

全国经济专业技术资格考试用书

Quanguo Jingji Zhuanye Jishu Zige Kaoshi Yongshu



2007 年版

商业经济专业知识与实务

(初 级)

全国经济专业技术资格考试用书编写委员会 编写

辽宁人民出版社 辽宁电子出版社

全国经济专业技术资格考试用书

(2007 年版)

商业经济专业知识与实务

(初 级)

全国经济专业技术资格考试用书编写委员会 编写

主 编：谭广魁

主要编写人员：

刘 华 刘 俐 杨 蓉 李义福 杜红平
陈丽梅 尚 珂 赵 娟 贾炜莹 谭广魁

辽宁人民出版社

辽宁电子出版社

· 沈 阳 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

商业经济专业知识与实务: 初级 / 全国经济专业技术资格考试用书编写委员会编写. —沈阳: 辽宁人民出版社: 辽宁电子出版社, 2007.5

全国经济专业技术资格考试用书

ISBN 978-7-205-06192-0

I. 商… II. 全… III. 商业经济—经济师—资格考核—自学参考资料 IV. F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 043352 号

责任编辑: 张莹 张益 责任校对: 连喜珍 张益

出版发行: 辽宁人民出版社 辽宁电子出版社

地 址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号

邮 编: 110003

电 话: 024-23284046 024-23284193

印 刷: 河北省零五印刷厂

幅面尺寸: 140mm × 203mm

印 张: 14.5

字 数: 251 千字

出版时间: 2007 年 5 月第 1 版

印刷时间: 2007 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-205-06192-0

定 价: 42.00 元

购书网站: 国家资格考试在线培训 (OE 培训)

网 址: <http://www.oeye.net.cn>

人事部人事考试中心举报电话: (010) 64401072 64401070

(如有印装差错, 请与辽宁电子出版社联系)

版权所有 翻印必究

前 言

为做好全国经济专业技术资格考试工作,更好地评价经济专业技术人员的能力和水平,促进经济专业技术人员不断提高业务知识和能力,更好地为经济建设服务,根据人事部颁布的《经济专业技术资格考试暂行规定》及其《实施办法》(人职发[1993]1号),充分体现党的“十六大”和十届全国人大以来社会经济的发展方针、政策及法律法规的变化,在认真听取相关单位与应考人员意见的基础上,我们组织专家对经济专业技术资格考试大纲进行了修订。

为更好地为广大应考人员服务,帮助广大应考人员正确理解考试大纲的精神,掌握考试的基本内容和要求,我们组织专家根据修订的大纲重新编写了经济专业技术资格考试用书,供广大应考人员和有关人员复习参考。

书中疏漏及不足之处,恳请指正。

人事部人事考试中心

二〇〇七年四月

考试说明

为帮助广大应考人员熟悉全国经济专业技术资格考试的内容和要求,特作如下说明:

【考试性质】全国经济专业技术资格考试属标准参照性考试。本考试成绩合格者,获得相应级别的专业技术资格,表明其具备担任相应级别专业技术职务的专业水平和能力。本资格全国范围内有效。

【考试方式】全国经济专业技术资格考试采用笔试。

【考试级别】全国经济专业技术资格考试设置两个级别:经济专业初级资格和经济专业中级资格。初级资格含经济专业技术职务中经济员和助理经济师任职资格;中级资格指经济专业技术职务中经济师任职资格。

【考试专业】全国经济专业技术资格考试共分工商管理、农业、商业、财政税收、金融、保险、运输、人力资源管理、邮电、房地产、旅游、建筑12个专业。其中运输分公路、水路、铁路、民航4个子专业。

【考试科目】全国经济专业技术资格考试设两个科目:

一、经济基础知识。此科目为公共科目,初级涵盖经济学基础、财政、货币与金融、管理学、市场营销和法律等六部分内容;中级涵盖经济学基础、财政、货币与金融、统计、会计和法律等六部分内容。

二、专业知识与实务。考生可从前述12个专业中任选1个专业(或子专业)报考。

【试卷题型题量】2007年全国经济专业技术资格考试试卷

题型题量如下：

经济基础知识（初、中级）试卷题型为单项选择题和多项选择题，各级别题型的题量分布均为：单选 70 题，多选 35 题，试卷总量为 105 题。

专业知识与实务（初、中级）试卷题型为单项选择题、多项选择题和案例分析题。各级别题型的题量分布均为：单选 60 题，多选 20 题，案例分析 20 题，试卷总题量为 100 题。

【考试时间】2007 年全国经济专业技术资格考试日期定于 11 月 3 日，上午进行专业知识与实务科目考试，下午进行经济基础知识科目考试，时间均为 150 分钟。

《商业经济专业知识与实务》(初级)考试大纲

第一章 商品流通基本原理

考试目的

通过本章内容的考试,检验考生对商品流通基本理论和基本知识的熟悉和掌握程度。

考试内容

第一节 商品概述

掌握商品的概念和属性;掌握商品分类的概念以及我国商品的总体分类;熟悉商品分类的原则以及分类的依据;掌握商品分类的方法。

掌握商品品类、品类管理的概念以及对此概念的进一步理解;熟悉商品品类管理的决策分析,熟悉品类管理的工作流程。

第二节 商品流通

掌握商品流通概念及流通过程的内容;熟悉商品流通的作用;掌握商品流通的两种基本形式及其特点。掌握商品流通功能。熟悉商品流通环节的概念和类型,掌握商品流通过程的基本环节。掌握商品流通时间的概念和构成,掌握流通

时间与流通经济运行的关系。

第三节 商品流通业态

掌握商品流通业态的概念及其构成；熟悉批发业态及零售业态的特征，熟悉零售业态的分类及各种零售业态的特点。

第二章 商品流通企业

考试目的

通过本章的考试，检验考生了解、熟悉和掌握商品流通企业的基本知识和基本理论的程度，提高考生综合运用有关理论知识分析和解决实际工作问题的能力。

考试内容

第一节 商品流通企业概述

掌握商品流通企业的概念和特征；熟悉商品流通企业的类型；掌握零售企业的特点，了解零售企业的种类；掌握批发企业的概念和特点，了解批发企业的种类；熟悉商品流通企业的职能。

第二节 商品流通企业的运行

掌握商品流通企业运行模式的类型，熟悉个人独资制、合伙制、公司制模式的概念及特点，熟悉商品流通企业集团模式的概念、特点和分类；掌握商品流通企业运行目标；掌握商品流通企业的运行环境；掌握商品流通企业运行机制。

第三节 商品流通企业的企业文化

掌握商品流通企业的企业文化的概念，掌握商品流通企业的企业文化特征；掌握商品流通企业的企业文化结构；熟悉商品流通企业的企业文化建设。

第三章 市场和目标市场营销战略

考试目的

通过本章的学习,检验考生对市场及其基本情况的掌握程度。此外,本章还要求学生在了解现代市场营销发展史的基础上,掌握目标市场营销战略的三个重要步骤的基本内容,并能付诸实践。

考试内容

第一节 市场概述

熟悉市场的概念、市场的基本关系及市场形成的基本条件;了解市场的功能;掌握市场的类型,并能与现实市场情况相对应。

第二节 目标市场营销战略

了解市场营销活动经历的几个阶段。掌握目标市场营销的三个步骤;掌握市场细分的概念和市场细分的客观基础。了解市场细分的作用;熟悉消费者市场细分依据,掌握每种变量的具体内容,并能结合实际分析问题。了解产业市场细分的依据,掌握市场细分的原则。熟悉评估细分市场时必须考虑的因素;掌握五种目标市场模式和三种目标市场战略的具体内容,并能进行正确的分析判断;掌握选择目标市场战略时应该考虑的因素,并能用这些知识解决实际问题;掌握市场定位的概念以及市场定位步骤的具体内容;掌握三种常用的定位方式,熟悉市场定位战略以及定位过程中常见的错误。

第四章 市场调查

考试目的

通过本章的考试,检验考生了解、熟悉和掌握市场调查

的概念、特点、内容、类型、步骤,市场调查的方式和方法,调查问卷的设计和询问调查技术;以提高考生在商品流通企业经营活动中开展和组织市场调查工作的能力。

考试内容

第一节 市场调查概述

了解市场调查的概念和特点,熟悉市场调查的内容;掌握市场调查的类型;了解市场调查的过程。

第二节 市场调查方式和方法

熟悉普查的概念、方式和原则,掌握普查的特点;熟悉典型调查的概念、方式和选择典型单位的原则,掌握典型调查的特点和适用范围;熟悉重点调查的概念和方式,掌握重点调查的特点和适用范围,掌握选择重点单位的原则;了解抽样调查的概念,掌握抽样调查的特点和适用范围,掌握抽样调查的类型,了解抽样调查应注意的问题;熟悉询问法的概念和类型;熟悉面谈访问调查、邮寄询问调查和电话询问调查的概念,掌握面谈访问调查的形式和优缺点,掌握邮寄询问调查和电话询问调查的优缺点;了解日记调查和留置调查的概念,掌握日记调查和留置调查的优缺点,掌握留置调查是介于面谈询问调查和邮寄询问调查之间的一种方法;掌握选择和运用询问法要考虑的因素;了解观察法的概念,熟悉观察法的种类,掌握观察法的优缺点,了解应用观察法需注意的问题;了解实验法的概念,熟悉实验法的最大特点和应用范围,掌握实验法的优缺点。

第三节 调查问卷的设计和询问调查技术

了解调查问卷的概念和优点,掌握调查问卷的类型,掌握调查问卷是询问调查最重要的工具,掌握调查问卷的基本内容,了解调查问卷的设计程序,熟悉调查问卷的设计原则;掌握调查询问技术(二项选择法、多项选择法、自由回答法、顺位法、比较法、过滤法和回想法等)。

第五章 消费者购买行为

考试目的

通过本章考试,检验考生了解、熟悉和掌握消费者市场购买行为和组织市场购买行为的类型、参与者以及影响购买行为诸因素等知识的程度,增强考生对消费者购买行为重要性的认识,提高考生运用这些知识解决问题的能力。

考试内容

第一节 消费者市场购买行为分析

了解消费者购买行为形成的主客观条件及过程;熟悉消费者需求类型;了解消费者需求的变化趋势;在消费者购买动机中掌握消费者购买动机的特征和种类;在消费者购买行为中,熟悉消费者购买决策过程中的参与者;掌握消费者购买行为类型;掌握影响消费者购买行为的主要因素。

第二节 组织市场购买行为分析

在组织市场的分类和特点中,掌握组织市场的分类;熟悉组织市场的特点;在生产者购买行为分析中,掌握生产者购买行为的类型;熟悉生产者购买决策的参与者;掌握影响生产者购买决策的主要因素;了解生产者购买决策过程;在中间商购买行为分析中,掌握中间商购买行为的主要类型;掌握中间商的购买决策;在政府购买行为分析中,熟悉政府市场的特点,了解影响政府购买行为的因素。

第六章 商品采购

考试目的

通过本章的考试,检验考生了解、熟悉和掌握商品采购目标、流程、组织形式,采购人员职责和必备知识,商品采

购量的确定以及采购方式等知识的程度,提高考生对商品采购业务重要性的认识,提高考生运用这些知识和技能解决商品采购实际问题的能力。

考试内容

第一节 商品采购概述

了解商品采购及其管理的重要性;熟悉商品采购目标,熟悉商品流通企业与生产企业采购的异同,熟悉商品采购流程的四个阶段;掌握商品采购组织形式;熟悉采购人员的职责和必备知识。

第二节 商品采购量的确定

掌握计划期的某种商品采购总量的确定;掌握计划期某种商品需要量的计算方法,掌握计划期末某种商品库存量的计算方法,掌握计划期初的某种商品库存量的计算方法,掌握采购批量的确定;熟悉远期合同采购中的采购批量的确定;掌握现货采购中采购批量的确定。

第三节 商品采购方式

了解现货采购的概念,熟悉现货采购的优点、缺点和适用条件。了解远期合同采购的概念,熟悉远期合同采购的优点、缺点和适用条件。了解一家采购的概念,掌握一家采购的优点和缺点。了解多家采购的概念,掌握多家采购的优点和缺点;熟悉招标采购的概念;掌握招标采购的特点和适用条件;熟悉网上采购的概念、优点和适用条件;掌握准时采购的基本思想、特点和应用环境。

第七章 商品储存

考试目的

通过本章的考试,检验考生了解、熟悉、掌握商品储存基础设施条件和仓储作业流程的程度,考核考生运用这些

基本知识和理论解决实际问题的能力,以提高考生对商品储存重要性的认识。

考试内容

第一节 商品储存基础设施条件

熟悉仓库的概念,掌握仓库的类型;了解货架的概念和基本功能,掌握选择货架的依据;熟悉常用货架的形式,掌握货架数量的计算方法;熟悉装卸搬运设备的选择依据,了解仓库常用装卸搬运设备,掌握叉车数量的计算方法。

第二节 仓储作业流程

掌握入库作业的主要环节;了解验收的概念和作用,熟悉商品验收的标准和确定抽验比例的依据;掌握商品验收内容中数量验收方法和质量验收方法,熟悉包装验收的标准和内容,了解验收中常见问题的处理;熟悉堆码的基本要求,掌握堆码占用面积的计算方法;熟悉库存商品的主要变化形式,掌握引起库存商品变化的内因和外因;掌握仓库控制温湿度的常用的相关概念,了解仓库控制温湿度的常用方法;了解盘点作业的目的,熟悉盘点作业的内容,掌握盘点方法;掌握商品出库作业的基本原则、要求,熟悉商品出库形式;掌握出库前的准备工作和出库业务程序。

第八章 商品运输

考试目的

通过本章的考试,检验考生了解、熟悉、掌握商品运输基础知识和运输组织相关知识的程度,考核考生运用这些基本知识和理论解决实际问题的能力,以提高考生对商品运输重要性的认识。

考试内容

第一节 商品运输概述

了解运输的概念和作用,掌握运输要素,熟悉不合理运

输的表现形式,掌握合理运输应遵循的基本原则;了解运价的概念,熟悉运价制定的策略,掌握制定运价应考虑的因素。

第二节 商品运输组织

了解各种运输方式的优缺点,掌握运输方式选择的依据;掌握承运人选择的依据;熟悉编制商品运输计划的依据,掌握编制商品运输计划的原则,了解商品运输计划的种类;掌握商品发运方式,熟悉商品发运的业务流程,了解商品发运承托双方的主要职责;了解运价种类,熟悉运价规则,掌握各种运输方式商品运输费用的计算规则和步骤。

第九章 商品销售

考试目的

通过本章的考试,检验学生对商品销售一般过程和方式的掌握情况以及对商品销售业务本质和基本原则的了解。此外,还要求学生掌握促销实质及常用促销手段的运用以及促销组合决策的基本内容,以提高学生运用这些知识和技能解决实际问题的能力。

考试内容

第一节 商品销售概述

了解企业商品销售业务的本质和商品销售的基本原则;熟悉商品销售的一般过程包含的步骤,掌握制定销售计划、制定销售策略的内容以及待销商品的概念和来源;掌握按照不同角度划分的几种商品销售方式以及每种方式的具体内容。

第二节 促销与促销工具

掌握促销概念以及促销的实质;掌握促销与其他市场营销活动的不同,熟悉企业促销目标;掌握四种主要促销工具的概念;熟悉人员推销的优缺点,人员推销的基本形式和推销对象;熟悉人员推销的基本策略;掌握广告的分类及应用

以及选择广告媒体时应考虑的因素;熟悉并能正确运用常用的销售促进工具;掌握销售促进决策过程包含的主要步骤及其内容;熟悉公关宣传活动的几种主要方式。

第三节 促销组合决策

掌握促销组合的概念和促销决策的目标。了解促销预算确定的内容,掌握确定促销组合时需要考虑的各种因素,并能正确地分析与应用。

第十章 商品价格

考试目的

本章考试的目的是让考生掌握商品价格的理论基础、商品价格及其构成,了解影响商品价格的因素;掌握商品定价的目标,了解商品定价程序,熟练选择适当的定价方法,密切注视市场动态,适时地调整 and 变化商品价格;掌握如何根据市场的变化来选择和运用合适的定价策略。

考试内容

第一节 商品价格概述

掌握商品价格的理论基础:价值价格理论、供求价格理论以及价值规律和供求规律的相互关系;掌握商品价格构成的相关内容;了解商品价值构成和商品价格构成的关系和我国的商品价格体系。

第二节 商品定价的目标

了解影响商品价格的各种因素;掌握商品定价的目标:利润目标、市场占有率、竞争目标、产品质量领先目标、生存目标和渠道目标。

第三节 商品定价的方法和程序

熟悉商品定价的各种方法:包括成本定价法、需求导向定价法和竞争导向定价法。并掌握各种定价方法中的具体方

法。了解商品定价的程序：明确目标市场、分析影响产品定价的因素、确定定价目标、选择定价方法和最后确定价格。

第四节 商品定价和调价策略

掌握商品定价策略：新产品定价策略、阶段定价策略、心理定价策略、折扣定价策略、地理定价策略及产品组合定价策略；熟悉新产品定价策略的三种形式；掌握阶段定价中不同阶段的特征和定价策略；掌握心理定价的主要形式，熟悉各种形式的涵义；掌握各种不同折扣定价的形式；熟悉地理定价策略的涵义；掌握系列产品定价、互补产品定价、互替产品定价的主要形式；掌握价格调整策略中的主动调整价格和被动调整价格策略的使用条件以及应该注意的相关问题。

第十一章 商品流通合同管理

考试目的

通过本章的考试，检验考生对商品流通合同管理的有关内容、合同当事人权利义务及责任等知识的了解、熟悉和掌握程度，以提高考生应用商品流通合同管理有关内容，以及解决实际工作中发生的具体问题的能力。

考试内容

第一节 买卖合同

了解买卖合同特征和分类，熟悉买卖合同主要内容，掌握买卖合同当事人的权利、义务、标的物权属转移及风险承担，掌握买卖合同解除的规定。

第二节 运输合同

熟悉运输合同的特征和种类，了解货运合同的特征，掌握货运合同当事人的权利义务；熟悉多式联运合同的概念和特征，掌握多式联运单据，掌握多式联运合同中承运人的责任。

第三节 仓储合同

了解仓储合同的特征、仓储合同及仓单的主要内容；掌握仓单的效力及其与仓储合同的关系；掌握仓储合同当事人的权利、义务与责任。

第四节 合同争议的防范和解决

熟悉合同争议防范措施，掌握合同争议解决方法。

第十二章 商品流通的会计核算

考试目的

通过本章的考试，检验考生了解、熟悉和掌握商品流通的会计核算基本知识和基本理论，以提高考生综合运用有关理论知识分析和解决实际工作问题的能力。

考试内容

第一节 商品采购的会计核算

掌握商品采购的入账时间，熟悉影响商品采购成本的因素；掌握商业折扣、现金折扣、购货折让的概念及计算；熟悉购货费用的内容及其与商品采购成本的关系；了解税金与商品采购成本的关系。

第二节 商品销售的会计核算

掌握商品销售收入确认的条件；熟悉特殊销售商品业务收入的确认时间及条件；熟悉商品销售收入的计量；掌握商品销售成本的核算方法；了解个别计价法；熟悉加权平均法、移动加权平均法、先进先出法；掌握毛利率法和售价金额核算法。

第三节 商品储存的会计核算

掌握商品数量的盘存方法；熟悉定期盘存法和永续盘存法；了解两种盘存方法的优缺点；熟悉商品清查；了解商品的转销；掌握商品的期末计价方法；熟悉成本与可变现净值