

天津2009年高等教育自学考试公关谈判学课程考试大纲自考  
PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/581/2021\\_2022\\_\\_E5\\_A4\\_A9\\_E6\\_B4\\_A52009\\_c67\\_581457.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/581/2021_2022__E5_A4_A9_E6_B4_A52009_c67_581457.htm) 天津市高等教育自学考试课程  
考试大纲 课程名称：公关谈判学课程代码：0092 第一部分 课程  
的性质与设置目的 课程性质与特点 本课程是高等教育自学考试公共关系专业所开设的专业课之一，它是一门理论联系实际、应用性较强的课程。本课程应用于各类谈判活动，既为各种谈判行为提供方法论的指导，又为具体谈判活动提供经验模式。同时本课程还适用于日常工作和日常生活中的一些协商活动，为解决工作、生活中的问题提供方法、策略。  
课程设置的目的是要求 收藏我吧！ 设置本课程，为了使考生能够牢固掌握谈判学的基本概念、基本原理和实用的谈判方法，能够运用所学理论知识对谈判活动进行策划，并在此基础上取得谈判的胜利。通过本课程的学习，要求学生掌握谈判学的基本原理和方法，掌握谈判学的学习方法及理论联系实际的方法，提高分析问题和解决问题的能力。与本专业其他课程的关系 谈判学是公共关系专业学生必修的专业基础课程，它与历史学、法学、经济学、社会学、心理学等学科有很密切的关系。 第二部分 课程内容与考核目标 绪论 一、学习的目的和要求 通过本章的学习，了解一般谈判的定义、性质、作用和分类，了解公关谈判的性质、种类、目的、谈判的构成和谈判者的素质，从而了解谈判的概貌。 二、考核知识点与考核目标 （一）一般谈判（重点） 识记：谈判的定义 谈判的性质和作用 谈判的分类 （二）公关谈判（重点） 识记：什么是公关谈判 理解：公关谈判的种类 公关谈判的目的 公

关谈判的构成 公关谈判者的素质 公关谈判的相关理论 一、学习目的与要求 通过本章学习，了解谈判最基本的理论，对谈判者的利益需求、谈判者的心理及谈判的思维形式、特点有确切的理解，从而为理解谈判行为提供方法论。 二、考核知识点与考核目标 （一）“需要”理论（次重点）识记：“需要”的结构层次 理解：谈判者需要的复杂性 “需要”理论对公关谈判的意义 （二）谈判心理（重点）识记：与公关谈判有关的心理学知识 谈判者心理类型 谈判心理类型 （三）谈判思维（次重点）理解：与谈判相关的思维形式 谈判中的思维特点 公关谈判的策划 一、学习目的与要求 通过本章学习，了解公关谈判的内容、形式及其原则，掌握公关谈判策划的技巧。 二、考核知识点与考核目标 （一）公关谈判的可行性研究（次重点）理解：谈判环境分析 谈判对手分析 （二）公关谈判的策划（重点）应用：确定目标 最佳替代方案 各种心理准备 精心组织安排 进行模拟谈判 公关谈判的语言 一、学习目的与要求 通过本章学习，了解公关谈判语言的一般特点，掌握谈判语言运用的方法、技巧。 二、考核知识点与考核目标 （一）一般语言（次重点）理解：谈判语言的特点 陈述的技巧 提问的技巧 回答的技巧 （二）特殊语言（重点）应用：论辩的技巧 说服的技巧 拒绝的技巧 （三）非语言沟通（次重点）应用：非语言沟通的重要性 非语言沟通形式 公关谈判的制胜因素 一、学习目的与要求 通过本章学习，了解谈判取得胜利的关键因素，掌握取胜的要点及其操作。 二、考核知识点与考核目标 （一）技巧因素（次重点）识记：谈判技巧概述 理解：广义技巧种种 （二）情报因素（重点）应用：谈判前的情报收集 谈判后的情报收集 （三）时间因素（次重点

应用：战略时间的选择 战术时间的选择（四）诚信因素（重点）应用：形象设计 事实运用 专家效应 军令状效果 助手效应 三点罗列效应 小数点效果（五）情感因素（重点）应用：建立感情 掌握时机 记住对方 用足权限 运用情感 平息愤怒 公关谈判的策略

一、学习目的与要求 通过本章学习，了解谈判各阶段的特点，掌握不同阶段谈判的策略和方法以及运用时应注意的原则。

二、考核知识点与考核目标（一）报价策略（重点）理解：报价的原理 应用：先后报价的利弊 常见报价技巧（二）对抗策略（重点）理解：对抗原则 应用：对抗技巧（三）让步技巧（重点）应用：让步的节奏和幅度 让步的类型 特殊的让步技巧（四）最后通牒（重点）理解：最后通牒的原理 应用：最后通牒的实施 最后通牒失败后的补救 如何对付最后通牒（五）签约的策略（次重点）应用：重视审查对方情况 合同纠纷 第三部分 有关说明与实施要求

一、考核目标的能力层次表述 本大纲在考核目标中，按照“识记”、“领会”、“简单应用”和“综合应用”等四个层次规定应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：识记：能知道有关的名词、概念、知识的意义，并能正确的认识和表达，是低层次的要求。理解：在识记（了解）的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。应用：在理解（领会、掌握）的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、指定教材《公关谈判艺术》谢承志 著 同济大学出版社出版 2001版

三、自学方法指导 1、在开始阅读指定教材

某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识及对知识点的层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

- 2、阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。
- 3、在自学过程中，既要思考问题，也要做好读书笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以便于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。
- 4、完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识、培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

#### 四、对社会助学的要求

- 1、应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
- 2、应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对知识点的考核目标。辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
- 3、辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
- 4、辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
- 5、注意对应考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
- 6、要

使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。

4、助学学时：本课程共4学分，建议总课时不少于72学时，其中助学课时分配如下：

章次	课程内容	助学时数
1	一般谈判	22
2	公关谈判	33
3	“需要”理论	24
4	谈判心理	65
5	谈判思维	46
6	公关谈判的可行性研究	37
7	公关谈判的策划	48
8	一般语言	29
9	特殊语言	61
10	非语言沟通	21
11	技巧因素	41
12	情报因素	41
13	时间因素	41
14	诚信因素	61
15	情感因素	61
16	报价策略	41
17	对抗策略	31
18	让步策略	31
19	最后通牒	22
20	签约策略	2
总计		72

五、关于命题考试的若干规定（包括能力层次比例、难易度比例、内容程度比例、题型、考试方法和考试时间等）

- 1、本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
- 2、试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为10%、“理解”为50%、“应用”为40%。
- 3、试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为2：3：3：2。
- 4、每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占65%，次重点占25%，一般占10%。

5、本课程命题采用的基本题型包括名词解释、单项选择、填空题、判断改正题、简答题、综合应用题。

6、考试采用闭卷笔试，考试时间150分钟，采用百分制评分，60分合格。

六、题型示例

- （一）名词解释 1、谈判
- （二）单项选择题 1、谈判中，己方观点一般应归纳为（ ）点。（A）、1（B）、2（C）、3（D）、4（三）填空题 1、“最后通牒”有效的关键在于使对方相信它是最后的、的，而不是一种。（四）判断改正题（正确的打√，错误的打×，并加以改正） 1、先报价比后报价有利。（五）简答题 1、简述谈判中需要信任的原因。（六）综合应用题 1、当发现对方在草拟的合

同文本上耍花招，暗中变更谈判已达成的意见时，己方义正辞严地谴责其欺骗行为，这种做法是否妥当？如不妥，应怎样做？具体设计一下应对方略。百考试题收集整理 点击查看：  
：09年1月全国各地自考成绩查询汇总 09年下半年各省市自考报名时间 2009年1月自考试题上线 09年4月自考冲刺专题 09年全国地自考专业调整信息汇总 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)