

2024年4月高等教育自学考试全国统一考试

谈判与推销技巧

(课程代码 00179)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

一、单项选择题: 本大题共22小题, 每小题1分, 共22分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的, 请将其选出。

1. 谈判过程中合作与冲突是
A. 必然存在
B. 兼而有之
C. 不会并存
D. 无需考虑
2. 下列对联合收益的理解错误的是
A. 从谈判每一方的角度来看利益都有改善
B. 联合收益是一种帕累托改进
C. 一方收益的增加, 来自于另一方收益的减少
D. 创造了更高的价值
3. 谈判双方根据自己的实力和条件制定目标, 要具有“可能谈”, 体现了谈判目标确定应遵循的
A. 合理性原则
B. 合法性原则
C. 可操作性原则
D. 实用性原则
4. 谈判团队中谈判的首席代表和组织者是
A. 谈判负责人
B. 谈判代理人
C. 主谈人
D. 陪谈人
5. 由于一项涉及共同利益、引起共同兴趣的议题而聚集在一起的谈判者, 构成了谈判沟通过程当中的
A. 传播行为
B. 传播符号
C. 传播关系
D. 传播媒介

6. 在谈判过程当中以热烈的握手和拥抱, 传递热情友好的态度, 体现了非语言沟通的
A. 补充作用
B. 肯定作用
C. 否定作用
D. 代替作用
7. 要能有效地说服对方, 谈判者必须尊重对方, 尊重对方最重要的表现是
A. 同意对方观点
B. 认真倾听
C. 理解对方
D. 有效提问
8. 谈判人员习惯于不自觉地谈判对手某种品质的存在去推断其是否具备另外一些品质, 这一习惯来自于_____, 其结果常常产生沟通误差
A. 思维定势
B. 权威崇拜
C. 晕轮效应
D. 文化差异
9. 谈判在两个或两个特定对象之间发生的一般动因, 是通过下列哪种行为寻求比单方行动时更大的利益满足
A. 竞争和合作
B. 协商和合作
C. 冲突和对抗
D. 索取和竞争
10. 下列哪种文化属于低内涵文化, 其特点是沟通起来比较直接, 真诚热情
A. 美国文化
B. 日本文化
C. 德国文化
D. 英国文化
11. 销售环境的变化一般会带来销售机会, 但这种销售机会不会无限期持续下去, 有一定的
A. 两面性
B. 时间性
C. 平等性
D. 可创造性
12. 根据销售风险可被感知的程度, 可以将其划分为
A. 自然风险和人为风险
B. 时间性风险和空间性风险
C. 有形风险和无形风险
D. 局部风险和全局性风险。
13. 推销活动中寻找具有相同消费特点的顾客, 或者在销售群体性较强的商品时, 采用成功率较高的方式是
A. 名人介绍法
B. 连锁介绍法
C. 广告搜寻法
D. 市场咨询法
14. 在退货管理过程中, 部门间的责任要明确, _____属于产品检验部门负责
A. 对退货商品确保品质无误
B. 清点退货商品
C. 发票重新处理
D. 了解为什么会退货
15. 企业制定商品外包装区域差异化, 建立合理的差价体系等措施, 可以有效地治理_____问题
A. 商品销量下降
B. 货品陈列
C. 窜货
D. 货品运输

16. 企业根据客户的需求来生产产品，避免了大量的产品积压，提高了资金周转率，该企业采用了订单管理流程的
- A. 现货生产方式 B. 期货生产方式
C. 订货生产方式 D. 存货生产方式
17. 企业要有专门的制度和人员来管理客户投诉的问题，这是处理客户投诉当中的
- A. 及时处理原则 B. 分清责任原则
C. 留档分析原则 D. 有章可循原则
18. 企业选择中间商，最关键的因素是
- A. 市场覆盖范围 B. 合作意愿
C. 历史经验 D. 财务状况
19. 下列哪种类型的顾客表现为具有特别的偏好，对新产品往往不愿意接受，销售人员对这类顾客应当先发制人，不给对方表达拒绝的机会
- A. 怀疑型 B. 顽固型
C. 沉默型 D. 刚强型
20. 客户的购买习惯，购买品牌偏好，购买时间，地点等属于
- A. 人口统计数据 B. 财务数据
C. 地址数据 D. 行为数据
21. 当企业所面临的客户在关系价值、偏好或者需求上存在很大差异时，企业在确定自己的客户组合时可以采用
- A. 个性化策略 B. 集中策略
C. 区分策略 D. 统一策略
22. 只有在企业提供的产品和服务成为顾客不可或缺的需要和享受时，顾客会重复购买并维持与企业的长期关系，由此而形成
- A. 认知忠诚 B. 行为忠诚
C. 情感忠诚 D. 感知忠诚

二、多项选择题：本大题共 6 小题，每小题 2 分，共 12 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

23. 从广义的角度看，构成谈判的要素有
- A. 谈判主体 B. 谈判环境
C. 谈判开局 D. 谈判客体
E. 谈判磋商
24. 谈判中的冲突是不可避免的，主要有
- A. 利益冲突 B. 结构性冲突
C. 价值冲突 D. 关系冲突
E. 数据冲突

25. 谈判者追求的利益不仅仅是谈判结果带来的利益，还包括
- A. 过程中的利益 B. 关系中的利益
C. 物质利益 D. 联合收益
E. 原则中的利益
26. 谈判沟通当中，回答对方的问题可以采用的技巧包括
- A. 不回答 B. 正面直接回答
C. 不确切回答 D. 不完整回答
E. 明确回答
27. 人员推销是一种面对面的沟通方式，与其他促销方式相比，具有的特征有
- A. 选择性 B. 长远性
C. 灵活性 D. 完整性
E. 系统性
28. 企业销售人员在筛选客户时，可以从_____方面衡量客户
- A. 客户全年购买额 B. 收益性
C. 安全性 D. 未来性
E. 合作性

第二部分 非选择题

三、简答题：本大题共 6 小题，每小题 6 分，共 36 分。

29. 构成谈判力来源的主要因素有哪些？
30. 对潜在谈判对手的分析具体包括哪些内容？
31. 打破谈判僵局的策略性手段中，程序性推动的方法有哪些？
32. 跨文化谈判中，对待文化差异的技巧有哪些？
33. 简述推销人员应具有素质。
34. 简述渠道冲突的表现形式。

四、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

35. 联系实际说明讨价还价策略的运用。
36. 联系实际说明推销活动中处理顾客异议的策略。

五、案例分析题：本大题共 1 小题，每小题 10 分，共 10 分。

37. 背景材料：

在 20 世纪 90 年代初，IBM 的服务部门还只是一个为销售服务的不收费的小部

门，但 IBM 公司意识到客户需要的不仅仅是单纯的硬件设备，服务将越来越重要。1996 年，IBM 对其业务进行重组，将 PC 机的组件生产外包给戴尔公司，与思科公司签署部分高端路由器等产品的转让协议，然后成立了全球服务部。事实证明，这一战略转型为 IBM 的进一步发展打下了坚实的基础，出现了硬件销售与服务齐头并进的局面，并且二者之间形成了良好的互相促进的格局：IBM 每 1 美元的硬件销售能够同时带动 4 美元的软件和服务业务，而另两家著名同行只能带动 24 美分和 47 美分。

根据以上材料回答问题：

- (1) 阐述企业为什么要做好客户服务。
- (2) 互联网时代对客户服务有哪些新的挑战？

自考 365
www.zikao365.com