全国 2012 年 4 月自考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．下列选项中，不属于谈判构成要素的是（　D　）1-8

A．谈判主体　　B．谈判客体

C．谈判环境　　D．谈判结果

2．谈判各方在索取价值和创造价值之间此消彼长的过程是（　C　）1-10

A．谈判准备　　B．谈判开局

C．谈判磋商　　D．谈判终结

3．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（　A　）2-34

A．个人理性与集体理性的冲突中　　B．个人理性与集体非理性的冲突中

C．个人非理性与集体理性的冲突中　　D．个人非理性与集体非理性的冲突中

4．费舍尔和尤瑞认为，每个谈判者都有两种利益，即（　D　）3-47

A．过程中的利益和关系中的利益

B．过程中的利益和原则中的利益

C．关系中的利益和原则中的利益

D．在议题实质上的利益和在彼此关系上的利益

5．能使谈判结果向着有利的方向发展和转变的是（　A　）4-67

A．谈判力　　B．洞察力

C．判断力　　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（　B　）5-110

A．竞争战略　　B．回避战略

C．和解战略　　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　）5-103

A．意志力　　B．应变能力

C．创新能力　　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　）8-169

A．A 型传播行为　　B．B 型传播行为

本文档资源由考试真题软件网（down.examebook.com）搜集整理二次制作！

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！

qq593777558 examebook.com

C．C 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（　B　）8-166

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（　B　）9-197

A．相同性　　B．相似性

C．复杂性　　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（　D　）9-201

A．差异性　　B．同一性

C．取向性　　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（　C　）10-221

A．临时决策　　B．长期决策

C．管理决策　　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（　B　）10-220

A．企业实现销售的关键　　B．买卖关系的桥梁

C．对付竞争的砝码　　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（　D　）10-219

A．合同推销　　B．代理推销

C．上门推销　　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（　A　）11-248

A．客观性　　B．平等性

C．时空性　　D．两面性

16．请明星拍广告来宣传产品往往效果很好。这充分说明，在激发顾客购买欲望时，应（　C　）12-290

A．适度沉默，让顾客说话　　B．挖掘顾客的需求

C．用言语说服顾客　　D．有计划地进行

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！

qq503777558 examebook.com

17．戴尔公司一直采取“零库存”、“个性化定制”和“直销模式”，这种订单管理流程的方式是（　B　）13-327

A．存货生产方式　　B．订货生产方式

C．需求生产方式　　D．供给生产方式

18．“每台电脑 8000 元”，这种订单报价方式是（　D　）13-325

A．审计报价法　　B．间接报价法

C．估价报价法　　D．直接报价法

19．从企业管理的角度，顾客与理发师之间的买卖发型服务属于（　A　）14-347

A．单纯服务　　B．附属服务

C．事务性服务　　D．技术性服务

20．选择中间商最关键的因素是（　C　）15-392

A．合作意愿　　B．中间商的历史经验

C．市场覆盖范围　　D．中间商的财务状况

21．下列关于客户信息的表述，正确的是（　B　）16-433

A．企业取得利润健康成长的困难往往在于缺乏有关客户的信息

B．客户数据库包含信息越多，作用就越大

C．消费者市场和组织市场在客户数据库里没有显著区别

D．收集尽量多的客户数据是找出企业问题的关键所在

22．企业依据毛利额多少划分顾客，主要是考虑到客户的（　D　）16-435

A．合作性　　B．安全性

C．未来性　　D．收益性

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．商务谈判的特征包括（　ABC　）1-7

A．谈判主体是寻求利益最大化的理性主体

B．谈判发生的基础是满足商业利益

C．谈判核心议题是价格

D．谈判是谈判者的相互作用过程

E．谈判是实现和满足利益需求的行为

24．谈判团队构成原则包括（　ABE　）5-105

A．分工明确　　B．人际关系的协调

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！

qq593777558 examebook.com

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（　　ACDE　　）8-185

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（　　ACE　　）9-209

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（　　ABCD　　）13-336

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（　　ABCDE　　）16-439

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？2-32

答：

（1）谈判既是谈判者创造价值的合作过程，也是谈判者索取价值的竞争过程。由于谈判存在相互对立的这样两个过程，因此，每一个谈判者都可以在下面这两种行为中作出选择：创造价值或者索取价值。

（2）创造价值行为寻求通过与对方共享自己的偏好和想法找到联合收益，实现“双赢”的谈判结果；索取价值行为则相反，谈判者有明确的动力去索取价值，所以谈判者不愿意公开自己的偏好、观点，甚至在单方面要求没有得到满足时会采取攻击和威胁对方的行为。

谈判中的任何策略选择，都存在着上述两种价值取向。

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！

99593777558 examebook.com

30．简述谈判者创造共享利益协议的方法和策略。3-63

答：

（1）在谈判的单一事项上找到各方认可的解决方案可以创造共享利益。

（2）将谈判视为解决共同问题的过程，通过沟通和共同讨论找到创造性地解决问题的方法。

（3）在谈判中突出强调各方共同的认识、道德、价值观、信仰或目标，并把这些与所有具体事项的解决方案联系起来，可以创造和增进共享利益。

（4）建立良好的谈判关系，制造一种愉快的谈判气氛有助于谈判者创造谈判的公共价值。

（5）正确把握这样一些因素也会使原本就有实质意义的协议变得对各方更有价值，比如，相互尊重、认同和遵从组织文化或社会文化标准、看中将自己融人一个行动一致的集体所带来的满足以及利他主义精神。

31．简述补偿和交换对谈判空间的影响。4-75

答：

（1）补偿和交换是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。

（2）谈判者以改变谈判事项，增加新的谈判事项或者减少谈判事项，可以创造谈判的共同价值，从而可以创造或扩展谈判的可能性协议空间，减少谈判利益的冲突，并可以换取对方采取和接受对自己有利的行动。

（3）谈判者寻求在已被采纳的谈判构架中增加谈判事项（以增大谈判空间），或者减少谈判事项（以降低破坏谈判的可能性协议空间），并且首先集中于关注那些强调创造价值的事项的增加或减少，可以增大影响谈判进程和谈判结果的能力。

32．谈判僵局的产生来自于哪些方面？7-154

答：

（1）自己制造的僵局。

（2）对方制造的僵局。

（3）由于双方的原因产生的僵局。

33．简述约见顾客的目的。11-269

答：

（1）正式销售

（2）进行市场调查

（3）提供服务

（4）签订合同

（5）收取货款

（6）走访用户

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！

本文档资源由考试真题软件网（down.examebook.com）搜集整理二次制作！

34．简述顾客异议的类型。12-294

答：

（1）需求方面的异议。

（2）商品质量方面的异议。

（3）价格方面的异议。

（4）服务方面的异议。

（5）购买时间方面的异议。

（6）销售人员方面的异议。

（7）支付能力方面的异议。

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。6-133

答：

（1）讨价方在作出讨价表示并得到对方反应之后，必须对此进行策略性分析。若首次讨价就能得到对方改善报价的反应，这就说明对方报价中的策略性虚报部分可能较大，价格中所含的虚头、水分较多，或者也可能表明对方急于促成交易的心理。但是一般来说，报价者开始都会固守自己的价格立场，不会轻易还价。

（2）即使报价方作出改善报价的反应，还要分析其让步是否具有实质性内容。只要没有实质性改善，讨价方就应继续抓住报价中的实质性内容或关键的谬误，并盯住不放。

（3）依据对方的权限、成交的决心、双方力量对比及关系好坏，判定或改变讨价策略，进一步改变对方的期望。

36．联系实际说明树立以客户为中心服务理念的必要性及其内容。14-379

答：

一、树立以客户为中心服务理念的必要性

1、客户要求企业以客户为中心

客户在考虑购买商品时，不仅要考虑产品自身的价值和使用价值，更要考虑围绕该产品所可能提供的一系列的服务能为自己带来的便利。

2、市场竞争要求企业以客户为中心

在现今的市场上，充斥着大量产品性能、质量、价格等雷同的商品。在这种情况下，客户选择产品的主要依据已从产品的实用价值转向产品将会带来的服务。服务竞争成为竞争的主流。

3、商品的技术复杂程度的日益提高要求企业以客户为中心

随着现代科学技术的迅猛发展，产品中的技术含量越来越高，结构也日益复杂，产品功

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！

examebook.com 995937775

能不断丰富，使用方法也越来越难以掌握。这就需要企业和销售人员在销售过程中为客户提供一系列优质服务，指导客户了解产品，并熟练把握产品的使用方法。

二、树立以客户为中心服务理念的内容

1、树立重“客户份额”轻“市场份额”的新思维

所谓客户份额，就是指企业在一个客户的同类消费中所占的份额大小。帕雷托法则就表述了这一观点，即归纳为 20%的可能因素往往产生 80%的结果。

2、不断加强与老客户关系

客户是否满意取决于客户的让渡价值，即总客户价值与总客户成本之差的多少。客户价值和成本是由多方面因素构成的，除了提供核心的产品和服务外，附加的服务能够提高客户价值，降低客户成本，增加总客户价值，提高客户的满意程度。

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。15-412

(2)结合案例分析引起渠道冲突的原因。15-417

（1）

答：

（1）如果以前没有做过，则制造商在产品的有用性、技术支持、定价及相关领域内的协议中应予以明确说明。完成以后，渠道成员的任务及其报酬就比较清楚了。

（2）评估现有中间商完成任务的能力。这一过程讨论渠道成员的需求和所遇到的问题，并且评估渠道成员的优势和劣势。制造商在上述领域内对中间商予以特别的关注，帮助其克服在计划执行中暴露出的弱点。

（3）制造商应持续地评估方案的恰当性，以指导渠道成员的关系。在变化迅速的环境中，没有一套渠道方案可以长久地保持不变。

（2）

答：

（1）角色失称

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！

qq593777558 examebook.com

当一个渠道成员的行为超出另一个渠道成员对其行为角色的期望范围时，角色失称就会发生。

（2）感知偏差

它指的是渠道成员如何对它所处的形势进行解释，或如何对不同的刺激作出反应。

（3）决策主导权分歧

即一个渠道成员认为其他渠道成员的行为侵害了自己的决策权。

（4）目标不相容

即成员间的目标是不可相容的。

（5）沟通困难

也就是缓慢的信息或不准确的信息在渠道成员间的传送。为了克服沟通困难，许多大的零售商都要求他们的供应商就订单、发票以及装运通知单等方面与其进行充分的交流。

（6）资源缺乏

争夺稀缺的资源是渠道冲突产生的一个重要原因。

qq593777558
examebook.com

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！