

<<营销会计>>

图书基本信息

书名：<<营销会计>>

13位ISBN编号：9787040216974

10位ISBN编号：7040216973

出版时间：2007-5

出版范围：高等教育

作者：郭邦涌

页数：168

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;营销会计&gt;&gt;

## 前言

会计学是各院校经济管理类专业的必修课，对于学生合理知识结构的构建和能力的培养具有重要作用。

然而在实际教学中，市场营销专业开设会计学课程，往往因为难觅一本合适的教材。

而只好选择为会计专业编写的基础会计学教材，甚至是财务会计学教材，出现了教师难教、学生难学、学了无用的窘境。

有时即使找到一本经济管理类专业通用的会计学教材，也会由于教材编写缺乏针对性，难以达到预期教学目的。

非会计专业开设会计学课程的目的，不是要把学生培养成会计人员，而是要使经济管理专业人员懂得相应的会计知识，掌握相关技能，从而促进其与会计人员有效沟通，更好地开展工作。

基于这一认识，我们在访问营销经理和对往届营销专业毕业生问卷调查的基础上，组织编写了这本主要面向高职高专市场营销专业的会计学教材。

本书具有以下几个方面特点：第一，针对营销活动组织教材内容。

在制订教材编写提纲前，我们征询了企业营销经理和多年从事营销专业教学的教师的意见。

经过梳理和多次研讨，明确了营销人员在企业营销工作中主要应掌握的会计知识和技能内容，制定了课程教学大纲，明确了编写目标。

教材围绕营销人员职业需求展开，主要介绍结算方式与票证填写、收入形成与损益计算、报表分析与信息利用、存货与应收账款的管理、本量利分析、定价决策分析和投资决策分析等内容，而把其中涉及会计账务处理、账簿登记、报表编制等具体会计核算内容作为一般性知识做简单介绍。

第二，以实用为原则，突出能力培养。

教材以企业营销活动中岗位群为基础，着眼于营销人员职业生涯各个发展阶段和各种不同的岗位，提取出相关的技能项目；在各章中设置实践训练模块明确训练的目的和要求，提供必要的资料，使学生通过实践训练培养相关技能；对部分内容的教学设置了现场操作模块，以增强教学过程中的师生互动，培养学生的动手能力。

第三，努力服务于教学，追求形式生动活泼。

为带给读者轻松的阅读感受，本书设置了大量案例、相关链接、小提示以及现场操作等模块，以扩大视野，增强对相关内容的感性认识；各章配有一定量的习题，供学生加深对相关知识的理解和掌握；配有教学光盘，包含全部教材内容的电子教案、各章习题参考答案、五套试题及参考答案等，以满足教学的需要。

第四，以新会计准则为依据，体现会计国际趋同的新要求。

2006年财政部颁布了我国新的《企业会计准则》，形成由基本准则、具体准则和应用指南构成的新的会计标准体系。

我们对教材涉及的有关内容，结合新准则的变化进行编写，力求表述规范准确，能够适应新会计准则正式实施后的变化。

本书建议总学时64学时，其中，理论部分为42学时，实践训练部分为22学时。

从实际教材内容来看，部分章节教学学时可能较为紧张，教师可根据总的培养目标对教学内容的详略加以调整。

## <<营销会计>>

### 内容概要

《营销会计》是全国高职高专教育“十一五”规划教材之一。

《营销会计》主要针对市场营销专业高职高专学生在就业及职业生涯发展中对相关财会知识和技能掌握的需要，以能力培养为核心，突出教材编写的实用性。

《营销会计》内容涉及基础会计学、财务会计学、管理会计学以及财务管理等多门学科，具体包括会计工作概述、现金与银行存款核算管理、损益计算、会计报表分析、存货核算与管理、应收账款核算与管理、本量利分析、价格决策分析、投资决策分析共九章。

《营销会计》可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场营销及相关专业的教学用书，也可作为五年制高职相关专业的教学用书，并可作为社会从业人士的业务参考书及培训用书。

## &lt;&lt;营销会计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 会计工作概述第一节 会计概述一、会计的含义二、会计的作用三、会计主体和会计对象第二节 会计要素与会计等式一、会计要素二、会计等式第三节 借贷记账法一、记账符号二、账户结构三、记账规则四、试算平衡第四节 会计循环一、会计循环概述二、会计循环的程序第二章 现金与银行存款核算管理第一节 现金核算与管理一、现金支付范围二、出纳操作规程三、现金日记账的设置与登记四、现金管理的基本要求第二节 银行存款核算与管理一、银行账户的开立、变更和撤销二、结算方式三、票据填写规范四、银行存款核算第三章 损益计算第一节 销售收入及其相关会计处理一、销售收入的确认与计量二、销售方式与销售收入的会计处理三、增值税第二节 营业成本、期间费用和税金及附加的确认计量一、营业成本的计算二、期间费用的形成三、主营业务税金及附加的计算第三节 利润的计算一、企业利润的构成二、利润计算程序三、所得税核算第四章 会计报表分析第一节 会计报表概述一、会计报表的意义和作用二、会计报表的构成第二节 财务指标的分析利用一、企业偿债能力分析二、企业营运能力分析三、企业盈利能力分析第五章 存货核算与管理第一节 存货发出计价一、先进先出法二、加权平均法三、个别计价法四、毛利率法第二节 存货管理一、ABC分类管理二、JIT零库存管理第三节 经济订货批量分析一、存货成本二、经济订货批量模型第六章 应收账款核算与管理第一节 应收账款日常核算一、应收账款核算的范围二、销售台账和应收账款明细账的设置与登记三、账龄分析第二节 应收账款管理一、应收账款的信用政策二、应收账款的对账制度三、收账决策的相关成本第七章 本量利分析第一节 成本性态分析一、成本管理分类二、混合成本分解第二节 贡献式损益计算一、变动成本法与制造成本法比较二、贡献式损益计算程序第三节 保本、保利分析一、本量利分析图二、保本点的计算三、保利点的计算第八章 价格决策分析第一节 定价决策一、定价决策应考虑的因素二、以成本为基础的定价决策第二节 调价分析一、调价策略二、利润无差别点分析三、最优售价分析第三节 低于正常销售价格追加订货决策一、简单条件下的低价格追加订货决策二、复杂条件下的低价格追加订货决策第九章 投资决策分析第一节 货币时间价值一、货币时间价值概述二、一次性收付款项的终值和现值三、年金终值和现值第二节 现金流量一、现金流量概述二、净现金流量的计算三、净现金流量简算法第三节 投资决策评价指标一、静态评价指标的计算二、动态评价指标的计算附录一 复利终值系数表附录二 复利现值系数表附录三 年金终值系数表附录四 年金现值系数表附录五 “营销会计”执行课程标准参考文献

## 章节摘录

1.会计信息要满足内部管理决策的需要 企业经营管理活动中需要做出一系列决策,如筹资活动中面临筹资数额、筹资途径、筹资期限等问题;投资活动中面临投资项目、投资方式、投资期限等问题;生产活动中面临生产什么、生产多少、如何组织生产等问题;销售活动中面临销售渠道、销售价格等问题;以及利润分配活动中面临股利政策等问题。

这些决策必须有可靠的经济信息和资料作为依据,而这些数据、信息主要是通过会计提供的。

2.会计信息要满足企业外部利益相关者决策的需要 我国《企业会计准则——基本准则》中明确指出,企业财务会计报告的使用者包括投资者、债权人、政府及其有关部门和社会公众等企业外部各方。

投资者需要判断是否对企业投资或追加投资,是否出售已持有股份,管理层是否完成受托目标等一系列问题;债权人要判断企业的偿债能力,衡量债权的风险,决定是否贷给企业更多资金等问题;政府则需要根据会计信息进行宏观经济调控和经济政策的制定;社会公众也需要对企业是否履行其所承担相应社会责任进行判断。

在现代企业产权分离的制度安排下,会计在向企业外部信息使用者提供有用信息方面发挥着越来越重要的作用。

(二)直接对企业经济活动过程进行监督和控辮 我国《会计法》明确规定,会计机构、会计人员应当对单位内部的经济活动进行监督和控制,以更好地为单位内部管理服务。

会计监督关系到企业各种利益关系的处理,会计人员在实行会计监督过程中,必须以财政经济法律、法规为依据,维护有关各方的合法权益。

会计对企业经济活动通过事前、事中、事后的全过程监督,加强经济管理,提高经济效益。

会计监督首先是对原始凭证的真实性、合法性、准确性和完整性进行审核监督。

会计人员在办理业务中,对于不真实、不合法的原始凭证,不予受理;对于弄虚作假、严重违法的原始凭证,在不予受理的同时,应当予以扣留,并及时向单位领导人报告,请求查明原因,追究当事人的责任;对于记载不准确、不完整的原始凭证,予以退回,要求经办人更正、补充。

其次是通过建立和执行财产清查制度,进行财产物资的登记、清查,对账实不符情况查明原因,保证财产物资的安全。

再次是通过预算和财务计划对财务收支进行管理,确保财务收支符合国家财政、税收法规,符合企业财务会计制度和企业管理的要求。

<<营销会计>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>