自考365 www.zikao365.com
全天 24 小时服务咨询电话 010-82335555 免费热线 4008135555
中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构

☑ 上市公司 实力雄厚 品牌保证
☑ 权威师资阵容 强大教学团队
☑ 历次学员极高考试通过率 辅导效果有保证
☑ 辅导紧跟命题 考点一网打尽
☑ 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓
☑ 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解
☑ 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务
☑ 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

更多辅导专业及课程>> 课程试听>> 我要报名>>

全国 2011 年 7 月高等教育自学考试
谈判与推销技巧试题
课程代码：00179

一、单项选择题(本大题共 22 小题，每小题 1 分，共 22 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的。请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1.作为谈判的核心，一切谈判活动的中心指的是(　　)

A.谈判主体　　B.谈判客体

C.谈判环境　　D.谈判结果

2.谈判冲突发生的真正原因是(　　)

A.利益不均　　B.互不相让

C.互不信任　　D.沟通不充分

3.与其他因素无关，完全由谈判本身而产生的共同利益属于(　　)

A.联合利益　　B.共享利益

C.公共利益　　D.统一利益

4.谈判空间就是(　　)

A.谈判的最大限度

B.谈判的适中限度

C.谈判预计达成协议的区域

D.谈判的限度或者谈判可能达成协议的区域

5.己方想要对方提供的东西比对方希望自己提供的东西更多的战略是(　　)

A.竞争战略 B.和解战略

C.折中战略 D.合作战略

6.谈判者要调动各种因素、使用各种谈判策略争取达成的目标是(　　)

A.顶线目标 B.期望目标

C.可接受目标 D.底线目标

7 下列不属于谈判僵局产生的原因的是(　　)

A.自己制造的僵局 B.对方制造的僵局

C.由于双方原因产生的僵局 D.由于环境原因产生的僵局

8.有“契约之民”雅称的是(　　)

A.日本人 B.德国人

C.英国人 D.美国人

9.通常用于同类顾客比较集中时的产品推销的人员组织结构是(　　)

A.区域式 B.产品式

C.顾客式 D.复合式

10.对于顾客的价格抱怨，销售人员说，“是啊，价格是比前一年确实高了一些”。这种处理顾客异议的方法是(　　)

人.转折处理法 B.以优补劣法

C.冷处理法 D.委婉处理法

11.将过期的食品跨区域销售的行为属于(　　)

A.自然性窜货 B.良性窜货

C.恶性窜货 D.替代性窜货

12.下列选项中，可以帮助产品陈列达到有效的方法是(　　)

A.将产品尽量放到高货架上，防止儿童损坏商品

B.将有损坏的商品放在前面，以免损坏更多商品

C.分散陈列产品，使得商品在货架上显得更多

D.陈列商品的所有规格，以便消费者视自己的需要选购

13.顾客与理发师之间的买卖发型服务属于(　　)

A.附属服务 B.事务性服务

C.单纯服务 D.技术性服务

14.直接激励中间商，提高其积极性的形式中不包括(　　)

A.帮助中间商进行零售终端管理 B.开展促销活动

C.返利政策 D.价格折扣

15.具有联系人管理功能的客户关系管理子系统是(　　)

A.客户市场管理子系统 B.客户支持与服务管理子系统

C.客户销售管理子系统 D.客户忠诚度评估子系统

16.客户组合策略中不包括(　　)

A.集中策略　　B.区分策略

C.标准化策略　　D.个性化策略

17.谈判各方在索取价值和创造价值之间此消彼长的过程是(　　)

A.谈判磋商　　B.谈判开局

C.谈判准备　　D.谈判终结

18.从总体上代表了谈判者借助于改变谈判替代性选择，从而决定、影响和改变谈判空间的能力的一种谈判力是(　　)

A.强制性　　B.遵从准则和客观准则

C.认同力　　D.知识和信息

19.下列各项中不能用来确定推销人员规模的是(　　)

A.工作量法　　B.销售百分比法

C.销售业绩法　　D.销售能力法

20.餐厅严格控制客人用餐过程中的点菜、等候上菜、茶水及用餐结账等各个环节的管理属于提高服务质量的(　　)

A.标准跟进法　　B.蓝图技巧法

C.FABE 法　　D.接触点法

21.在选择中间商时，主要使用的方法是(　　)

A.评分法　　B.绩效法

C.筛选法　　D.工作量法

22.下列推销活动分析的方法中，可能运用到定基动态比率计算的是(　　)

A.绝对分析法　　B.相对分析法

C.因素替代法　　D.量、本、利分析法

二、多项选择题(本大题共 6 小题，每小题 2 分，共 12 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

23.下列选项中，属于广义的谈判利益的有(　　)

A.利润空间　　B.投资回报

C.改善彼此的关系　　D.遵循平等的原则

E.增进社会福利

24.据调查，某公司销售人员，在具有全国 1%的销售潜力的区域内，其销售绩效为 10 万元，而在全国 5%销售潜力的区域内，其销售绩效为 15 万元。这表明(　　)

A.销售潜力越大，销售业绩越高

B.销售业绩会随销售潜力的增加而同比例增加

C.销售业绩的增加往往赶不上销售潜力增加的步伐

D.须通过调查测定各种可能的销售潜力下销售人员的销售能力

E.销售潜力是影响销售业绩的唯一因素

25.在谈判中，影响谈判空间及其谈判空间变动的因素有(　　)

A.谈判方案　　B.谈判标的

C.谈判利益　　D.谈判替代选择

E.潜在谈判协议

26.在考虑相关因素基础上，谈判目标的确定应遵循的原则有(　　)

A.原则性　　B.实用性

C.合理性　　D.合法性

E.预见性

27.非语言沟通中的障碍包括(　　)

A.谈判者的无意识行为　　B.谈判者的有意识行为

C.谈判者的经验　　D.非语言环境

E.外界环境

28.谈判过程中冲突与合作的关系可以概括为(　　)

A.谈判是合作与冲突兼而有之的过程

B.谈判过程中冲突与合作的矛盾会发生变化

C.谈判是一个处理合作与冲突矛盾的过程

D.谈判是一个由合作到冲突的过程

E.谈判是一个由冲突到合作的过程

三、简答题(本大题共 6 小题，每小题 6 分，共 36 分)

29.简述有效威胁的特征。

30.为什么说知识和信息可以赋予谈判者谈判力?

31.简述化解渠道冲突的主要对策。

32.激发顾客购买欲望的方法有哪些?

33.简述“喊价要高，出价要低”的报价起点策略的主要作用。

34.简述评估谈判者利益的规则。

四、论述题(本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分)

35.试述谈判者两难选择的解决办法。

36.试述销售人员开场的方法。

五、案例分析题(本大题共 1 小题，10 分)

37.背景材料：

某顾客在商场购买了一台液晶彩色电视机。使用后才发现电视机的图像不稳定，色彩不饱和，音响效果也不佳。该顾客立即就其发现的上述问题对彩电售后服务部门进行了投诉。售后服务部门在认真听取了顾客的所有意见并做

了详细记录后表示，将尽快上门实地调查具体情况并及时提供有效的解决办法。若经调查后发现确属产品缺陷，将切实按照之前向顾客承诺的“包退、包换、包修”的“三包”原则办理。

请问：(1)该顾客对彩电售后服务部门的投诉主要属于哪个方面的投诉?

(2)彩电企业处理客户投诉的流程与方法一般应包括哪些?

(3)有效处理客户投诉的要点是什么?