

全国 2014 年 10 月高等教育自学考试

谈判与推销技巧试题

课程代码:00179

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 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。
2. 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)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 理性谈判并不意味着一定要达成一致性的谈判协议,而是追求如何达成
A. 最佳的协议 B. 利己的协议 C. 利他的协议 D. 双赢的协议
2. 下列选项中不属于广义谈判利益的是
A. 遵循平等的原则 B. 增进社会福利 C. 投资回报 D. 改善彼此的关系
3. 从达不成协议的替代选择中所获得的价值衡量是
A. 卖方保留价格 B. 买方保留价格 C. 双方保留价格 D. 谈判者保留价格
4. 能满足谈判者部分要求,实现部分利益的目标是
A. 顶线目标 B. 期望目标 C. 可接受目标 D. 底线目标
5. 下列选项中,不属于谈判人员素质结构的是
A. 才 B. 学 C. 识 D. 形
6. “要能深刻理解己方的谈判目标,熟悉谈判事项的基本情况,有较强的组织能力和灵活的工作方法,观察问题深刻而全面,在复杂的谈判中能作出正确的决策。”具有上述素质特征的谈判者属于
A. 陪谈人 B. 主谈人 C. 谈判负责人 D. 后勤人员
7. 下列选项中,不属于谈判沟通过程的是
A. 评价 B. 面对面交流
C. 对沟通设定目标 D. 积极地征询对方的想法和观点

8. 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的
- A. 传播关系 B. 传播行为 C. 传播符号 D. 传播媒介
9. “谈判过程中，应当根据谈判对象的变化和双方之间关系的变化，对沟通内容、方法作出适当的调整。”上述陈述体现了谈判沟通原则中的
- A. 明确沟通目标 B. 做优秀的听众
C. 沟通要有较强的针对性 D. 要有充分的沟通准备
10. 下列选项中，不属于文化中的权力构成方式是
- A. 意识形态 B. 政治法律制度
C. 社会规范的影响 D. 利益
11. 谈判者在谈判活动中所表现出的策略运用方式和作风是
- A. 谈判技巧 B. 谈判风格 C. 谈判行为 D. 谈判决策
12. “喜欢谈论的话题是其丰富的文化遗产或他们的宠物，而避免谈论政治和宗教，尤其是不可对王室的事妄加评论。”具有上述特征的是
- A. 法国人 B. 丹麦人 C. 英国人 D. 日本人
13. 负责直接销售产品的人员推销的成效如何，直接关系企业经营的成败。这突出说明人员推销是
- A. 买卖关系的桥梁 B. 企业实现销售的关键
C. 对付竞争的砝码 D. 信息传递的载体
14. 某推销人员在美国推销时，仅仅因为交谈时没有注视对方眼睛而推销失败。这一现象表明，一个成功的推销人员应具备
- A. 美学知识 B. 社会知识 C. 语言知识 D. 用户知识
15. 下列各项中，意思与其它三项不同的一项是
- A. 冲货 B. 倒货 C. 窜货 D. 退货
16. 很多卖场都把产品放到顾客举手可得的货架位置上，这主要说明终端陈列应注意
- A. 产品陈列 B. 附属性广告 C. 分销设备 D. 信息传递
17. 下列各项中，不属于退货商品清点内容的是
- A. 核对退货商品数量 B. 打印“退货清单”
C. 确定退货商品损伤情况 D. 修正仓库库存量
18. 客户的需要是一定时间的需要，因此，客户服务应
- A. 在合适的时间服务 B. 以合适的价格服务
C. 为合适的顾客服务 D. 为合适的需求服务
19. 下列各项中，不属于中间商区位优势的是
- A. 处于顾客流量大的地点
B. 位于原材料所在地
C. 设立在利于产品的批量存储与运输的港口
D. 位于交通枢纽

20. 毛利率×商品周转利率计算得出的是
A. 交叉比率 B. 贡献比率 C. 商品毛利率 D. 商品纯利率
21. 以下各项中，属于客户数据库中财务数据的是
A. 购买频率 B. 平均付款期限 C. 客户经营状况 D. 购买数量
22. 开发新客户的本质是
A. 将潜在客户变成真正客户 B. 将无购买意向顾客变成潜在顾客
C. 将新客户变成老客户 D. 将小客户变成大客户

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，请将其选出并将“答题卡”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

23. 在商务谈判中，充斥交易谈判全过程的因素包括
A. 合作 B. 竞争 C. 利益冲突
D. 共同利益 E. 对利益需要的满足
24. 按特征的不同，谈判者可分为
A. 事不关己导向型 B. 交易条件导向型 C. 人际关系导向型
D. 谈判技巧导向型 E. 解决问题导向型
25. 答问的技巧包括
A. 不回答 B. 不完整的回答 C. 不确切的回答
D. 正面间接的回答 E. 正面直接的回答
26. 美国人的性格特征有
A. 等级观念根深蒂固
B. 自信、追求物质的实际
C. 性格外露、坦率、热情
D. 强烈的创新意识、竞争意识和进取精神
E. 喜欢通过迂回曲折的方式陈述自己的观点
27. 与其他促销方式相比，人员推销的特点有
A. 灵活性 B. 选择性 C. 完整性
D. 长远性 E. 经济性
28. 治理窜货的对策包括
A. 归口管理，权责分明
B. 外包装区域差异化
C. 建立合理的差价体系
D. 加强营销队伍建设
E. 加强销售渠道管理

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. 简述评估谈判者利益的步骤。
30. 简述谈判力与谈判空间的关系。
31. 简述商务谈判中的讨价技巧。
32. 谈判僵局对谈判者的反作用有哪些？
33. 简述售中服务的主要内容。
34. 简述渠道成员的改进策略。

四、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

35. 试述重复博弈可以使博弈参与人走出“囚徒困境”。
36. 联系实际说明激发顾客购买欲望与认定顾客资格的方法。

五、案例分析题（本大题共 1 小题，10 分）

37. 某公司新近开发了一种多功能的智能电子产品。根据该产品用途较多，价格较高以及使用较难等特点，该公司确定了产品的顾客范围：具有中等以上收入水平的年轻白领特别是中高层办公室人员。为此，该公司销售人员通过报刊、网络及黄页获取了大量潜在顾客的资料。为了迅速扩大销售额，该公司在外地市场选取了一些企业签订代理合同，使其成为该公司的销售点。在本地市场，该公司则组织销售人员在一定区域内挨门挨户地进行访问，并告诫销售人员，在与顾客会面时，可以这样开场：“李经理，您的同事张先生要我前来拜访，与您谈一个您可能感兴趣的问题”，以免唐突。

问题：

- (1) 该公司是如何确定潜在顾客范围的？还有哪些确定潜在顾客范围的方法？
- (2) 该公司采取了哪些寻找潜在顾客的方法？
- (3) 该公司销售人员采取了什么开场方法？还有哪些开场方法可以采用？