

全国 2019 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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

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. 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. 从宽泛的角度认识谈判者利益,有必要区分谈判者的以下三种利益
 - A. 结果中的利益、关系中的利益和原则中的利益
 - B. 交易中的利益、关系中的利益和原则中的利益
 - C. 过程中的利益、关系中的利益和原则中的利益
 - D. 阶段中的利益、关系中的利益和原则中的利益
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. 能促使对方追随和接受他的主张和方案,从而导致对方改变对谈判空间的看法的是
 - A. 认同力
 - B. 强制性
 - C. 补偿和交换
 - D. 遵从准则和客观标准

6. 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

7. 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

8. 由于短时间内汇率大幅波动而使谈判陷入僵持状态，这种谈判僵局的产生原因属于
A. 主观偏见 B. 客观障碍
C. 行为失误 D. 偶发因素

9. 谈判双方价格目标的第一层次是
A. 保留价格 B. 初始报价
C. 固定价格 D. 可交易价格

10. 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

11. 更换谈判人员解决谈判僵局的办法属于
A. 权力性推动 B. 尊重性推动
C. 程序性推动 D. 信息推动

12. 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

13. “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

14. 跨文化谈判中，使自己被对方接受的关键是
A. 了解对方文化 B. 增加沟通技巧
C. 不以自我为中心 D. 克服语言障碍

15. 跨文化谈判中，更习惯采用比较直接沟通方式的国家是
A. 法国 B. 美国
C. 日本 D. 俄罗斯

16. 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

17. 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

18. 推销人员应眼观六路，耳听八方，及时发展和抓住市场机会。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

19. 认定顾客资格的常用方法是
A. 5W 法 B. 顾客方格法
C. FABE 法 D. MAN 法

20. 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

21. 产品和服务能给顾客带来新鲜、兴奋感觉，这属于顾客满意的
A. 满足层次 B. 新奇层次
C. 解脱层次 D. 惊喜层次

22. 企业提供的产品和服务成为顾客不可或缺的需要和享受时，才会形成
A. 认知忠诚 B. 情感忠诚
C. 行为忠诚 D. 感官忠诚

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. 一次完整的谈判过程一般包括
A. 谈判准备 B. 谈判环境
C. 谈判开局 D. 谈判磋商
E. 谈判终结

24. 谈判中的冲突主要包括
A. 利益冲突 B. 价值冲突
C. 关系冲突 D. 数据冲突
E. 结构性冲突

25. 原则性谈判方法的四个基本要点包括
A. 利益 B. 选择
C. 谈判者 D. 客观的标准
E. 谈判空间

26. 接近顾客的方法包括

- A. 介绍接近法
- B. 社交接近法
- C. 反复接近法
- D. 服务接近法
- E. 利益接近法

27. 在激发顾客购买欲望时应该

- A. 适度沉默，让顾客说话
- B. 挖掘顾客的需求
- C. 用言语说服顾客
- D. 有计划地进行
- E. 委托他人介绍产品

28. 下列各项终端陈列的做法中，体现了信息传递的有

- A. 折扣价签
- B. 赠品展示
- C. 特卖牌
- D. 现场促销活动
- E. 卖场广播

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. 如何理解谈判中的创造价值和索取价值？

30. 在大多数谈判中，限制谈判者创造性地提出解决方案的障碍有哪些？

31. 如何理解遵从准则和客观标准可以影响谈判力？

32. 简述防范销售风险的方法。

33. 成交以后的注意事项有哪些？

34. 建立客户数据库应注意哪些问题？

四、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

35. 联系实际说明报价规则与技巧。

36. 试述选择中间商应考虑的主要因素。

五、案例分析题：本大题共 1 小题，10 分。

37. 背景材料：

在 20 世纪 90 年代初，IBM 的服务部门还只是隐藏在产品销售部门之后的一个为销售服务的不收费的小部门，但它意识到客户需要的不仅仅是单纯的硬件设备，服务将越来越重要。1996 年，IBM 对其业务进行重组，将 PC 机的组件生产外包给戴尔公司，与思科公司签署部分高端路由器等产品的转让协议，然后成立了全球服务部。事实证明，这一战略转型为 IBM 的进一步发展打下了坚实的基础，出现了硬件销售与服务齐头并进的局面，并且二者之间形成了良好的互相促进的格局：IBM 每 1 美元的硬件销售能够同时带动 4 美元的软件和服务业务，而另两家著名同行只能带动 24 美分和 47 美分。

问题：

- (1) 重视客户服务的意义是什么？
- (2) 客户服务的内容包括哪些？
- (3) 提高服务质量的方法有哪些？