

2025 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

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

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. 谈判磋商阶段是整个谈判过程的

- | | |
|---------|---------|
| A. 第一阶段 | B. 第二阶段 |
| C. 第三阶段 | D. 第四阶段 |

2. 下列不属于谈判的构成要素的是

- | | |
|---------|---------|
| A. 谈判主体 | B. 谈判客体 |
| C. 谈判环境 | D. 谈判结果 |

3. 生活方式差异所引起的冲突是指

- | | |
|---------|----------|
| A. 利益冲突 | B. 结构性冲突 |
| C. 价值冲突 | D. 关系冲突 |

4. 历史的或道德的基准属于谈判者利益中的

- | | |
|-----------|-----------|
| A. 过程中的利益 | B. 关系中的利益 |
| C. 原则中的利益 | D. 结果中的利益 |

5. 一种以创造或扩展谈判的可能性协议空间,从而寻求增大谈判力的能力,这是谈判力来源因素中的

- | | |
|---------|----------|
| A. 强制性 | B. 补偿和交换 |
| C. 客观标准 | D. 知识和信息 |

6. 本次谈判确定的最低目标,即最差的但谈判者可以接受的结果,是指
 - A. 顶线目标
 - B. 期望目标
 - C. 可接受目标
 - D. 底线目标
7. 比较正确地认识到以满意的条件成交和保持与对方的良好关系都是重要的,注意谈判技巧的运用,以求得最终达成交易,这种谈判者的类型是
 - A. 人际关系导向型
 - B. 交易条件导向型
 - C. 谈判技巧导向型
 - D. 解决问题导向型
8. 需要与利益相互对立的谈判各方,求得在利益与需要上达成平衡的一种谈判战略,这是
 - A. 折中战略
 - B. 和解战略
 - C. 回避战略
 - D. 合作战略
9. 对于买方来说,最高目标所指的价格是
 - A. 保留价格
 - B. 临界价格
 - C. 理想价格
 - D. 初始价格
10. 在分阶段式的讨价中,针对性讨价是
 - A. 第一阶段
 - B. 第二阶段
 - C. 第三阶段
 - D. 第四阶段
11. 短时间内汇率的大幅度变动,往往使谈判双方在价格上重新产生分歧,这个僵局产生的因素是
 - A. 主观偏见
 - B. 客观障碍
 - C. 行为失误
 - D. 偶发因素
12. 下列不属于打破僵局中程序性推动方法的是
 - A. 信息推动
 - B. 改变谈判议题
 - C. 改变谈判日期
 - D. 更换谈判人员
13. 面对面交流是谈判沟通过程中的
 - A. 第一环节
 - B. 第二环节
 - C. 第三环节
 - D. 第四环节
14. 下列不属于非语言沟通作用的是
 - A. 补充作用
 - B. 代替作用
 - C. 说服作用
 - D. 否定作用
15. 在沟通方式上,习惯在谈判前搜集详细的资料,准备十分周密的是
 - A. 德国人
 - B. 英国人
 - C. 法国人
 - D. 日本人

16. 下列不属于有效说服原则的是
- A. 明确说服目标
 - B. 尊重、理解谈判对方
 - C. 帮助对方寻找说服背后利益集团的依据
 - D. 改变态度
17. 推销活动分析步骤中, 收集分析资料是
- A. 第一环节
 - B. 第二环节
 - C. 第三环节
 - D. 第四环节
18. 5W 介绍法中, “谁曾这样做过” 中的 “谁” 是指
- A. 销售人员
 - B. 管理人员
 - C. 新顾客
 - D. 受益的老顾客
19. 顾客对商品的情感阶段是顾客购买商品的心理活动过程的
- A. 第一阶段
 - B. 第二阶段
 - C. 第三阶段
 - D. 第四阶段
20. 销售机会不突出, 需要销售人员深入分析、挖掘才会发现的一种销售机会是指
- A. 非偶然性销售机会
 - B. 非时间性销售机会
 - C. 潜在的销售机会
 - D. 经济性销售机会
21. 由于政府方针政策的调整 and 变化所引起的风险是
- A. 人为风险
 - B. 全局性风险
 - C. 时间性风险
 - D. 有形风险
22. 企业处理顾客的索赔要求属于服务中的
- A. 单纯服务
 - B. 附属服务
 - C. 事务性服务
 - D. 定点服务

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. 原则性谈判法的基本要点包括
- A. 谈判者
 - B. 利益
 - C. 选择方案
 - D. 客观标准和原则
 - E. 事项
24. 谈判价值链包括
- A. 谈判准备
 - B. 谈判磋商
 - C. 达成协议
 - D. 谈判利益
 - E. 谈判结果

25. 下列属于非语言沟通方式的有

- A. 倾听
- B. 握手
- C. 拥抱
- D. 微笑
- E. 谈判中的停顿

26. 影响服务质量的差距主要包括

- A. 管理层认识差距
- B. 质量方面的标准差距
- C. 服务供给差距
- D. 供方信息传播差距
- E. 服务质量感知差距

27. 评估中间商的标准主要包括

- A. 经济性标准
- B. 控制性标准
- C. 适应性标准
- D. 社会性标准
- E. 限制性标准

28. 顾客忠诚的层次主要包括

- A. 顾客满意
- B. 认知忠诚
- C. 情感忠诚
- D. 行为忠诚
- E. 信念忠诚

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、简答题:本大题共 6 小题,每小题 6 分,共 36 分。

- 29. 简述合作与冲突的关系。
- 30. 简述谈判者创造共享利益协议的方法和策略。
- 31. 简述谈判者自我评估的内容。
- 32. 简述正确对待和处理谈判中的文化差异的原则。
- 33. 简述企业提高客户服务质量的方法。
- 34. 从产品角度分析顾客异议产生的原因。

四、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

- 35. 举例说明应对谈判威胁的技巧。
- 36. 联系实际说明渠道冲突的起因和化解冲突的对策。

五、案例分析题：本大题共 1 小题，共 10 分。

37. 背景材料：

当顾客在亚马逊购买图书以后，其销售系统会记录下顾客购买和浏览过的书目，当顾客再次进入该书店时，系统识别出他的身份后就会根据他的喜好推荐有关书目。该顾客去该书店的次数越多，系统对他的了解也就越多，也就能提供更好的服务。据悉，CRM 在亚马逊书店的成功实施为它赢得了 65% 的回头客。许多企业开始实施顾客忠诚度计划。根据木星通信公司最近在美国销售类网站中进行的调查，有 75% 的在线消费者参与了某些忠诚度计划。这家公司还细分研究了消费者的“忠诚”情况，发现对客户购买动机影响最大的因素中：客户服务占 37%、产品选择占 37%、忠诚度计划对客户购买行为的影响占 22%，这表明个性化措施会提高客户的满意程度，使每个客户的潜在购买需求得到发掘，提高了顾客忠诚度和购买比率。

根据以上材料回答问题：

- (1) 企业评价顾客忠诚的标准有哪些？
- (2) 如何提高普通顾客的忠诚度？