

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务 | <input checked="" type="checkbox"/> 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 2012 年 4 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。

- 下列选项中，不属于谈判构成要素的是（ ）
 - 谈判主体
 - 谈判客体
 - 谈判环境
 - 谈判结果
- 谈判各方在索取价值和创造价值之间此消彼长的过程是（ ）
 - 谈判准备
 - 谈判开局
 - 谈判磋商
 - 谈判终结
- 谈判者的两难选择模型表明，双方在谈判博弈中陷入“囚徒困境”，即陷入（ ）
 - 个人理性与集体理性的冲突中
 - 个人理性与集体非理性的冲突中
 - 个人非理性与集体理性的冲突中
 - 个人非理性与集体非理性的冲突中
- 费舍尔和尤瑞认为，每个谈判者都有两种利益，即（ ）
 - 过程中的利益和关系中的利益
 - 过程中的利益和原则中的利益
 - 关系中的利益和原则中的利益
 - 在议题实质上的利益和在彼此关系上的利益
- 能使谈判结果向着有利的方向发展和转变的是（ ）

- A. 谈判力
C. 判断力
- B. 洞察力
D. 理解力
6. 如果既不能得到有利于己方的实质性谈判结果, 又不利于增进和维系谈判双方的关系时, 谈判者将采用 ()
- A. 竞争战略
C. 和解战略
- B. 回避战略
D. 合作战略
7. 下列选项中, 不属于谈判人员素质结构中的“才”的是 ()
- A. 意志力
C. 创新能力
- B. 应变能力
D. 沟通能力
8. 谈判者赋予信息以某种表示方式, 即将信息编制成语言或非语言的符号, 然后将其传递给其他谈判者。这种行为被称作 ()
- A. A 型传播行为
C. C 型传播行为
- B. B 型传播行为
D. D 型传播行为
9. 下列选项中, 不属于谈判沟通与促销沟通共同点的是 ()
- A. 两类沟通的目的是一致的
B. 谈判中沟通的时限压力比促销沟通大
C. 沟通效果通常都主要取决于沟通过程中的译出和译入是否一致
D. 两类沟通都是信息发出者和接受者不断发出信息和接受信息的过程
10. 文化的交叉和重叠使得来自不同文化的谈判者在策略行为上有着明显的 ()
- A. 相同性
C. 复杂性
- B. 相似性
D. 差异性
11. 在语言沟通过程中, 受文化因素的影响, 谈判者对同一语句的理解是不同的。上述说法反映了谈判者语言的 ()
- A. 差异性
C. 取向性
- B. 同一性
D. 非对应性
12. 企业选拔、培训、调配、激励销售人员, 属于人员推销决策类别中的 ()
- A. 临时决策
C. 管理决策
- B. 长期决策
D. 战略决策
13. 人员推销通过面对面的洽谈, 能与顾客建立融洽的友谊关系。这说明人员推销是 ()
- A. 企业实现销售的关键
C. 对付竞争的砝码
- B. 买卖关系的桥梁
D. 信息传递的载体
14. 企业通过派出推销人员与一个或一个以上可能成为购买者的人交谈以推销商品的方式称为 ()
- A. 合同推销
C. 上门推销
- B. 代理推销
D. 人员推销
15. 销售机会的出现与否不以销售人员的意志为转移, 这充分表明, 销售机会具有 ()

24. 谈判团队构成原则包括 ()
- A. 分工明确
B. 人际关系的协调
C. 双方地位的协调
D. 谈判期限的协调
E. 知识与能力结构的协调
25. 说服中的障碍有 ()
- A. 沟通障碍
B. 思维定势
C. 背后利益集团的影响
D. 将对方视为要击败的对手
E. 缺乏充分而有效的说服准备
26. 日本人性格包括 ()
- A. 进取心强、态度认真、等级观念强
B. 沉稳、自信、好强、勤奋、严谨
C. 喜欢通过迂回曲折的方式陈述自己的观点
D. 倔强、自负、缺乏灵活性和妥协性
E. 自信且非常爱面子、彬彬有礼，很少拒绝或反驳别人
27. 终端陈列的组成要素有 ()
- A. 产品陈列
B. 附属性广告制造氛围
C. 分销设备全面
D. 信息传递
E. 备货发货
28. 下列表述正确的有 ()
- A. 客户差异决定了对公司的商业价值和对产品的需求不同
B. 有效的顾客差异分析可以更好地配置资源，改进产品
C. 客户的个性化信息是造成客户差异化的主观原因
D. 根据客户差异分析可知 20% 的利润来自 80% 的客户
E. 对企业的价值仅次于“最具价值”客户组被称为“最具成长性”客户

三、简答题（本大题共 6 小题，每小题 6 分，共 36 分）

29. 如何理解谈判中的创造价值和索取价值？
30. 简述谈判者创造共享利益协议的方法和策略。
31. 简述补偿和交换对谈判空间的影响。
32. 谈判僵局的产生来自于哪些方面？
33. 简述约见顾客的目的。
34. 简述顾客异议的类型。

四、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

35. 试述商务谈判中的讨价技巧。
36. 联系实际说明树立以客户为中心服务理念的必要性和其内容。

五、案例分析题（本大题共 1 小题，10 分）

37. 背景材料：

西门子公司作为百年国际品牌，其成功的销售渠道运作经验对于国内家电企业不无借鉴之处。其中对于中间商在数量和质量上的严格控制，形成“以点带线，以线代面”的路线，创造厂商与零售商的互惠协作关系，重视把产品卖给消费者，而非仅仅把产品卖给零售商。成功地进行双向沟通，让经销商感到“我就是西门子的一员”，从而快速了解市场信息，作出反馈。

根据以上材料回答问题：

- (1)请说明中间商与生产商在签订伙伴协议时应注意哪些问题。
- (2)结合案例分析引起渠道冲突的原因。