

全国 2017 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. 以下选项中,不属于狭义谈判利益的是
A. 价格
B. 利润空间
C. 投资回报
D. 改善彼此的关系
2. “非赢即输”的谈判哲学认为谈判是一种“非赢即输”的
A. 竞争和合作
B. 竞争和对抗
C. 冲突与合作
D. 创造与索取
3. 很多谈判者都试图从建立和推进彼此的良好关系中获得利益和价值,这种利益就是
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
4. 将会减少或消除谈判者的冲突和对抗的是
A. 共享利益
B. 联合利益
C. 预期收益
D. 预期差异
5. 人们习惯称企业间的被并购方为
A. “猎物、羚羊”
B. “猎手、羚羊”
C. “猎物、狮子”
D. “猎手、狮子”
6. 谈判可能达成协议的区域是双方的
A. 最低价格
B. 最高价格
C. 保留价格
D. 目标价格

7. 谈判中，顶线目标、底线目标、期望目标和可接受目标之间的关系是
- A. 顶线目标 $\geq$ 期望目标 $\geq$ 可接受目标 $\geq$ 底线目标
 - B. 顶线目标 $\geq$ 期望目标 $>$ 可接受目标 $\geq$ 底线目标
 - C. 顶线目标 $>$ 期望目标 $>$ 可接受目标 $>$ 底线目标
 - D. 顶线目标 $>$ 期望目标 $\geq$ 可接受目标 $\geq$ 底线目标
8. 下列选项中，不属于谈判价格目标的是
- A. 保留价格
 - B. 初始报价
 - C. 固定价格
 - D. 可交易价格
9. 在谈判中不容易出现对方抵触的僵局处理策略是
- A. 权力性推动
 - B. 程序性推动
 - C. 尊重性推动
 - D. 压力性推动
10. 由于谈判的一方陈述的机会与权力，从而使谈判产生僵局。导致上述僵局的原因是
- A. 主观偏见
 - B. 偶然因素
 - C. 行为失误
 - D. 客观障碍
11. 以下不属于非语言沟通的是
- A. 语气
 - B. 姿态
 - C. 表情
 - D. 沉默
12. 谈判中，买方问：“贵方能否在五年内提供质量保证？”卖方答曰：“对质量保证问题，我们过去是这样做的……”。这种答问方式属于是
- A. 正面直接回答
 - B. 不完整的回答
 - C. 不确切回答
 - D. 不回答
13. “对方为什么在谈判中持这种观点？”上述说法属于提问方式的
- A. 开放式问题
 - B. 诱导性问题
 - C. 提示性问题
 - D. 自由式问题
14. 以下属于低内涵文化国家的是
- A. 美国
 - B. 中国
 - C. 日本
 - D. 泰国
15. 一位销售人员在介绍产品时说：“我们厂出品的账册比其他厂的产品便宜三成。”这属于
- A. 服务接近法
 - B. 介绍接近法
 - C. 社交接近法
 - D. 利益接近法
16. “存货有限，欲购从速。”这种建议成交的策略可概括为
- A. 请求成交法
 - B. 局部成交法
 - C. 假定成交法
 - D. 限期成交法
17. 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销售人员应该
- A. 适度沉默，让顾客说话
 - B. 挖掘顾客的需求
 - C. 引用第三者的评价
 - D. 有计划地进行
18. 窜货的表现形式不包括
- A. 自然性窜货
 - B. 社会性窜货
 - C. 良性窜货
 - D. 恶性窜货
19. 铁路运单中，由铁路部门交给到达站的货物交付单是
- A. 第三联
 - B. 第四联
 - C. 第五联
 - D. 第六联
20. 一般而言，当退货情况出现时，负责清点退货商品的部门是
- A. 检验部门
 - B. 仓储部门
 - C. 会计部门
 - D. 销售部门

21. 下列表述中反映出中间商具有竞争能力的是
- A. 中间商能积极参与到制造商的重大宣传中
 - B. 中间商对制造商已接受程序表示赞同
 - C. 中间商具有同制造商相似的经营性质和较高的经营技能
 - D. 中间商对竞争对手的产品与服务知之甚少
22. 在运用绝对分析法对推销活动进行分析时, 要注意对比指标的
- A. 可比性
 - B. 时效性
 - C. 关联性
 - D. 一致性

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. 在利益或需要的满足中，构成交易和管理活动中谈判广泛存在、发生的关键因素是谈判者的
- A. 相互依赖
 - B. 相互冲突
 - C. 相互博弈
 - D. 相互竞争
 - E. 相互退让
24. 依据交易条件和人际关系的关注程度不同，可将谈判者分为
- A. 事不关己型
 - B. 交易条件导向型
 - C. 谈判技巧导向型
 - D. 人际关系导向型
 - E. 解决问题导向型
25. 衡量让步的结果包括
- A. 对方的资信状况
 - B. 对方的市场地位
 - C. 讨价还价力量的变化
 - D. 通过衡量己方在让步后具体的利益得失
 - E. 己方在作出让步后取得的谈判地位
26. 谈判沟通要素包括
- A. 传播关系
 - B. 传播行为
 - C. 传播符号
 - D. 传播思想
 - E. 传播媒介
27. 以下有关推销人员的区域式组织结构的说法正确的有
- A. 有利于调动销售人员的积极性
 - B. 有利于销售人员与顾客建立长期关系
 - C. 有利于节省交通费用
 - D. 适用于类型多、技术性强的产品推销
 - E. 需要确定销售区域的大小和形状
28. “越区销售”的原因可能包括
- A. 管理制度有漏洞
 - B. 激励措施有失偏颇
 - C. 代理选择不合适
 - D. 管理监控不力
 - E. 订货流程有误

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. 商务谈判的基本特征有哪些？
30. 简述讨价还价中的策略。
31. 简述知识和信息赋予谈判者的谈判力。
32. 简述文化对于谈判的影响。
33. 说明顾客异议产生的原因。
34. 简述 CRM 的基本模式。

四、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

35. 试分析谈判力的主要来源。
36. 联系实际说明渠道成员改进策略。

五、案例分析题（本大题共 1 小题，10 分）

37. 背景材料：

某餐饮连锁企业多年来一直坚持以客户为中心的服务理念，通过各种方法提高客户服务的质量，在竞争激烈的餐饮行业中独树一帜。该企业不仅十分注重与本行业最优秀企业进行全方位的比较，以发现问题，改进提高，而且擅长站在食客的角度对企业的各个业务流程进行全面的分析。该企业把食客就餐的过程分为以下几个环节：食客在服务员引领下就座；食客点菜；等候上菜；食客需要茶水、纸巾等用品；用餐完毕、食客结账等。该企业深知，以上任一环节出问题，就会导致客户认为该餐厅的服务质量较差。因此，该企业将上述每一环节的责任具体落实到人，并且做到每天总结、整改、提高。

问题：

- （1）以客户为中心的服务理念的内容是什么？
- （2）该企业采取了哪些提高服务质量的方法？
- （3）对业务流程进行分析的主要步骤有哪些？