谈判的概念

对于谈判, 从不同的角度和层面看, 有不同的定义。美国著名谈判专家杰勒德·I. 尼尔伦伯格指出: 谈判是指人们为了协调彼此之间的关系, 满足各自的需要, 通过协调而争取达到意见一致的行为过程。

对于这一定义, 我们可以从以下五个方面来理解:

- (1) 谈判双方之间有一定的联系和直接的关系。
- (2) 谈判的直接原因是谈判双方都有自己的需要, 并且满足一方的需要会涉及和影响他方需要的满足, 任何一方都不能无视他方需要的满足。
- (3) 谈判双方的需要通过协商取得一致意见。
- (4) 谈判作为人们的一种行为和活动, 要涉及有关人的许多方面和领域。
- (5) 谈判是一个过程, 不只是指双方达成一致意见的一刻, 还包括为谈判所做的准备与双方达成协议后的贯彻过程。

3. 商务谈判的含义

所谓商务谈判, 是专指在商务活动中为满足买卖双方各自的经济利益目的而进行的谈判。参与商务谈判的主体不外乎为原材料供应商、制造商、中间商或最终顾客。

商务谈判的含义包括以下几个方面:

- (1) 它以洽谈双方已构成商品交易的诸要素为内容。
- (2) 它是交易双方为达到互利互惠的目的而进行的沟通和协商。