

全国 2015 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

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. 对联合收益持排斥态度的谈判哲学是
A. 双赢 B. 非赢即输 C. 囚徒困境 D. 帕累多效应
2. 费舍尔和尤瑞的谈判普遍法则是焦点集中于
A. 利益而非方案 B. 方案而非利益
C. 利益而非事项 D. 事项而非利益
3. 谈判空间是指谈判双方的
A. 交易价格之差 B. 底线价格之差
C. 可接受价格之差 D. 保留价格之差
4. 谈判者在作出最大让步后必须保证达到的目标是
A. 顶线目标 B. 期望目标 C. 底线目标 D. 可接受目标
5. 下列选项中, 不属于谈判团队构成原则的是
A. 分工明确 B. 谈判代理人的使用
C. 人际关系的协调 D. 知识与能力结构的协调
6. 谈判双方价格目标的第三层次是
A. 保留价格 B. 初始报价 C. 固定价格 D. 可交易价格
7. 产生威胁的条件是
A. 可靠性 B. 有效性 C. 具体性 D. 可置信性
8. 下列选项中, 不属于文化范畴的是
A. 性别 B. 价值观 C. 时间观念 D. 宗教体制

9. 推销员在不同的环境下可根据不同潜在顾客的需求及时调整自己的推销策略。这充分说明人员推销具有
- A. 长远性 B. 选择性 C. 完整性 D. 灵活性
10. 节假日通常是购物高峰期。这种销售机会属于
- A. 偶然性销售机会 B. 潜在的销售机会
C. 时间性销售机会 D. 战略性销售机会
11. 一般而言, 备货的要求不包括
- A. 按时 B. 按质 C. 按量 D. 按人
12. “货物发运单”中, 为收货单位备查的通常是第
- A. 三联 B. 四联 C. 五联 D. 六联
13. 厂商提供良好的购物环境属于
- A. 售前服务 B. 售中服务 C. 售后服务 D. 全程销售服务
14. 评估中间商绩效的指标不包括
- A. 销售绩效 B. 财务绩效 C. 忠诚创新 D. 社会关系
15. 服务合同管理的主要功能不包括
- A. 使用事件功能表 B. 跟踪保修单和合同的续订日期
C. 评估客户盈利性 D. 使用服务档案管理模块
16. “在谈判的前期, 无论对方作何表示, 己方则始终坚持初始报价, 不愿做丝毫的退让。而到了谈判后期或迫不得已的时候, 却作出大步的退让。”具有上述特点的是
- A. 坚定的让步方式 B. 危险的让步方式
C. 递减式让步方式 D. 等额的让步方式
17. 客户关系管理(CRM)系统最基本的功能不是满足
- A. 市场部门的需求 B. 销售部门的需求
C. 服务部门的需求 D. 生产部门的需求
18. 谈判者合作性的创造价值的行为与竞争性的索取价值的行为是
- A. 相互一致的 B. 相互冲突的 C. 互为补充的 D. 没有关联的
19. 企业将产品分成若干类, 每一个销售人员或每几个销售人员一组, 负责销售其中的一种或几种产品。这种推销人员的组织结构是
- A. 区域式结构 B. 产品式结构 C. 顾客式结构 D. 复合式结构
20. 企业进行市场调研, 了解客户的需要并据此进行广告宣传。这些活动都是
- A. 售前服务 B. 售中服务 C. 售后服务 D. 长期服务
21. 代理分销与经销分销形式中, 渠道成员之间销售网络紊乱的矛盾属于
- A. 水平渠道冲突 B. 垂直渠道冲突 C. 交叉渠道冲突 D. 平行渠道冲突
22. 推销人员应树立“用户第一”、“顾客是上帝”的思想。这突出说明, 一个理想的推销人员应具备
- A. 强烈的敬业精神 B. 敏锐的观察能力
C. 良好的服务态度 D. 说服顾客的能力

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“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

23. 谈判环境包括
- A. 政治环境 B. 经济环境 C. 人际关系环境
- D. 时间环境 E. 空间环境
24. 构成谈判力来源的主要因素有
- A. 强制性 B. 认同力 C. 知识和信息
- D. 补偿和交换 E. 遵从准则和客观标准
25. 谈判战略的选择包括
- A. 竞争战略 B. 回避战略 C. 和解战略
- D. 补偿战略 E. 合作战略
26. 提问的技巧包括
- A. 善于追问
- B. 有目的的提问
- C. 把握提问的时机
- D. 合理进行提问的人员分工
- E. 有准备的提问和随机提问相结合
27. 下列比较分析中属于绝对分析法的是
- A. 与计划资料对比 B. 与上月同期对比 C. 与上季同期对比
- D. 与上年同期对比 E. 与先进指标对比
28. 在谈判中，引起价值冲突的原因主要有
- A. 谈判双方在资源控制、谈判力量或权利上的不对等
- B. 存在时间限制及障碍合作的地域或环境因素
- C. 谈判中出现破坏性的谈判行为
- D. 谈判双方的价值评价标准的差异
- E. 谈判双方的宗教信仰、道德判断和生活方式差异

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. 增大威胁压力的技巧有哪些？

30. 简述谈判可行性协议区间的确定。
31. 简述评估中间商的标准。
32. 引起谈判中结构性冲突的原因有哪些？
33. 如何比较让步与不让步的预期损益？
34. 简述产品示范存在缺陷的主要原因。

四、论述题 （本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

35. 试述对谈判者利益的全面认识。
36. 结合实际说明寻找潜在顾客的基本方法。

五、案例分析题 （本大题共 1 小题，10 分）

37. 背景材料

某空调生产企业近来销售额下滑，原因主要是客户投诉增多。这些投诉涉及公司产品质量、运输等多个方面，尤其是售后服务。由于该公司多年来把工作重心一直放在市场开发方面，忽视了售后服务问题，没有对客户投诉的处理引起足够的重视。这导致该企业的声誉不断下降，直接造成销售额减少。为此，该公司专门在销售部门设立了客户投诉处理办公室，开通了 800 免费投诉电话，通过各种方式鼓励顾客反馈产品使用意见及各种投诉，并组织专人协调投诉问题的处理，做到迅速彻底、落实到人。由于该公司高度重视对客户投诉的处理，并且方法得当，很快获得了客户的赞誉。不到半年，该公司销售额止跌回升，重回增长轨道。

问题：

- （1）该公司处理客户投诉的目的是什么？
- （2）处理客户投诉的流程与方法有哪些？