

<<管理会计学>>

图书基本信息

书名：<<管理会计学>>

13位ISBN编号：9787811224399

10位ISBN编号：7811224399

出版时间：2009-1

出版时间：东北财经大学出版社

作者：陆宇建，李冠众 著

页数：356

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>

前言

注重基本理论的阐述，注重将管理会计思想的产生与发展放在历史长河中进行考察，注重运用经济理论分析管理会计现象和问题，注重说明各种管理会计理论与方法的局限性和适用条件，注重管理会计理论的最新发展，使读者不仅知其然而且知其所以然，不仅见树木而且见森林。同时，本教材努力吸收国内外知名企业管理会计的实践经验。尤其是我国企业管理会计的实践经验，以理论联系实际。为了避免复杂的数学计算。本教材介绍了一些运用Excel中的函数或工具进行管理会计计算和分析的方法。

<<管理会计学>>

内容概要

管理会计实质上是会计与管理的有机结合。

一方面社会经济和企业的发展为管理会计提供了舞台；另一方面管理会计的创新又促进了企业和社会经济的发展。

我们很难想象，如果没有管理会计信息，没有管理会计的决策支持系统，没有管理会计控制和业绩评价体系。

现代企业如何能运转自如，公司怎么能维持和发展下去。

20世纪80年代中期以来。

随着全球化、信息化、网络化和市场竞争的加剧，持续的技术创新引起生产组织与企业管理发生了巨大变化，从而对管理会计信息提出新的要求。

在以美国为代表的西方发达国家，管理会计领域出现了许多新的思想，管理会计从“方法型”向“思想型”发展，管理会计焕发出勃勃生机。

本教材广泛借鉴了国内外同行的文献，力求体现管理会计理论与实务的最新发展。

编者写这本教材的主要目的不在于创造知识，而是试图综合、传承和深化知识，力图将管理会计的思想、理论与方法讲清、讲透、讲实。

本教材在结构体系上，按照管理会计的内在逻辑规律安排篇章，以方便读者理解并把握管理会计的理论与方法体系。

第1章至第4章是管理会计的基础理论，第5章至第8章是预测和决策会计，第9章至第12章是控制和业绩评价会计，第13章和第14章是战略管理会计。

书籍目录

第1章 导论1.1 管理会计的含义和内容1.2 管理会计信息的需求与供给1.3 管理会计的演进1.4 管理会计人员的知识体系及行为规范第2章 成本习性与成本估计2.1 成本的概念2.2 成本习性模式2.3 成本估计2.4 非线性成本函数及其线性近似第3章 变动成本法与作业成本法3.1 变动成本法3.2 作业成本法第4章 本量利分析4.1 本量利分析基础4.2 保本分析与保利分析4.3 本量利分析的拓展第5章 预测分析5.1 预测分析概述5.2 销售预测5.3 利润预测5.4 成本预测5.5 资金预测第6章 短期决策成本概念与基本方法6.1 决策的意义与分类6.2 决策程序和决策中信息的质量特征6.3 决策中的相关成本和非相关成本6.4 短期决策分析的基本方法第7章 基于相关成本的短期决策7.1 定价决策7.2 生产决策7.3 存货决策第8章 资本投资决策8.1 资本投资决策概述8.2 现金流量的估计8.3 资本投资决策方法8.4 基于风险的资本投资决策8.5 资本投资决策中的行为与道德第9章 战略规划与全面预算9.1 概述9.2 全面预算的编制9.3 预算方法的改进9.4 预算管理中的行为问题9.5 国外预算的发展第10章 成本控制10.1 管理控制与成本控制10.2 标准成本系统10.3 质量成本控制10.4 环境成本控制10.5 全生命周期成本控制第11章 分权管理与责任会计11.1 分权管理与责任中心11.2 责任中心的业绩评价11.3 内部转移定价11.4 平衡计分卡第12章 代理理论与报酬激励制度12.1 报酬激励的理论基础12.2 报酬激励的方式和特征12.3 报酬激励数额的确定及分配第13章 战略成本管理与价值链分析13.1 战略成本概述13.2 价值链分析第14章 作业基础管理与持续改善14.1 作业基础管理14.2 目标成本管理与持续改善附表主要参考文献

章节摘录

2) 动因与激励 动因的期望理论主要回答不同层次的需要是如何获得满足的这一问题。该理论认为,人们作为一定行为的动因是人们对某种行为的“信仰”或对其后果的期望,某种行为由于可能满足人们的某些需要而具有强大吸引力。

个人会受到来自正面和负面双向因素的影响。

正向的激励(也称作奖励)会增加需要的满足程度,而反向的激励(也称作惩罚)则会降低需要的满足程度。

对个人而言,获取奖励的潜在机会比对于惩罚的恐惧具有更大的动力作用。

如果管理控制的标准被认为是客观而不带有个人偏见的,人们更容易主动地接受。

给予过多激励,超过了一定限度(也就是过多压力),反而无益于提升工作业绩,“过犹不及”就是这个道理。

高级管理层对管理控制系统的态度本身就是一项有效的奖励。

如果高层管理人员重视管理控制系统,一般的管理人员就会有积极的反应:如果高层管理人员并不看重管理控制系统,经理们自然也不会多加注意。

公司分部对上级部门负责,接受表扬、批评或其他形式的激励,这些激励并不直接针对分部的每个职员(分部本身采取的激励除外)。

因此分部经理是管理控制的重点。

3) 目标的协调一致 通常所说的企业目标,实际上是高层管理者和董事会的目标。

但公司员工有自己的个人目标。

例如,如果管理层要求降低成本,部门经理可能会以降低产品质量为代价来削减成本。

企业目标与个人目标的差异决定了制定管理控制系统的主要原则:管理控制系统引导人们的行为既能满足个人目标,又为企业获取了最大的收益。

因此,在设计管理系统时要着重考虑个人利益会驱使人们采取哪些行动?

这些行为是否符合公司的最高利益?

20世纪70年代以来,在目标协调领域提出了代理理论,即公司整体与管理者个人、上司与下属之间的委托代理关系。

代理理论为研究企业目标与个人目标提供了一个有效的框架。

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>