

新世纪百科全书

新世纪 企业家百科全书



中国言实出版社



L23:63 01232

562368



90562368

教

XIN SHI JI QI YE JIA



BAI KE QUAN SHU

新世纪企业家 百科全书



(第二卷)

Z28:F2 / 018:2

中国言实出版社
北京

新世纪企业家百科全书

第二卷

目

录

第三编 企业管理

管理学基本原理

- (659) 管理的起源
- (660) 管理的概念
- (660) 管理和科学的重要性
- (660) 管理的目标和功能
- (662) 管理思想的基本结构
- (663) 企业组织与社会
- (664) 企业的经济性
- (664) 企业与管理
- (665) 管理的艺术
- (666) 泰罗的科学管理理论
- (667) 法约尔的管理职能理论
- (668) 梅约的行为科学理论

- (669) 现代管理科学理论
- (670) 走出管理理论的“丛林”
- (670) 未来管理理论的发展趋势
- (671) 现代企业管理组织系统的构成要素
- (672) 现代企业管理组织工作的内容
- (672) 企业的任务、目标、原则
- (673) 精干高效、统一指挥原则
- (673) 权责对等、才职相称原则
- (674) 企业管理组织系统的结构
- (674) 直线制结构

- 职能制结构 (674)
- 直线参谋制结构和直线
 - 职能参谋制结构 (675)
- 事业部制结构 (675)
- 企业管理组织系统的三
 - 种新结构 (676)
- 决策的过程 (676)
- 决策的要求 (677)
- 决策的判断标准 (677)
- 影响决策的因素 (678)
- 决策的方法 (679)
- 计划的概念及任务 (679)
- 计划的重要性 (680)
- 计划的程序 (681)
- 计划的原则 (683)
- 计划的方法 (684)
- 计划的种类 (685)
- 计划的编制原理 (686)
- 组织的概念及任务 (687)
- 组织职能的特点 (687)
- 组织职能的原则 (687)
- 组织层次和管理幅度 (689)
- 管理绩效的综合控制 (689)
- 预算控制 (690)
- 预算编制的方法 (691)
- 非预算控制 (692)
- 控制的概念和程序 (694)
- 控制的形式 (695)
- 控制工作的原理 (696)
- 有效控制的要求 (697)
- 管理者角色 (697)
- 管理者：万能的还是象
 - 征性的 (698)
- 全面质量管理 (698)
- 质量保证体系 (699)
- 管理的环境 (700)
- 柔性管理 (700)
- 管理道德 (700)
- 群体决策 (701)
- 变革过程 (702)
- 变革阻力 (702)
- 现代企业经营战略 (703)
- 现代企业经营战略的
 - 类型 (703)
- 现代企业经营战略
 - 体系 (704)
- 现代企业经营战略
 - 决策 (705)
- 现代企业经营战略的组
 - 织实施 (705)
- 现代企业经营战略
 - 评估 (706)
- 目标管理及目标体系 (706)
- 目标管理程序 (707)
- 计量管理 (707)
- 现场管理 (708)
- 信息资源管理 (708)
- 管理信息系统及特征 (709)
- 管理信息系统开发设计
 - 原则 (710)
- 生产管理信息子系统 (710)
- 市场经营管理信息子
 - 系统 (711)
- 劳动人事管理信息子
 - 系统 (711)
- 财务管理信息子系统 (712)
- 办公自动化 (712)
- 决策支持系统 (712)

(787) 专家系统	(713)
(787) 系统管理	(713)
(887) 变动管理	(714)
(887) 环境管理	(714)
(887) PPCA 循环	(715)
(007) 看板管理	(715)
(707) 目视管理	(716)
(107) 走动管理	(716)
(707) 价值工程	(717)
名牌战略	(717)

企业管理的主要学派和理论

(807) 古典管理学派	(719)
(407) 管理科学学派	(720)
(207) 管理过程学派	(720)
(207) 管理经济会计学派	(721)
行为科学学派	(721)
(807) 系统管理学派	(721)
(707) 社会系统学派	(722)
(707) 人群关系学派	(723)
(807) 决策理论学派	(724)
(007) 数学学派	(724)
(008) 经理角色学派	(724)
经验主义学派	(725)
(108) 权变理论学派	(726)
(108) 人际关系学说	(727)
(808) 需要、动机和激励理论	(728)
(808) 成就需要理论	(730)
(408) 双因素理论	(731)
(208) 期望理论	(732)
(808) 归因理论	(734)
强化理论	(735)
(708) 团体内聚力和士气的有关理论	(736)

(207) 团体动力理论	(737)
X 理论——Y 理论	
(207) Z 理论	(738)
(707) 社会系统理论	(740)
(807) 决策理论	(741)
(807) 系统管理理论	(742)
(007) 社会—技术系统理论	(744)
(007) 管理过程理论	(746)
(107) 权变管理理论	(746)
(107) 经理角色理论	(747)
(707) 不成熟—成熟理论	(749)
(807) 领导方式统一理论	(750)

企业管理思想的代表人物

(207) 阿尔法拉比	(753)
(807) 阿布·穆罕默德·格扎里	(753)
(707) 詹姆斯·斯图亚特	(753)
(707) 亚当·斯密	(754)
(807) 理查德·阿克赖特	(755)
(807) 罗伯特·欧文	(755)
伊莱·惠特尼	(755)
(007) 安德鲁·尤尔	(756)
查尔斯·杜平	(757)
(087) 查尔斯·巴贝奇	(757)
亨利·普尔	(758)
(187) 丹尼尔·麦卡勒姆	(759)
威廉·杰文斯	(759)
(187) 欧内斯特·索尔韦	(760)
(287) 亨利·法约尔	(761)
(887) 亨利·汤	(762)
(487) 亨利·梅特卡夫	(763)
(487) 詹姆斯·罗恩	(763)
(287) 约瑟夫·斯莱特·路	
(087) 易斯	(764)

- (765) 哈林顿·埃默森 (765)
 弗雷德里克·温斯 (765)
 (765) 洛·泰罗 (765)
 (767) 弗雷德里克·哈尔西 (767)
 (768) 路易斯·布兰代斯 (768)
 (768) 爱德华·法林 (768)
 (769) 亨利·甘特 (769)
 (770) 保罗·索利尔 (770)
 (771) 亨利·福特 (771)
 (771) 马克斯·韦伯 (771)
 (772) 亚历山大·丘奇 (772)
 (773) 沃尔特·拉瑟瑞 (773)
 (774) 弗兰克·吉尔布雷思 (774)
 (775) 玛丽·帕克·福莱特 (775)
 (776) 罗伯特·霍克西 (776)
 (777) 沃尔特·迪尔·斯 (777)
 (777) 科特 (777)
 (777) 本杰明·朗特里 (777)
 (778) 卡尔·科特根 (778)
 (778) 莫里斯·库克 (778)
 (779) 查尔斯·塞缪尔·迈 (779)
 (779) 尔斯 (779)
 (780) 乔治·德·艾伯特·巴 (780)
 (780) 布科克 (780)
 (781) 阿尔弗雷德·P·JR (781)
 (781) ·斯隆 (781)
 (781) 爱德华·特里加斯吉 (781)
 (781) 斯·埃尔伯恩 (781)
 (782) 亨利·丹尼森 (782)
 (783) 利恩·P·阿尔福特 (783)
 (784) 莉莲·吉尔布雷斯 (784)
 (784) 霍勒斯·哈撒韦 (784)
 (785) 古斯塔夫·杰勒德 (785)
 (786) 乔治·埃尔顿·梅奥 (786)
 (787) 沃尔德马·赫尔米西 (787)
 (787) 查尔斯·诺普尔 (787)
 (788) 哈里·亚瑟·霍普夫 (788)
 (789) 库尔特·赫格纳 (789)
 (789) 埃德蒙·兰多尔 (789)
 (790) 萨姆·路易森 (790)
 (791) 詹姆斯·穆尼 (791)
 (791) 切斯特·巴纳德 (791)
 (792) 伯纳德·穆斯西奥 (792)
 (793) 阿曼多·萨勒斯·奥利 (793)
 弗拉 (793)
 (793) 詹姆斯·麦金西 (793)
 (794) 林德尔·厄威克 (794)
 (795) 卢瑟·古利克 (795)
 (795) 奥利佛·谢尔登 (795)
 (796) 弗里茨·朱尔斯·罗特 (796)
 (796) 利斯伯格 (796)
 (797) 道格拉斯·麦格雷戈 (797)
 (797) 哈罗德·孔茨 (797)
 (798) 彼得·F·德鲁克 (798)
 (799) 赫伯特·西蒙 (799)
 (800) 詹姆斯·马奇 (800)
管理心理学
 (801) 管理心理学 (801)
 (801) 霍桑试验 (801)
 “经济人”与管理 (803)
 (803) “社会人”与管理 (803)
 (804) “自我实现的人”与管理 (804)
 (804) 管理 (804)
 (805) “复杂人”与管理 (805)
 (806) 人力资源管理的核心 (806)
 (807) 马斯洛的需要层次 (807)
 理论 (807)
 (807) (807)

- 麦克利兰的成就需要理论 (809)
- 赫茨伯格的双因素理论 (809)
- 佛隆的期望理论 (811)
- 亚当斯的公平理论 (813)
- 需要—行为的原动力 (814)
- 满足职工需要的原则与方法 (815)
- 挫折 (817)
- 挫折容忍力 (818)
- 挫折的反应 (818)
- 对待挫折的方法 (819)
- 行为强化 (820)
- 行为治疗 (821)
- 能力 (822)
- 能力与管理 (823)
- 气质 (824)
- 气质与管理 (825)
- 态度 (826)
- 态度的形成 (827)
- 态度的改变 (828)
- 宣传教育与态度的改变 (829)
- 情绪 (831)
- 避免消极情绪的原则 (831)
- 化消极情绪为积极情绪的方法 (832)
- 自我意识与自我培养 (833)
- 自我管理 (834)
- 群体及其功能 (836)
- 群体凝聚力 (836)
- 群体士气 (838)
- 群体沟通 (839)
- 信息沟通的障碍及补救方法 (841)
- 非正式群体的管理 (843)
- 组织 (846)
- 组织心理 (847)
- 组织发展 (847)
- 组织变革 (849)
- 劳动的自然环境 (851)
- 工作环境中的彩色 (852)
- 工作环境中的照明 (854)
- 工作环境中的温度 (856)
- 工作环境中的噪音 (857)
- 工作环境中的音乐 (859)
- 人力资源管理**
- 人力资源的概念及特征 (861)
- 中国人力资源的特点 (862)
- 人力资源的数量 (863)
- 影响人力资源数量的因素 (863)
- 人力资源的质量 (865)
- 人力资源在国民经济中的作用 (866)
- 人力资源开发 (867)
- 人力资源管理与效率 (868)
- 人力资源管理的环境 (869)
- 人事研究 (869)
- 中国企业做到人尽其才的方法 (870)
- 中国传统的用工制度 (871)
- 劳动用工制度改革理论依据 (872)
- 人员流动的必然性 (873)
- 人力资源的流动比率 (874)

- 人力资源的预测 (875)
- 人力资源需求的短期 (876)
- 预测 (877)
- 人力需求的长期预测 (878)
- 职业、职称与职务 (879)
- 职称与工资福利待遇 (880)
- 工作分析的目的 (880)
- 工作分析方法 (881)
- 职务设计 (882)
- 工作绩效考核 (884)
- 工作绩效考核的作用 (884)
- 人员考核的概念和 (885)
- 作用 (885)
- 人员考核的内容 (885)
- 工作绩效的改进方法 (886)
- 工作绩效考核的条件 (887)
- 工作绩效模型 (887)
- 工作绩效考核的程序 (888)
- 工作绩效评估的主要影 (888)
- 响因素 (888)
- 职位规范 (890)
- 职位调查 (890)
- 排列法 (891)
- 等级法 (891)
- 因素比较法 (891)
- 自我—他人评估法 (892)
- 劳动合同 (892)
- 劳动合同制度 (893)
- 劳动争议 (893)
- 劳动争议仲裁委员会 (894)
- 劳动争议调解委员会 (894)
- 劳动监督检查 (895)
- 等级工资制 (895)
- 岗位工资制 (896)
- 浮动工资制 (896)
- 效益工资制 (897)
- 结构工资制 (897)
- 保密工资制 (898)
- 津贴 (898)
- 奖金 (899)
- 工资 (899)
- 职业计划 (900)
- 职业计划的重要性 (900)
- 职业计划的类型 (901)
- 职业计划的主要内容 (902)
- 职业计划的措施 (903)
- 工作生活质量 (904)
- 工作生活质量的影响 (904)
- 因素 (904)
- 工作生活质量的提高 (905)
- 途径 (905)
- 人力资源市场构成 (905)
- 要素 (905)
- 厂长(经理)绩效评估 (906)
- 指标体系 (906)
- 专业技术人员绩效评估 (907)
- 指标体系 (907)
- 工人绩效评估指标 (907)
- 体系 (907)
- 职业安全与卫生 (908)
- 职业安全监察 (909)
- 职业安全与卫生技术措 (909)
- 施计划 (909)
- 安全检查和安全教育 (910)
- 安全生产 (911)
- 伤亡事故 (912)
- 伤亡事故调查 (913)
- 预防事故的原则 (914)

事故预防的组织原则	(915)
职业危害	(916)
工作时间	(917)
工作日的概念及种类	(918)
休息时间	(919)
女职工特殊保护	(920)
对女职工的“四期”	
保护	(920)
未成年工保护	(921)
养老保险	(921)
养老保险基金的筹集	(922)
养老保险金的给付	(923)
医疗保险	(924)
失业保险	(925)
职工培训	(925)
职工培训有效性的决定	
因素	(926)
培训需求的确定	(926)
职工培训技术	(927)
培训项目设计	(928)
职工培训方法	(928)
工人培训	(929)
基层干部培训	(930)
工程技术人员及专业人	
员培训	(930)
经理人员培训	(931)
职工招聘	(932)
个人与岗位匹配模型	(932)
招聘工作模型	(933)
征召	(933)
筛选	(934)
跨国经营管理	
跨国经营	(935)
跨国经营的意义	(935)

垄断优势理论	(936)
产品周期理论	(938)
国际寡占行为理论	(939)
寡占反应理论	(940)
内部化理论	(940)
国际生产折衷理论	(941)
比较优势理论	(942)
国际市场细分	(943)
市场细分的作用	(944)
商品出口战略	(944)
技术供给战略	(945)
海外投资战略	(946)
国际目标市场进入战略	
的选择	(946)
国际目标市场开拓战略	
的形式	(947)
国际目标市场开拓战略	
的实施策略	(948)
间接出口	(949)
直接出口	(950)
跨国经营的渠道目标	(950)
跨国经营的渠道选择	(951)
独资经营	(952)
合资经营	(953)
合作经营	(954)
国际市场定价的主要影	
响因素	(955)
国际产品的定价目标	(955)
国际产品的定价方法	(956)
国际企业的转移定价	
策略	(957)
技术许可证	(958)
依附贸易或投资的技术	
转让	(959)

- (839) 国际化企业的概念及特征 (960)
- (840) 国际化企业的形成与发展 (960)
- (841) 中国企业跨国经营的必要性 (961)
- (842) 中国企业跨国经营的可能性 (962)
- (843) 中国企业跨国经营面临的形势 (963)
- (844) 跨国公司的概念 (964)
- (845) 跨国公司的特征 (965)
- (846) 跨国公司的组织形式 (967)
- (847) 跨国公司对世界经济的影响 (968)
- (848) 跨国经营的自然环境因素 (969)
- (849) 跨国经营中的经济因素 (970)
- (850) 产品和产品战略的基本概念 (972)
- (851) 产品战略的重要性 (973)
- (852) 产品扩张战略的选择 (973)
- (853) 选择产品扩张战略应考虑的因素 (974)
- (854) 新产品的概念及重要意义 (974)
- (855) 新产品开发方向 (975)
- (856) 新产品开发方式 (976)
- (857) 新产品开发时机 (977)
- (858) 产品结构及类型 (977)
- (859) 产品结构战略的确定 (978)
- (860) 产品生命周期战略 (978)
- (861) 多国性产品战略 (979)
- (862) 企业跨国经营组织机构的演变 (979)
- (863) 跨国经营企业的内部管理体制 (980)
- (864) 企业内部管理手段 (981)
- (865) 企业的内部控制 (982)
- (866) 跨国公司的全球经营战略的定义及特征 (983)
- (867) 跨国公司实施全球战略的条件和意义 (984)
- (868) 跨国公司全球战略的功能模型 (985)
- (869) 全球经营战略思想 (985)
- (870) 全球战略目标 (986)
- (871) 全球战略轨迹与战略保证 (987)
- (872) 战略发展方针选择 (988)
- (873) 全球经营战略种类 (988)
- (874) 战略管理体制策略 (989)
- (875) 全球战略的制定程序 (990)
- (876) 全球战略的执行与控制程序 (991)
- (877) 经理人员的国籍政策——母国中心政策 (992)
- (878) 经理人员的国籍政策——东道国中心政策 (992)
- (879) 经理人员的国籍政策——全球中心政策 (993)
- (880) 影响经理人员国籍选择的因素 (993)
- (881) 海外经理的素质 (994)
- (882) 管理人才的培训 (995)

适应东道国文化的途径	(995)
对海外经理人才的激励	(996)
跨国公司进入海外市场应考虑的因素	(996)
跨国公司海外营销计划的制定	(997)
跨国公司对海外经销商的管理	(998)
国际市场营销的环境分析	(999)
国际市场营销的产品决策	(1000)
国际市场营销的促销决策	(1001)
跨国公司财务管理的目标	(1003)
跨国公司财务管理的职能	(1003)
跨国公司的资金来源	(1003)
跨国公司筹资方式及其选择	(1005)
跨国公司内部现金流量管理	(1005)
跨国公司外部现金流量管理	(1007)
跨国公司的投资管理	(1007)
跨国公司的外汇风险类型	(1009)
跨国公司的外汇风险管理	(1010)

技术工艺管理

技术进步	(1012)
先进技术	(1012)
适用技术	(1013)
新技术革命	(1013)
信息产业	(1015)
技术管理的对象	(1016)
技术部门的职能和作用	(1016)
技术部门的组织	(1017)
技术部门的业务特征	(1017)
技术部门的业务趋向	(1018)
技术的综合与交流	(1018)
技术的积累与继承	(1019)
技术部门的现代化	(1019)
研究开发管理	(1020)
试制管理	(1020)
技术变化的主要原因	(1021)
技术变革的重要性	(1022)
技术变革的发生	(1022)
发明革新的发展过程	(1023)
大企业在发明创造上的优点	(1023)
小企业在发明创造上的优点	(1024)
研究与开发的经济学	(1024)
技术预测	(1026)
技术预测的作用与可行性	(1027)

- 技术改造 (1028)
- (810) 设备更新 (1029)
- (810) 设备的购置与自制 (1030)
- (810) 设备的选择 (1032)
- (810) 新产品开发的意义 (1033)
- (810) 新产品开发的原则 (1034)
- (810) 新产品开发的战略 (1035)
- 决策 (1035)
- (810) 新产品开发的程序 (1036)
- (710) 工艺管理 (1038)
- 工艺流程 (1039)
- (710) 工艺方案 (1039)
- 工艺方案评价 (1040)
- (810) 工艺规程 (1041)
- (810) 成组技术 (1042)
- (910) 典型工艺 (1043)
- (910) 成组工艺 (1043)
- (050) 工艺装备管理 (1044)
- (050) 日常工艺管理 (1045)
- 工艺纪律 (1046)
- (150) 标准 (1046)
- (550) 国际标准 (1047)
- (550) 国家标准 (1047)
- 专业标准 (1048)
- (850) 企业标准 (1048)
- 产品标准 (1049)
- (850) 基础标准 (1049)
- 方法标准 (1050)
- (450) 产品设计和试制的标
准化 (1051)
- (450) 工艺标准化 (1052)
- (850) 工艺装备标准化 (1052)
- 材料标准化 (1053)
- (750) 计量 (1053)
- 计量规章制度 (1054)
- (200) 科技信息 (1055)
- 专利技术情报 (1056)
- (800) 科学技术档案 (1057)
- 情报检索 (1057)
- (800) 情报手段现代化 (1058)
- 技术情报的整理 (1059)
- (700) 技术信息系统 (1059)
- 标准情报研究工作 (1060)
- 技术贸易和技术
转让 (1061)
- (900) 技术贸易和国际投资的
关系 (1061)
- (000) 技术转让的方式和
规则 (1062)
- (100) 引进技术前的准备 (1063)
- 项目选择 (1063)
- (800) 可行性研究 (1064)
- 许可合同的特点和
种类 (1065)
- 许可合同一般条款 (1066)
- (800) 专利许可合同应增加的
条款 (1067)
- (200) 专有技术和商标许可合
同应增加的条款 (1067)
- (200) 技术招标 (1068)
- 消除通货膨胀和汇率变
化的影响 (1069)
- (700) 技术价格与国际技术
市场 (1070)
- 技术卖方的成本 (1070)
- (900) 新增利润的估算 (1071)
- 技术卖方的作价
原则 (1072)

技术买方的作价	(1073)
原则	(1073)
技术贸易谈判的	(1074)
准备	(1074)
技术价格谈判	(1075)
技术价格谈判步骤	(1076)
影响谈判结果的技术	(1076)
因素	(1076)
影响谈判结果的环境	(1077)
因素	(1077)
合同的签订、生效和	(1078)
执行	(1078)
使用费的支付方式	(1079)
技术使用费的清算	(1079)
争论的解决	(1080)
价值工程及原理	(1081)
价值工程的特点及提高	(1082)
价值的途径	(1082)
价值工程对象选择的	(1083)
方法	(1083)
功能分析	(1084)
功能评价	(1085)
方案创造与评价	(1085)
广告管理	
广告的定义	(1087)
广告的种类	(1088)
广告的功能	(1090)
广告公司的组织	(1091)
广告媒体与媒体	(1092)
公司	(1092)
广告人员的工作	(1093)
态度	(1093)
广告公司的功能	(1094)
制定广告媒体计划	(1094)

广告媒体战略的	(1095)
准备	(1095)
广告媒体的分配	(1096)
广播媒体	(1097)
报纸媒体	(1098)
杂志媒体	(1099)
电视媒体	(1100)
POP广告	(1101)
户外广告	(1102)
赠品广告	(1103)
直接邮寄广告	(1103)
公共关系广告	(1104)
广告调查研究的	(1105)
原因	(1105)
调查研究类型	(1105)
发展与调查研究	(1106)
计划	(1106)
为既存产品或劳务确认潜	(1107)
在顾客、市场与	(1107)
竞争	(1107)
为新产品或新劳务确认潜	(1107)
在顾客、市场与	(1107)
竞争	(1107)
广告策略调查研究	(1108)
——对新使用者	(1108)
广告策略调查研究——	(1109)
对现有使用者	(1109)
评价调查研究	(1109)
广告策划的定义	(1110)
广告策划的地位和	(1111)
特性	(1111)
广告策划的程序	(1111)
广告策划的内容	(1112)
广告策划的原则	(1112)

- 文字广告的制作 (1113)
- 广播电视广告的制作 (1113)
- 广告道德的涵义 (1114)
- 广告道德的作用 (1114)
- 广告道德的准则 (1115)
- 中国广告道德的管理 (1117)
- 外国广告道德的管理 (1118)
- 广告功能的商业属性 (1119)
- 决定广告成功的因素和衡量标准 (1120)
- 广告主题的作用 (1121)
- 广告吸引力的灵魂 (1122)
- 广告计划 (1124)
- 广告的市场分析 (1125)
- 广告目的与广告目标 (1126)
- 广告对象与广告地区 (1127)
- 广告内容和广告原稿的制作 (1128)
- 广告发布的日程安排 (1128)
- 广告预算管理 (1129)
- 广告计划编制的原则 (1130)
- 广告预算 (1131)
- 影响广告预算的因素 (1132)
- 广告预算的方法 (1133)
- 广告预算的分配 (1134)
- 广告预算的管理 (1135)
- 广告表现的原则 (1136)
- 广告表现的特点 (1137)
- 销售效果评价法 (1138)
- 视听率调查法 (1139)
- 广告作品的测评方法 (1139)
- 广告营销的主要原则 (1140)
- 广告定位策略 (1141)
- 广告心理策略 (1141)
- 系列广告策略 (1142)
- 全方位竞争广告策略 (1142)
- 广告价格 (1143)
- 国际广告 (1144)
- 国际广告的作用 (1144)
- 广告表现的方法 (1145)
- 报纸广告的定价原则与方法 (1145)
- 电视广告的定价方法 (1146)
- 招牌广告价格 (1147)
- 广告团体 (1147)
- 企业广告部门的职能 (1148)
- 广告组织 (1149)
- 专业广告公司的作用 (1149)
- 专业广告公司的类型 (1150)
- 专业广告公司的业务经营机构 (1151)

广告营销的概念及基本	会计档案	(1169)
要求	会计科目	(1169)
广告效果测定	账户	(1170)
广告效果的分类	记账方法	(1171)
广告效果测定的	借贷记账法	(1172)
内容	会计分录	(1173)
广告效果测定的	总分类账户	(1174)
标准	明细分类账户	(1174)
直接评价法	平行登记	(1174)
企业广告机构的	试算平衡	(1175)
模式	会计凭证	(1176)
媒介广告组织的工作	原始凭证	(1177)
任务	记账凭证	(1177)
媒介广告组织的机构	科目汇总表	(1178)
设置	会计凭证的传递	(1179)
广告管理	账簿	(1179)
广告管理的手段	序时账簿	(1180)
广告行政管理及管理	分类账簿	(1181)
方法	记账规则	(1182)
广告行政管理的基本	对账	(1183)
内容	结账	(1184)
广告行业的自律	财产清查	(1184)
企业广告计划管理	永续盘存制	(1185)
企业广告信息管理	实地盘存制	(1186)
企业广告预算控制	会计核算形式	(1186)
财务管理	记账凭证核算形式	(1187)
会计	科目汇总表核算	(1187)
会计法	形式	(1187)
财务会计	汇总记账凭证核算	(1188)
会计对象	形式	(1188)
会计职能	多栏式日记账核算	(1190)
会计核算	形式	(1190)
会计监督	日记总账核算形式	(1191)
会计方法	会计要素	(1192)

- (001) 资产 (1193)
- (002) 负债 (1193)
- (003) 所有者权益 (1194)
- (004) 收入 (1194)
- (005) 费用 (1195)
- (006) 利润 (1196)
- (007) 会计核算基本前提 (1196)
- (008) 会计主体 (1197)
- (009) 持续经营 (1198)
- (010) 会计分期 (1198)
- (011) 货币计量 (1199)
- (012) 客观性原则 (1199)
- (013) 相关性原则 (1200)
- (014) 可比性原则 (1200)
- (015) 一贯性原则 (1201)
- (016) 及时性原则 (1201)
- (017) 明晰性原则 (1202)
- (018) 权责发生制原则 (1202)
- (019) 收付实现制原则 (1203)
- (020) 配比原则 (1203)
- (021) 谨慎性原则 (1204)
- (022) 历史成本原则 (1204)
- (023) 划分收益性支出与资本性支出原则 (1205)
- (024) 重要性原则 (1205)
- (025) 会计准则 (1206)
- 基本会计准则 (1206)
- (026) 具体会计准则 (1207)
- 会计确认 (1207)
- (027) 会计计量 (1208)
- 会计记录 (1209)
- (028) 财务会计报告 (1209)
- (029) 货币资金 (1210)
- (030) 现金管理 (1211)
- 银行存款 (1212)
- (031) 银行汇票 (1213)
- (032) 商业汇票 (1213)
- (033) 银行本票 (1214)
- 支票 (1214)
- (034) 汇兑 (1215)
- 托收承付 (1215)
- (035) 委托收款 (1216)
- (036) 未达账项 (1216)
- 余额调节法 (1217)
- (037) 差额调节法 (1218)
- 其他货币资金 (1219)
- (038) 应收账款 (1219)
- 坏账损失 (1220)
- (039) 应收账款百分比法 (1221)
- (040) 预付账款 (1221)
- (041) 应收票据 (1222)
- 存货 (1222)
- (042) 个别计价法 (1223)
- 先进先出法 (1224)
- (043) 加权平均法 (1225)
- (044) 后进先出法 (1226)
- (045) 原材料按计划成本计价 (1227)
- (046) 原材料按实际成本计价 (1227)
- (047) 材料成本差异率 (1228)
- (048) 假退料 (1228)
- (049) 数量进价金额核算法 (1229)
- (050) 售价金额核算法 (1229)
- (051) 包装物 (1230)
- (052) 低值易耗品 (1230)
- (053) 包装物摊销 (1231)