

高等财经院校

管 理 会 计 教 学 大 纲

(试 行)

朱海芳 主编

东北财经大学出版社

高等财经院校 管理会计教学大纲

(试 行)

朱海芳 主编

附大学教材委员会

审订意见

1. 本书内容充实，重点突出，由浅入深，循序渐进，

2. 本书结构合理，层次分明，由浅入深，循序渐进，

3. 本书文字简洁，重点突出，由浅入深，循序渐进，

4. 本书图文并茂，重点突出，由浅入深，循序渐进，

5. 本书文字简洁，重点突出，由浅入深，循序渐进，

6. 本书图文并茂，重点突出，由浅入深，循序渐进，

7. 本书文字简洁，重点突出，由浅入深，循序渐进，

东北财经大学出版社

管理会计教学大纲

朱海芳 主编

东北财经大学出版社出版 (大连黑石礁)

东北财经大学出版社发行科发行

大连水面舰艇学院印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/32 印张: 1 1/2 字数: 19,600

1986年4月第1版

1986年4月第1次印刷

印数: 1—3,500

统一书号: 4428·26

定价: 0.25元

编 审 说 明

本教学大纲由财政部委托中南财经大学提出初稿，印发各有关院校征求意见，经一九八五年七月召开的部属高等财经院校教学大纲讨论会集体审定，供部属高等财经院校财经各专业参照使用，其他高等财经院校财经专业也可参考使用。试行中有什么问题和意见，请随时告诉我们，以便将来修订时研究改进。

财 政 部 教 育 司

1986年1月

教学目的和要求

《管理会计》是高等财经院校会计专业和其它有关专业的专业课之一。通过这门课程的教学实践,学生应较为全面、系统地了解现代管理会计的基本理论与基本方法,使他们认识到这一新兴会计学科在加强企业管理、改善生产经营、提高经济效益诸方面的积极作用,初步掌握开展财务及成本预测、制定经营管理决策、实施控制与考评的基本知识与技能,从而,具有一定的分析和解决企业内部管理问题的能力。

本门课程的教学,必须坚持理论联系实际的原则。在充分考虑我国四化建设的需要和经济体制改革要求的前提下,既要有选择地阐述西方管理会计的基本理论和基本方法,又要认真地总结我国社会主义建设和企业管理的成功经验,以求在二者有机结合的基础上,充实教学内容、改进教学工作,提高教学质量。

目 录

教学目的和要求

教学内容

第一篇 概 论 (1)

第一章 管理会计在企业管理中的地位和作用 ... (1)

第一节 管理会计的形成和发展 (1)

第二节 管理会计的特点 (1)

第三节 管理会计的作用 (2)

第二章 成本性态分析和变动成本计算 (3)

第一节 成本性态分析和混合成本分解 (3)

第二节 变动成本计算 (3)

第二篇 预 测 (5)

第三章 销售预测 (5)

第一节 销售预测的内容与基本原则 (5)

第二节 销售量预测 (5)

第三节 销售状态和市场占有量预测 (6)

第四章 利润预测 (7)

第一节 盈亏两平销售量预测 (7)

第二节 目标利润销售量预测 (8)

第五章 成本预测 (10)

第一节 成本预测的作用和要求 (10)

第二节	目标成本预测	(10)
第三节	产品设计成本和功能成本预测	(11)
第四节	产品质量成本和寿命周期成本预测	(12)
第六章	资金预测	(13)
第一节	资金预测的基本原则	(13)
第二节	资金需要量预测	(14)
第三篇	决 策	(15)
第七章	生产决策	(15)
第一节	决策中常用的成本概念	(15)
第二节	生产决策	(16)
第八章	产品定价决策	(17)
第一节	产品定价的意义和一般原则	(17)
第二节	产品定价决策	(18)
第九章	存货决策	(19)
第一节	存货决策的基本要求	(19)
第二节	经济订货量	(20)
第三节	不确定和复杂条件下的经济订货量	(21)
第十章	投资决策	(22)
第一节	货币时间价值和投资风险价值	(22)
第二节	投资经济效果的评价	(22)
第三节	投资决策	(23)
第四篇	控 制	(25)
第十一章	预算控制	(25)
第一节	预算的作用和编制原则	(25)
第二节	经营预算	(26)

第三节	弹性预算、概率预算、零基预算 和滚动预算	(27)
第十二章	成本控制——标准成本	(28)
第一节	标准成本的意义和作用	(28)
第二节	标准成本的制订	(29)
第三节	成本差异的计算、分析与处理	(30)
第十三章	成本控制中的若干定量化技术	(32)
第一节	网络计划技术	(32)
第二节	投入产出分析	(32)
第三节	线性规划	(33)
第四节	学习曲线	(33)
第十四章	存货控制	(34)
第一节	定量订货控制和定期订货控制	(34)
第二节	ABC 分类控制	(35)
第十五章	责任会计	(35)
第一节	建立责任会计制度的意义和 基本程序	(35)
第二节	责任中心工作绩效的考评和报告	(36)
第三节	间接成本分配和内部转移价格	(37)

教学中应注意的问题

教学课时分配表

教 学 内 容

第 一 篇 概 论

第一章 管理会计在企业管理中的 地位和作用

第一节 管理会计的形成和发展

一、管理会计的一般含义

(一) 管理会计是一个信息系统。

(二) 管理会计是现代企业会计的一大分支。

二、管理会计形成、发展的历史过程

(一) 管理会计的初步形成。

(二) 管理会计的迅速发展。

第二节 管理会计的特点

一、管理会计和财务会计的共同点

(一) 主要信息来源相同。

(二) 基本职能相同。

二、管理会计和财务会计的不同点

(一) 管理会计服务于企业内部的经营管理。

(二) 管理会计着眼于企业未来的生产经营。

(三) 管理会计立足于企业整体与局部的结合。

(四) 管理会计莫基于灵活、自由的基本结构。

第三节 管理会计的作用

一、管理的内容与职能

(一) 管理的基本内容。

(二) 管理的主要职能。

二、管理会计的作用

(一) 为现代企业管理提供有效的信息。

(二) 帮助企业管理者制定科学的决策。

(三) 对生产经营活动实施严格的控制。

复 习 思 考 题

1. 基本概念

(1) 管理

(2) 管理会计

(3) 内部会计

(4) 外部会计

(5) 规划

(6) 控制

(7) 传统管理

(8) 科学管理

(9) 现代管理科学

2. 思考题

(1) 管理会计是怎样形成和发展的?

(2) 试述管理会计和财务会计的主要区别。

(3) 为什么说管理会计是对企业生产经营活动进行规划和控制的 信
息系统?

(4) 管理会计可在企业内部管理的哪些方面发挥作用?

第二章 成本性态分析和变动成本计算

第一节 成本性态分析和混合成本分解

一、成本按照经济用途分类

- (一) 制造成本。
- (二) 销售成本。
- (三) 管理费用。

二、成本按其同产量的相互关系分类

(一) 固定成本。

- 1. 约束性固定成本。
- 2. 酌量性固定成本。

(二) 变动成本。

(三) 混合成本。

- 1. 半固定成本。
- 2. 半变动成本。

三、混合成本分解

(一) 企业内部管理对成本分类的特定要求。

(二) 混合成本分解的一般方法。

- 1. 高低点法。
- 2. 散布图法。
- 3. 回归分析法。

第二节 变动成本计算

一、产品成本的确定

- (一) 变动成本、直接成本和产品成本。
- (二) 固定成本、间接成本和期间成本。

二、分期损益的计算

(一) 变动成本法下分期损益的计算。

(二) 完全成本法下分期损益的计算。

三、变动成本法的优点

复 习 思 考 题

1. 基本概念

- | | |
|-------------|-------------|
| (1) 固定成本 | (2) 变动成本 |
| (3) 混合成本 | (4) 半固定成本 |
| (5) 半变动成本 | (6) 约束性固定成本 |
| (7) 酌量性固定成本 | (8) 成本性态 |
| (9) 产品成本 | (10) 期间成本 |
| (11) 变动成本法 | (12) 完全成本法 |

2. 思考题

- (1) 试述成本同产量之间相互关系。
- (2) 为什么要将全部成本划分为固定成本和变动成本?
- (3) 常用的成本分解方法有几种? 它们各有何优缺点?
- (4) 变动成本计算法的主要特点是什么?
- (5) 采用变动成本计算法和完全成本计算法确定分期损益时, 期末净收益数额有无异同? 为什么?

第二篇 预 测

第三章 销售预测

第一节 销售预测的内容与基本原则

一、销售预测的意义

- (一) 从事生产经营活动的基点。
- (二) 制定经营决策、编拟计划的依据。
- (三) 开展财务预测的前提。

二、销售预测的主要内容

- (一) 产品在市场上所处的地位。
- (二) 销售量增长趋势。
- (三) 市场需求和 market 价格的变动。
- (四) 开辟潜在市场的可能性。

三、销售预测的基本原则

- (一) 准确把握市场需求的变动趋势。
- (二) 全面考察影响市场变动的有关因素。
- (三) 深入开展企业内部的经营分析。
- (四) 充分考虑宏观经济效益和社会长远利益。

第二节 销售量预测

一、销售量预测的重要性

二、销售量预测方法

(一) 常用的非数量化销售量预测方法。

1. 统计调查法。

(1) 全面调查法。

(2) 重点调查法。

(3) 典型调查法。

(4) 抽样调查法。

(5) 市场因子法。

2. 专业人员评定法。

(1) 销售员合成法。

(2) 经理(专家)评定法。

(3) 特尔菲法。

(二) 常用的数量化销售量预测方法

1. 趋势平均法。

2. 指数平滑法。

3. 平均增长速度法。

4. 直线趋势和直线式最小平方法

5. 非直线趋势和曲线式最小平方法。

第三节 销售状态和市场占有量预测

一、销售状态预测

(一) 销售状态的含义及其预测的重要性。

(二) 销售状态预测的一般方法。

二、市场占有量预测

(一) 市场占有量的含义及其预测的重要性。

(二) 市场占有量预测。

复 习 思 考 题

1. 基本概念

- (1) 市场需求
- (2) 市场潜力
- (3) 市场调查
- (4) 销售量预测
- (5) 销售状态
- (6) 市场占有率

2. 思考题

- (1) 什么是销售预测？试述销售预测在企业生产经营中的地位 和 作用。
- (2) 开展销售预测应遵循哪些基本原则？
- (3) 预测销售量的统计调查方法有哪几种？它们有何共同特征？
- (4) 常用的数量化销售量预测方法有哪几种？试述直线趋势法 和 非直线趋势法的特点及其主要预测步骤。
- (5) 怎样应用马尔柯夫预测原理对销售状态和 市场占有率 进行 预测？

第四章 利 润 预 测

第一节 盈亏两平销售量预测

一、单一产品盈亏两平销售量预测

(一) 盈亏两平销售量的含义。

(二) 单一产品盈亏两平销售量的确定。

1. 公式计算。

2. 图解。

(三) 盈亏两平分析中的相关指标。

1. 安全边际。

2. 安全边际率。

3. 销售利润率。

4. 盈亏两平作业率。

二、多种产品盈亏两平销售量预测

(一) 确定多种产品盈亏两平销售量的特点。

(二) 多种产品盈亏两平销售量的确定。

三、影响因素发生变动时，盈亏两平销售量的确定

(一) 产品产销数量不一致时的盈亏两平销售量。

(二) 成本发生变动时的盈亏两平销售量。

1. 变动成本发生变动。

2. 固定成本发生变动。

(三) 销售价格发生变动。

(四) 产销结构发生变动。

四、不确定条件下的盈亏两平销售量预测

五、非线性条件下的盈亏两平销售量预测

第二节 目标利润销售量预测

一、影响利润变动的主要因素

(一) 产品产销数量。

(二) 产品销售价格。

(三) 单位产品变动成本。

(四) 固定成本总额。

二、提出目标利润

(一) 目标利润的含义。

(二) 目标利润同企业有关经营目标的关联。

(三) 目标利润的提出。

三、目标利润销售量预测

(一) 实现目标利润所需销售量的计算。

(二) 实现目标利润所需措施的确定。

1. 单项措施。

- (1) 增加产销数量。
- (2) 调整销售价格。
- (3) 降低单位产品变动成本。
- (4) 降低固定成本。

2. 综合措施。

- (1) 增加产销数量、降低销售价格。
- (2) 适当增加固定成本、大力降低单位产品变动成本。
- (3) 增加产销数量、降低销售价格和单位产品变动成本。

本。

- (4) 其它。

复 习 思 考 题

1. 基本概念

- | | |
|-------------|-------------|
| (1) 盈亏两平分析 | (2) 量·本·利分析 |
| (3) 盈亏两平销售量 | (4) 目标利润销售量 |
| (5) 边际利润 | (6) 边际利润率 |
| (7) 安全边际 | (8) 安全边际率 |
| (9) 目标利润 | (10) 销售利润率 |

2. 思考题

- (1) 什么是盈亏两平销售量？计算盈亏两平销售量有何实际意义？
- (2) 试述价格、成本和销售量对盈亏两平销售量的影响。
- (3) 怎样绘制单一产品和多种产品盈亏两平分析图？
- (4) 试述边际利润、安全边际和销售利润之间的相互关系。
- (5) 什么是目标利润？如何计算目标利润销售量？
- (6) 为什么说同时考虑多种因素的影响，是实现目标利润的有效措施？