

全国 2015 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. 创建谈判氛围的阶段是
A. 判断准备阶段 B. 谈判磋商阶段 C. 谈判开局阶段 D. 谈判终结阶段
2. 由于谈判者所感受到的或双方实际利益上的竞争关系所引起的冲突是
A. 利益冲突 B. 价值冲突 C. 关系冲突 D. 数据冲突
3. 能够使谈判双方结果达到帕累托改进的是
A. 谈判者利益 B. 无形利益 C. 经济收益 D. 联合收益
4. 谈判者拥有的、但却是其他谈判方缺乏的、对谈判空间的改变发挥关键作用的能力是
A. 谈判力 B. 洞察力 C. 判断力 D. 理解力
5. 在谈判中, 对谈判人员整体素质起决定作用的是
A. 才 B. 学 C. 形 D. 识
6. 下列选项中, 不属于谈判计划要求的是
A. 合理性 B. 协调性 C. 灵活性 D. 实用性
7. “谈判中往往由于缺乏对市场变动趋势的把握从而导致谈判陷入僵局。”体现了谈判僵局产生原因中的
A. 主观偏见 B. 客观障碍 C. 行为失误 D. 偶发因素
8. “他们的团队精神是世界闻名的, 体现在谈判中就是集体决策、集体负责。”具有上述特征的是
A. 日本人 B. 中国人 C. 英国人 D. 韩国人

9. 在量本利分析法中, 不随销售量的增减而变动的成本是
A. 固定成本 B. 变动成本 C. 平均成本 D. 总成本
10. 一位销售人员对一位业务经理说: “我有一本书能帮助您改善业务流程, 如果您打开后发现很有趣, 您会读一读吗?” 这种接近顾客的方法可概括为
A. 求教接近法 B. 社交接近法 C. 服务接近法 D. 问题接近法
11. 销售渠道冲突的典型表现形式是
A. 串货 B. 货物对流 C. 货物倒流 D. 货物无流动
12. 常用的推销人员绩效的量化指标不包括
A. 销售量 B. 访问率 C. 销售费用 D. 工作热忱
13. 客户认为产品因包装或装卸不当造成在发货途中损失, 这类顾客投诉属于
A. 商品质量投诉 B. 购销合同投诉 C. 货物运输投诉 D. 服务投诉
14. 由于考察不慎造成渠道成员资信未达标, 其改进策略应是
A. 销售促进激励 B. 进行协商谈判 C. 清理渠道成员 D. 使用法律手段
15. 客户突然打电话来, 销售人员却忘了是谁, 产生这种尴尬场面的原因可能在于
A. 客户信息合并环节 B. 销售环节
C. 信息呼叫环节 D. 电子商务技术环节
16. 帮助顾客提供及时便捷服务的意愿, 反映出企业服务质量中的
A. 可信赖感 B. 责任感 C. 保证 D. 情感投入
17. 谈判者创造价值的合作行为与索取价值的竞争行为之间的矛盾是谈判的
A. 本质矛盾 B. 主要矛盾 C. 次要矛盾 D. 一般矛盾
18. 谈判空间有利于买方的情形是
A. 买方的保留价格 > 交易价格 B. 买方的保留价格 < 交易价格
C. 买方的保留价格 = 交易价格 D. 买方的保留价格 $\geq$ 交易价格
19. 顾客体验和感受到的服务质量与自己预期的服务质量不符, 这种影响服务质量的差距被称为
A. 管理层认识差距 B. 质量方面的标准差距
C. 供方信息传播差距 D. 服务质量感知差距
20. 分别由几个销售人员负责各自选定的区域进行销售, 这种销售区域的形状更像
A. 圆形 B. 十字花形 C. 扇形 D. 矩形
21. 大零售商要求供应商就订单、发票以及装运通知单等方面达成一致, 其原因是为了避免
A. 角色失称 B. 感知偏差 C. 目标不相容 D. 沟通困难
22. “一锤子买卖” 主要是不符合推销道德的
A. 负责原则 B. 公平原则 C. 勇敢原则 D. 守信原则

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. 一次完整的谈判过程包括
 - A. 谈判准备
 - B. 谈判开局
 - C. 谈判磋商
 - D. 谈判冲突
 - E. 谈判终结
- 24. 影响和改变谈判空间的因素有
 - A. 谈判利益
 - B. 谈判替代选择
 - C. 潜在谈判协议
 - D. 谈判的创造价值
 - E. 谈判的索取价值
- 25. 谈判者的价格目标层次有
 - A. 初始价格
 - B. 最高价格
 - C. 理想价格
 - D. 底线价格
 - E. 保留价格
- 26. 由人的主观认识所造成的沟通误差有
 - A. 文化差异
 - B. 权威崇拜
 - C. 思维定势
 - D. 印象产生的行为上的误差
 - E. 印象产生的认识上的误差
- 27. 推销活动分析的常见方法有
 - A. 工作量法
 - B. 绝对分析法
 - C. 相对分析法
 - D. 因素替代法
 - E. 量本利分析法
- 28. 讨价的作用包括
 - A. 改变对方的期望值
 - B. 改变己方的期望值
 - C. 为己方的还价做准备
 - D. 影响对方对己方最高价格的推测和判断
 - E. 影响对方对己方保留价格的推测和判断

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. 权力性推动有哪些？
- 30. 如何从宽泛的角度认识谈判者利益？
- 31. 简述激励中间商的方法。
- 32. 简述补偿和交换对谈判空间的影响。
- 33. “喊价要高，出价要低”的报价起点策略具有哪些作用？
- 34. 处理顾客异议的主要策略有哪些？

四、论述题 （本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

- 35. 联系实际说明互联网时代对客户服务的挑战。
- 36. 举例说明接近顾客的基本方法。

五、案例分析题 （本大题共 1 小题，10 分）

37. 背景材料：

某电视运营商与某市市政委员会就有线电视传输网的铺设问题进行谈判。在谈判过程中，市政委员会最关注的问题是网络能否快速完工，收视费低但要求频道数最多。而运营商最关注的是价格，因为提供更多的收视频道会使运营成本上升，所以公司要通过收取较高的收视费获得可观的收入，因此运营商希望获得更高的价格。

最理想的结果是：最多的频道数目、较高的价格、相对较快的工期。

实际结果是：适中的价格，不快也不慢的工期、可以提供的最多频道数目的一半。
根据以上材料回答问题：

- （1）如何理解谈判者个人理性与集体理性的冲突？
- （2）如何正确理解和认识谈判中的冲突与合作的关系？