

全国 2017 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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

- 1. 谈判的核心议题是
 - A. 价格
 - B. 产品质量
 - C. 产品数量
 - D. 支付方式
- 2. 谈判过程的第一阶段是
 - A. 谈判磋商
 - B. 谈判准备
 - C. 谈判开局
 - D. 谈判终结
- 3. 谈判是谈判者之间的一种
 - A. 竞争行为
 - B. 博弈行为
 - C. 冲突行为
 - D. 对抗行为
- 4. 按照马斯洛需求层次理论,人的最高需要是
 - A. 自我实现的需要
 - B. 安全感的需要
 - C. 社会的需要
 - D. 受尊重的需要
- 5. 谈判任何一方在没有达成协议下的最佳替代选择所提供的价值构成谈判空间的边界是
 - A. 谈判者交换价值
 - B. 谈判者交换价格
 - C. 谈判者保留价格
 - D. 谈判者保留价值

- 谈判者宣称自己的主张是正确的、合法的、合乎原则的，可以影响谈判对方对谈判空间的看法发生改变的是
A. 认同力
B. 强制性
C. 补偿和交换
D. 遵从准则和客观标准
- 下列选项中，不属于谈判计划内容的是
A. 谈判的目标
B. 双方地位的评价
C. 谈判战略的确定
D. 谈判的时间安排
- 如果获得有利于己方的实质性谈判结果对谈判者有绝对的价值，因而必须赢得谈判时，谈判者将采用
A. 竞争战略
B. 回避战略
C. 和解战略
D. 合作战略
- 下列选项中，不属于增大威胁压力技巧的是
A. 公开声明
B. 与第三者联合
C. 突出需求的迫切性
D. 让威胁自然销声匿迹
- 关于德国商人谈判特点的各种说法中，正确的是
A. 时间观念不强
B. 严守合同信用
C. 等级观念强
D. 受中国儒家思想影响很深
- 由一个大的圆形区域分成若干个区域，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
- 成功推销人员的内在特质不包括
A. 高度自信
B. 仪表端庄
C. 不断进取
D. 有感召力
- 销售风险按性质和原因可划分
A. 有形风险和无形风险
B. 局部性风险和全局性风险
C. 自然风险和人为风险
D. 时间性风险和空间性风险
- 推销方格中的（5,5）组合所代表的推销心态是
A. 无所谓型
B. 解决问题型
C. 强硬推销型
D. 推销技巧型
- 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
- 某知名奶粉企业的销售经理预计的某月销售量与实际相差很大，造成大量库存积压。这种订单管理流程的方式是
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
- 客户认为产品缺陷、规格不符、产品故障和技术规格超出允许误差等，这类客户投诉属于
A. 购销合同投诉
B. 商品质量投诉
C. 货物运输投诉
D. 服务投诉
- 学习竞争对手的经验，使得企业支持性职能部门与其它部门的步调保持一致。这种管理属于提高服务质量的
A. 标准跟进法
B. 蓝图技巧法
C. FABE 法
D. 接触点法

19. 根据美国哈佛大学心理学家詹姆士在《行为管理学》一书中的观点, 若受到充分激励, 人的潜力可发挥至
- A. 20%-30% B. 40%-50% C. 60%-70% D. 80%-90%
20. 随着渠道中间利润越来越薄, 大多数厂商提出的改进策略是
- A. 渠道多样化 B. 渠道多层化
C. 渠道扁平化 D. 渠道多变化
21. 以下客户信息中, 属于消费者行为数据的是
- A. 平均订购价值 B. 最近一次订货日期
C. 购买习惯 D. 信用状况等级
22. 以下表述正确的是
- A. 终身价值客户就是给企业带来利润的客户
B. 非盈利客户可能转变为企业利润的主要来源
C. 筛选客户就是保留老客户, 删除新客户
D. 特许经营者不能看做企业的客户
- 二、多项选择题: 本大题共 6 小题, 每小题 2 分, 共 12 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的, 请将其选出, 错选、多选或少选均无分。
23. 谈判的构成要素包括
- A. 谈判信息 B. 谈判环境 C. 谈判主体
D. 谈判对象 E. 谈判客体
24. 以下有关“双赢”的谈判哲学的说法中, 正确的是
- A. 认为谈判是谈判者采用创造性的手段寻求联合收益的过程
B. 以谈判者相互间的充分沟通和信息共享、谈判者的合作性和创造能力消除彼此之间的竞争
C. 实现的前提是谈判者不存在根本性的冲突
D. 是有一定缺陷的谈判哲学
E. 是一种完美的谈判哲学
25. 谈判空间不利于买方的情形包括
- A. 交易价格 < 卖方的保留价格
B. 交易价格 > 卖方的保留价格
C. 交易价格 < 卖方的底线目标
D. 交易价格 > 卖方的底线目标
E. 交易价格 > 买方的保留价格
26. 谈判准备的一般过程包括
- A. 确定目标 B. 可行性分析 C. 伙伴选择
D. 谈判人员选择 E. 谈判计划的确

27. 有效说服的原则包括
- A. 明确说服目标
 - B. 尊重、理解谈判对方
 - C. 帮助对方寻找说服背后利益集团的依据
 - D. 锻炼出色的说服口才
 - E. 树立良好的说服者形象
28. 在调控推销人员的行为方面，相对于法律手段而言，道德的优点包括
- A. 具有及时性和超前的警示性
 - B. 不需要支付物质成本
 - C. 是一种内在的强制力
 - D. 是一种自觉的行为
 - E. 有利于发挥我国的国情优势

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规则。
- 30. 简述谈判力的主要来源。
- 31. 简述商务谈判中的报价技巧。
- 32. 应对谈判威胁的技巧有哪些？
- 33. 简述费比介绍法的主要步骤。
- 34. 简述评估中间商的指标。

四、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

- 35. 联系实际说明谈判中的冲突的主要类型。
- 36. 联系实际说明接近顾客时的开场方法。

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的企业进行全方位的比较，以发现问题，改进提高，而且长期站在客户的角度对企业的各个业务流程进行全面的分析。该企业把客户就餐的过程分为以下几个环节：客户在服务员引领下就座；客户点菜；等待上菜；客户需要茶水、纸巾等用品；用餐完毕、客户结账等。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？