

# 《谈判与沟通技巧》课程 标准

课程 代码	159287	课程 类别	专业必修课
计划理 论学时	54	计划实 验学时	0
课程 学分	3	开课 学期	第三学期
适用 专业	宝玉石鉴定与加工	考核 方式	考查

# 《谈判与沟通技巧》课程标准

## 一、课程基本信息

课程名称：《谈判与沟通技巧》

适用专业：宝玉石鉴定与加工专业

学时：54

学分：3

考核方式：考查

编制人：樊汛

## 二、课程定位与目标

### （一）课程定位

《谈判与沟通技巧》是宝玉石鉴定与加工技术专业的一门必修课程,是一门理论和实践密切结合的应用型专业课程,具有知识面广、实践性强、系统性强的特点,对学生职业能力的培养和职业素养养成起着重要的支持作用,通过本课程的学习,使学生掌握有关商务谈判与沟通基本知识 with 基本理论,熟练地运用沟通与谈判的策略和技巧,并能在实践中运用这些理论与技巧,为今后从事市场营销相关职业所需的综合素质与商务技能奠定基础。

### （二）课程目标

#### 1.认知目标

- (1) 掌握谈判与沟通的基本理论与方法;
- (2) 掌握倾听、说话、发问、反馈等沟通行为的方式与方法;
- (3) 熟悉日常生活中自我介绍、面试的策略与技巧;
- (4) 掌握与父母、老师、朋友、同事、上司的相处之道;
- (5) 了解和熟悉谈判的程序;
- (6) 掌握与客户谈判的策略;
- (7) 掌握谈判过程中价格、让步、利己、时间控制等技巧;
- (8) 了解客户沟通障碍的类型,掌握解决沟通障碍的方法;

## 2.能力目标

- (1) 能够理解沟通的重要意义；
- (2) 能够通过有效的沟通提升与人相处的效果；
- (3) 能够做到有效倾听，并善于发问以及进行有效反馈；
- (4) 能够通过学习沟通技巧有效强化职业技能；
- (5) 能够对商务谈判的一般程序做到熟悉明确；
- (6) 能够运用所学的谈判技巧在谈判中灵活的运用；
- (7) 能够在生活中运用沟通与谈判的技巧解决问题；
- (8) 能够运用所学知识促进岗位技能提升。

## 3.素质目标

- (1) 培养学生具备一定的自我学习能力；
- (2) 培养学生具备较强的沟通协调能力；
- (2) 培养学生团队协作能力以及团队配合意识；
- (3) 进一步培养学生职业素养。

## 三、课程设计理念 and 思路

### (一) 工学结合、校企合作，实施项目式课程任务驱动型教学

根据专业调研和市场营销专业定位，进行市场营销相关岗位工作能力需求分析，合理选择教学内容，编写项目式教材，按照校企合作、工学结合的基本原则，实施任务驱动型项目化教学改革，进行教学情境设计，使教、学，力求理论联系实际、学以致用，增强学生对未来岗位工作的适应性。

### (二) 创新教学方法

运用现代多媒体技术，改变原来单向的、注入式地从概念、原理出发讲授教学内容的传统做法，采用专题研讨教学、案例教学、情景模拟教学、实践教学等多种形式开展互动式教学。探索教学与实践一体化，拓展实践教学，注重在课程教学中的职业道德教育渗透。通过学生进行案例分析、开放式研讨、角色模拟建立感性认识，提高学生学习兴趣，培养学生团队协作能力、沟通表达能力和分析解决问题的能力。

### (三) 改革考试模式

探索课堂辩论、案例分析、课堂讨论、小论文、社会实践调查等方式在学生学业评定中的作用，适当改变成绩评定各项指标的结构与权重，注重课堂表现，将形成性评价融入到课程评价中，使课程评价更加科学合理。

### (四) 运用现代多媒体技术

本课程拟建设课程教学网站，通过网站实现教学实况录像、电子课件、案例库、课后练习、试卷等资源在网上共享。此外可以通过网站，建立师生交流与沟通的平台，切实提高教学质量与效果，培养学生自主学习的能力。

## 四、课程内容与要求

### (一) 课程内容结构安排

序号	学习情境		参考学时
1	沟通的概念	沟通定义	2
		沟通的类型	2
		沟通的原则	2
2	沟通的行为	倾听的技巧	2
		说话的技巧	4
		发问的技巧	2
		反馈的技巧	2
		观察与运用身体语言的技巧	4
3	日常生活的沟通	自我介绍的艺术	4
		与父母、老师、同学、朋友的相处之道	4
4	工作中的沟通	与上司相处	2
		与下属相处	2
		与同事相处	2
		面试的技巧	4
5	商务谈判中的沟通	商务谈判的程序	4
		商务谈判的技巧	4
6	解决客户沟通障碍的技巧	障碍的类型	4
		解决障碍的方式	4

### (二) 课程内容要求

学习情境 1	沟通的概念	学时	
学习目标	掌握沟通的定义，了解沟通的内涵，初步认识沟通。		

学习任务	任务 1: 沟通定义 任务 2: 沟通的类型 任务 3: 沟通的原则	
学习内容		教学方法和建议
<b>沟通的定义:</b> 掌握沟通的基本概念, 理解沟通的内涵, 树立起对沟通的基本认识; <b>沟通的类型:</b> 认识和了解不同类型的沟通, 理解不同类型沟通的特点, 辨别不同类型的沟通; <b>沟通的原则:</b> 明确与人沟通的原则, 了解和掌握沟通的基本要求;		1.任务驱动教学; 2.多媒体教学; 3.案例教学;
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求
1.多媒体教学设备 2.因特网网络条件	初中毕业, 具备一定的经济与企业管理的基本常识	具有本专业大学本科及以上学历或中级及以上职称。

学习情境 2	沟通的行为	学时
学习目标	理解和学习具体的沟通行为; 掌握倾听、说话、发问、反馈以及观察与运用身体语言的技巧; 能够运用所学知识提升自身的各项沟通行为, 提升自身行为素质;	
学习任务	项目 1: 倾听的技巧 任务 1: 影响倾听效果的因素 任务 2: 提高倾听效果的方法 项目 2: 说话的技巧 任务 1: 说话前的准备 任务 2: 提高信息表达的方法 项目 3: 发问的技巧 任务 1: 提问的类型 任务 2: 提问的技巧 项目 4: 反馈的技巧 任务 1: 反馈的意义 任务 2: 不予反馈的后果 任务 3: 给予反馈的技巧 任务 4: 接受反馈的技巧 项目 5: 观察与运用身体语言的技巧 任务 1: 了解身体语言 任务 2: 此时无声胜有声 任务 3: 我们的身体会唱歌	
学习内容		教学方法和建议
<b>倾听的技巧:</b> 理解倾听的重要性, 了解影响倾听的因素, 掌握强化倾听的方式与方法, 提升自身基于倾听的沟通素养;		1.任务驱动教学; 2.多媒体教学;

<p><b>说话的技巧:</b>通过学习提升口语表达的能力,能够应用相应的方法进行有效表述;</p> <p><b>发问的技巧:</b>了解提问的类型,掌握在各种情况下如何恰当的提问,强化沟通素养;</p> <p><b>反馈的技巧:</b>明确反馈的作用,提高积极反馈的认识,掌握接收与给予反馈的技巧;</p> <p><b>观察与运用身体语言的技巧:</b>明确身体语言对沟通效果的重要意义,并能有相关的身体语言实现有效表达。</p>		<p>3.案例教学;</p> <p>4.互动式教学;</p> <p>5.问题讨论法;</p> <p>6.实训教学;</p>
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求
1.多媒体教学设备 2.因特网网络条件	初中毕业,具备一定的经济与企业管理的基本常识	具有本专业大学本科及以上学历或中级及以上职称。

学习情境 3	日常生活的沟通	学时	
学习目标	掌握日常生活中与人沟通的方式与方法,提升自我角色;		
学习任务	<p>项目 1: 自我介绍的艺术</p> <p>任务 1: 了解你的角色</p> <p>任务 2: 自我介绍的方法</p> <p>项目 2: 相处之道</p> <p>任务 1: 与父母相处之道</p> <p>任务 2: 与老师相处之道</p> <p>任务 3: 与同学、朋友相处之道</p>		
学习内容		教学方法和建议	
<p><b>了解你的角色:</b>准确定位日常生活中的各项角色,了解各项角色对应的沟通能力与素质要求,根据不同角色采取不同的沟通方法;</p> <p><b>学会自我介绍:</b>掌握自我介绍的关键环节以及自我介绍的要点,熟练进行自我介绍,展示自身风采;</p> <p><b>与父母相处:</b>理解与父母沟通的意义,学会并尝试用良好的沟通方式与父母相处;</p> <p><b>与教师相处:</b>学会与教师融洽相处的方法,能够通过教师有效沟通,促进双向沟通,促进学习;</p> <p><b>与同学、朋友相处:</b>理解和掌握在日常生活中与同学、朋友相处的要点,提升与他人的相处效果,做一个受欢迎的人;</p>		<p>1.任务驱动教学;</p> <p>2.多媒体教学;</p> <p>3.案例教学;</p> <p>4.互动式教学;</p> <p>5.问题讨论法;</p>	
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求	
1.多媒体教学设备 2.因特网网络条件	初中毕业,具备一定的经济与企业管理的基本常识	具有本专业大学本科及以上学历或中级及以上职称。	

学习情境 4	工作中的沟通	学时	
--------	--------	----	--

学习目标	了解和掌握工作中沟通的技巧，掌握面试、与同事相处等工作场合的沟通要点，能够通过有效沟通实现高效工作；	
学习任务	任务 1：与上司相处 任务 2：与下属相处 任务 3：与同事相处 任务 4：面试技巧	
学习内容		教学方法和建议
<b>面试技巧：</b> 了解招聘面试的基本流程，掌握在面试过程中与人交流、应答、阐述等的正确方法，提升面试成功率，促进就业； <b>与上司相处：</b> 学习和掌握如何说服上司、让上司理解自己的想法、解决与上司的沟通障碍的方式与方法； <b>与下属相处：</b> 学习掌握与下属相处时的注意事项和技巧 <b>与同事相处：</b> 掌握处理同事关系的要点，强化团队合作能力，塑造一个良好人际关系的职业氛围；		1.任务驱动教学； 2.多媒体教学； 3.案例教学； 4.互动式教学； 5.问题讨论法； 6.实训教学；
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求
1.多媒体教学设备 2.因特网网络条件	初中毕业，具备一定的经济与企业管理的基本常识	具有本专业大学本科及以上学历或中级及以上职称。

学习情境 5	销售中的沟通	学时	
学习目标	围绕谈判过程，掌握销售员与客户打交道的方式方法，充分利用所学知识高效进行客户沟通准备、时间控制、让步技巧、利己技巧等销售沟通举措，提升岗位工作能力；		
学习任务	项目 1：商务谈判的程序 任务 1：谈判的准备 任务 2：开始正式谈判 任务 3：谈判的结束 任务 4：国际商务谈判 项目 2：商务谈判的技巧 任务 1：价格谈判的技巧 任务 2：时间控制技巧 任务 3：让步技巧 任务 4：对己方有利技巧 任务 5：其他技巧		
学习内容		教学方法和建议	
<b>谈判的准备：</b> 理解谈判前信息准备的重要性，掌握谈判主题和目标的确定方法，确定谈判方案； <b>开始正式谈判：</b> 掌握谈判接触阶段、谈判磋商阶段的沟通方式以及在这个过程中注意事项；		1.任务驱动教学； 2.多媒体教学； 3.案例教学； 4.互动式教学；	

<p><b>谈判的结束：</b>掌握如何选择适当的时机结束谈判，掌握比较结束法、优待结束法、诱导结束法等谈判结束方法技巧；</p> <p><b>价格谈判的技巧：</b>掌握商务谈判以及客户沟通中的报价原理、技巧以及常见注意事项，理解和掌握鱼饵报价法、中途变价法、挑剔还价法等价格谈判方法；</p> <p><b>时间控制的技巧：</b>掌握运用时间控制技巧、增加谈判优势、控制谈判进程的策略与方法。</p> <p><b>让步技巧：</b>学习使用让步策略促使商务谈判双方达成协议，掌握让步的节奏和幅度以及注意事项；</p> <p><b>对己方有利技巧：</b>学习和掌握运用利己技巧达成商务谈判中谈判目标的达成；</p> <p><b>其他技巧：</b>掌握在谈判过程中的提问、回答、心理、体态等谈判沟通技巧的应用；</p>		<p>5.问题讨论法；</p> <p>6.实训教学；</p>
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求
1.多媒体教学设备 2.因特网网络条件	初中毕业，具备一定的经济与企业管理的基本常识	具有本专业大学本科及以上学历或中级及以上职称。

学习情境 6	解决客户沟通障碍的技巧	学时	
学习目标	了解沟通障碍的产生原因以及类型，能够运用恰当方法，解决客户沟通障碍；		
学习任务	<p>任务 1：障碍的类型</p> <p>任务 2：解决障碍的方式</p>		
学习内容		教学方法和建议	
<p><b>障碍的类型：</b>掌握沟通过程中可能产生的各项障碍的特点，明确各项障碍产生的原因；</p> <p><b>解决障碍的方式：</b>学习有效地克服沟通障碍的方法，能够运用所学知识解决生活以及工作中的各项沟通问题；</p>		<p>1.任务驱动教学；</p> <p>2.多媒体教学；</p> <p>3.案例教学；</p> <p>4.互动式教学；</p> <p>5.问题讨论法；</p> <p>6.实训教学；</p>	
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求	
1.多媒体教学设备 2.因特网网络条件	初中毕业，具备一定的经济与企业管理的基本常识	具有本专业大学本科及以上学历或中级及以上职称。	

## 五、实施建议

### （一）教材编写

1. 鉴于本课程教材种类繁多，但仍无适合区域市场营销人才培养、符合本校人才培养

特色的教材，建议自编教材进行使用。

2. 教材编写原则。根据“十二五国家规划”教材编写要求及体例要求，按照项目式教材开发思路，以培养适应营销第一线岗位所需要的、具有良好职业道德和职业素质、特别是职业岗位操作能力和创新能力的高技能专门人才的目标，在理论知识选择上遵循“必需、够用、实用”原则的基础上，坚持以就业为导向，以能力为本位，突出科学性、先进性、针对性、实用性的有机统一，着力强化理论与实践的结合、学习知识与开发智力的结合、动脑思考与动手操作的结合、内容创新与形式创新的结合，真正体现中等等职业教育的特色。

3. 教材编写要求。教材编写要遵循了课程内容架构的内在逻辑，符合学生的认识规律。内容的宽度与深度适当，注意到素质、知识、能力的合理配置，比较充分考虑到职业能力培养。教材还要根据学生营销职业能力培养的需要，创新体例与形式，切实摒弃传统教材以理论知识为核心，以原理、范畴、概念分类为主线，以从理论到理论的阐述为章结构的惯性做法，在重点、扼要、完整论述“必需、够用”的基本理论知识的同时，增加图、表、例、典型案例等内容比例，以唤起学生学习兴趣，引导学生深入思考，促进其“产学结合”和岗位实际能力的训练，特别要注意对本门课程所要求培养的核心能力，增强学生的学习能力、人际沟通能力、团结协作能力和营销实践能力。

## （二）教学建议

1. 坚持以能力为本位的教学思想，在重点、扼要、基本完整讲授“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生营销综合素质和职业能力培养，注重以营销工作岗位任务引领型案例或项目激发学生学习知识和学习技能的兴趣，以提高学生营销实践能力和创新能力，为学习营销的其他专项技能打好基础。

2. 坚持“德育为先”的人才培养原则，结合课程教学内容，对学生进行营销职业道德与社会主义核心价值体系教育，着力培养学生诚实、守信、爱岗敬业、善于沟通和团队合作等良好的思想道德素质。

3. 教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。

4. 教学中应注重职业情景的创设，以多媒体课件、案例分析、小组活动、第二课堂等丰富多彩的形式，培养和提高学生的整体素质和营销综合职业能力。

5. 部分教学内容可结合阶段或综合实训，安排学生进行市场调研、产品推销、广告宣传等营销实践和社会实践活动，实现学校教育与社会教育的交互结合，把“工学结合”落到实处。

6. 教学中教师要不断更新教学观念，注意研究高技能市场营销人才特点，积极探索高技能市场营销人才培养路径和新型教学模式，重视实践经验的积累与升华，努力提高教学效果，同时注重运用现代信息技术手段和图书资料，不断增大教学的信息量，以拓宽学生的知识视野和能力范围。

7. 本课程标准为参考性教学标准，教师可根据教学对象的实际和营销实践的发展调整课程教学标准，丰富教学内容。

## （二）教学组织与设计

教师讲授：教师讲授以本课程标准为指南，结合教材和电子教案，通过讲解、答疑等方式培养学生独立思考、解决问题的能力。

小组讨论：在强调学生自主性、个别化学习的同时，更要注意小组讨论的作用。讨论中师生之间、学生之间可以相互交流学习体会与经验，提出问题大家相互探讨，遇到困难相互鼓励。本课程的学习建议多采取小组讨论的形式，同时结合我国企业客户管理案例进行有针对性的讨论。

学生自学：自学内容包括阅读教材、观看录像，查找资料，以及独立完成作业、小论文；除此之外，还有自我练习（含答案）题库和推荐学习参考书目，供学生自我提高。

习题教学：习题教学是检验、巩固、应用所学知识的重要手段。在教学过程中，教师结合教学进度、教学重点和难点，安排适当的习题训练，并对习题中的问题进行指导。

实践教学：索课堂辩论、案例分析、课堂讨论、小论文、社会实践调查等教学方式，增强课程的实践性，培养学生理论联系实际的能力，提高学生分析问题、解决问题的能力。

## （三）课程考核与评价

1.开发课程评价体系 1 套；

2. 本课程强调目标评价与理论和实践一体化评价的有机结合，注重引导学生自我学习、自我实践、自我管理、自我评价；

3.课程成绩=平时\*40%+期末\*60%。本课程考核采用过程考核和目标考核相结合的评价方法，过程考核主要在教学过程中对学生的学习态度、操作能力、项目完成情况、课堂参与等情况进行的评价；目标考核是在课程结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。以公平地评价学生学习的效果。也使学生更注重学习过程，提高了学生学习兴趣；

4.本课程要求把学生的职业道德、职业情感、职业责任纳入考核范围，以引导学生注重综合职业素质、特别是思想道德品质素质的培养；

5.本课程突出过程考核与阶段评价，结合学生的课堂表现、业务操作、课后作业、社会

实践等环节的表现与成果进行评价。

6.本课程重视教学的总结、创新和教学效果的反馈信息，及时调整教学内容、教学手段、教学形式和教学方法。

#### （四）课程资源的开发和利用

1.积极利用本课程的课程教学资源，加大教学过程的信息量，充分调动学生学习的积极性、主动性和创造性。要完善教学团队，共建教学资源库，充分发挥教学团队中各自所长，努力实现资源共享。

资源类型	应用模式
电子课件（30）	课堂教学学生自学
教学动画（5）	课堂教学学生自学
演示视频（2）	课堂教学学生自学
题库（20）	课堂考核学业考核
实训指导书（1）	实训教学实习指导
网络资源	课堂教学学生自学

2.建设校内模拟实训室，充分利用仿真软件构建网络实训平台，提高学生的营销实践操作能力。

3.组建学生营销协会或营销学习小组，在开展丰富多彩的第二课堂活动中培养学生的情商、人际沟通和团结协作精神。

4.组建校企合作的校外实训基地，建设企业兼职教师队伍，有计划安排学生到校外实训基地进行认知实习、阶段实习、顶岗操作，培养学生营销实战能力。

5.积极利用电子书籍、电子期刊、数字图书馆、各大网站等网络资源，使教学内容和知识技能来源多元化，尽力拓展学生的知识和能力。

6.引导学生阅读营销经典著作与典型案例，尽可能多地进行案例分析与讨论，夯实学生的知识基础，培养学生分析问题和解决问题的能力。