



DAXUESHENG JINGJI YU
GUANLI SUZHI JIAOYU

LILUN YU SHIWU

大学生

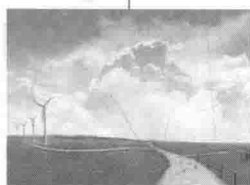
经济与管理素质教育

理论与实务

主 编 ○ 惠宏伟 张 艳 杜玉英 张 颖
副主编 ○ 刘光军 夏玉林 杜 华 刘海燕
主 审 ○ 程 夏



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press



DAXUESHENG JINGJI YU
GUANLI SUZHI JIAOYU
LILUN YU SHIWU

大学生

经济与管理素质教育

理论与实务

常州大学图书馆

藏书章

主 编 ○ 惠 伟 张 艳 李 玉 英 张 颖
副主编 ○ 刘 光 军 夏 玉 林 杜 华 刘 海 燕
主 审 ○ 程 夏



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

大学生经济与管理素质教育理论与实务/惠宏伟,张艳,杜玉英,张颖主编. —成都:西南财经大学出版社,2016.6

ISBN 978-7-5504-2004-5

I. ①大… II. ①惠…②张…③杜…④张… III. ①经济管理—高等学校—教学参考资料 IV. ①F2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 146248 号

大学生经济与管理素质教育理论与实务

惠宏伟 张 艳 杜玉英 张 颖 主 编

刘光军 夏玉林 杜 华 刘海燕 副主编

责任编辑:刘佳庆

助理编辑:傅倩宇 涂洪波

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街55号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028-87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	185mm×260mm
印 张	12.25
字 数	280千字
版 次	2016年6月第1版
印 次	2016年6月第1次印刷
印 数	1—3000册
书 号	ISBN 978-7-5504-2004-5
定 价	29.80元

1. 版权所有,翻印必究。

2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

前言

为全面贯彻国民经济和社会发展“十二五”规划纲要，进一步提升高等学校办学质量和办学效益、促进高等教育事业健康发展，进一步落实《教育部、财政部关于实施高等学校本科教学质量与教学改革过程的意见》《教育部关于进一步深化本科教学改革全面提高教学质量的若干意见》《国家中长期教育改革和发展规划纲要》等文件精神，结合目前高校发展素质教育的实际情况，特编写这本经管类素质教育教程，以期对促进高校素质教育发展有一定帮助。

本书特别注重理论与实际的联系，创业模拟和模拟经营两部分使用专业的教学软件辅助教学，可操作性强，可供高等院校所有的文科和理科类专业进行素质教育教学参考和使用。

本书共四篇，分别为创业模拟、模拟经营、招投标模拟实训和会计基础四个部分，各部分相互独立。

本书由惠宏伟副教授主持，并与张艳、杜玉英、张颖共同编著。具体分工情况如下：惠宏伟副教授负责全书的总体设计和审核统稿，并编写第二篇；杜玉英编写第一篇；张颖编写第三篇；张艳编写第四篇。同时邀请成都理工大学工程技术学院经济系主任、成都理工大学工程技术学院经济管理实验教学中心主任程夏教授担任主审。

本书得以出版，感谢经济管理实验教学指导委员会及各位专家的支持，感谢经济管理实验教学中心同仁的帮助，感谢西南财经大学出版社的辛勤劳动！

由于编者水平和时间有限，书中难免有疏漏甚至错误之处，敬请使用者提出宝贵意见！

编 者

2016年6月

目 录

第一篇 创业模拟

第一章 撰写创业计划书.....	(3)
第一节 创业计划书正文概要	(3)
第二节 创业计划书的关键问题	(5)
第二章 创业运营执行书.....	(6)
第一节 项目研发	(6)
第二节 商业化筹备	(8)
第三节 市场营销	(10)
第三章 公司设立.....	(12)
第一节 注册登录	(12)
第二节 创业指导	(15)
第三节 公司设立流程	(16)
第四章 补充知识.....	(33)

第二篇 模拟经营

第一章 企业模拟经营简介	(37)
第一节 企业模拟经营物理沙盘简介	(37)
第二节 组织准备工作	(38)

第二章 模拟企业基本情况描述	(40)
第一节 企业背景	(40)
第二节 产品市场的需求预测	(40)
第三章 企业运营规则	(45)
第四章 企业运营系统操作	(51)
附件一：年度经营记录表	(62)
附件二：综合费用、利润表和资产负债表	(66)
附件三：贷款登记表	(68)
附件四：产品生产登记表	(69)
附件五：原材料采购登记表	(70)
附件六：订单记录表	(71)
附件七：应收账款登记表	(72)

第三篇 招标投标模拟

第一章 招标投标的基础知识	(75)
第一节 招标投标的概念	(75)
第二节 招标投标的特点	(75)
第三节 招标方式	(76)
第四节 招标投标的基本程序	(78)
第二章 招标投标模拟实训	(80)
第一节 招标公告和投标邀请书的编制	(80)
第二节 资格审查	(81)
第三节 招标文件的构成和编制	(82)
第四节 投标文件的编制	(87)

第三章 招标投标模拟实训组织与实施	(94)
第一节 发布招标公告、编制招标文件	(94)
第二节 案例讲解	(98)
附表1 招标文件	(104)
附件2 投标文件的编制	(115)

第四篇 会计基础

第一章 科目汇总表账务处理程序	(129)
第二章 会计要素与会计等式	(150)
第一节 会计要素	(150)
第二节 会计等式	(159)
第三章 账户与复式记账	(163)
第一节 会计科目与账户	(163)
第二节 借贷记账法	(168)
第四章 会计凭证	(179)
第一节 会计凭证概述	(179)
第二节 原始凭证	(180)
第三节 记账凭证	(185)
参考文献	(190)



第一篇 创业模拟

第一章 撰写创业计划书

创业计划是创业或企业的蓝图，是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。创业计划书有别于项目建议书或项目可行性研究报告，要求对项目进行全面的阐述，需要突出市场空间和投资回报。

一份完整的创业计划书应包括封面、扉页、目录、正文和附录。

(1) 封面。标题：××公司（或××项目）商业（创业）计划书，标题应体现核心主题，使人一目了然。时间：××年××月××日。封面是创业计划书的“脸面”，最好能独立成页。

(2) 扉页部分主要有上下两部分内容。上半部分提出保密要求，或提供机构简介（便于阅读者对机构进行初步的了解），这些内容可以根据具体情况进行适当的修改或删除，有时也可以省略不写；下半部分提供机构的联系方式，如机构名称、地址、网址、邮编、负责人或联系人的姓名、电话、传真等信息，以便于阅读者（投资者、合作者）调查核实公司情况并及时与策划者取得联系。

(3) 目录。目录是当正文完成后，点击工具栏“插入”目录自动生成。

(4) 正文。

(5) 附录。附录可有附件、附图、附表3种形式。主要内容包括：①公司相关的资质材料。例如：营业执照复印件；公司章程；经营团队名单及简介；产品说明书和相关资料；产品专利相关资料；宣传材料。②生产、技术和服务相关的技术资料。例如：设备清单；产品目录；工艺流程图；技术图纸与方案。③市场营销相关资料。例如：主要客户名单；主要供应商和经销商名单；市场调查和预测资料，产品相关资料。④财务相关资料。例如：各种财务报表，现金流量预测表；资产负债预测表以及公司利润预测表。

下面就创业计划书的正文部分进行详细说明。

第一节 创业计划书正文概要

一、计划摘要

对整个计划书内容的总体说明，描述全部计划的基本框架。

二、公司简介

对创办企业的整体情况进行介绍,包括公司经营内容、宗旨、战略、产品、技术、团队等各个方面,重点阐述公司的整体优势与经营目标,可以分别从公司简介、公司宗旨、经营目标、产品优势、管理团队等方面分别加以详细阐述说明。

三、市场分析

创办企业对即将进入的目标市场的整体情况、现状规模、发展趋势以及目标市场的客户需求分析,比如市场情况介绍、目标市场分析、顾客需求分析。

四、竞争分析

分析市场竞争形势,可以分别从竞争对手分析、市场竞争策略、竞争优势分析等方面进行详细的阐述和说明。

五、产品服务

介绍企业的产品或服务及对客户的价值。对市场上的同类产品进行对比分析,阐述公司产品与服务的特色及优势。可以分别从以下几个方面加以详细阐述和说明:产品发展规划、研究与开发、生产与运输、实施与服务。

六、市场营销

介绍企业所针对的目标市场、营销战略、竞争环境、竞争优势与不足。可以分别从以下几个方面进行详细阐述和说明:市场开发策略、产品定位分析、产品定价策略、渠道网络建设、广告宣传策略、营销团队建设。

七、财务计划

公司需要融资的规模及投入使用计划,并对未来几年的收益进行预测,分析投资回报情况,并列出预计的财务报表。如资金需求说明、资金投入计划、投资收益预测、预计利润表。

八、风险分析

对公司运营过程中可能遇到的各类风险进行说明,并说明如何应对各种可能出现的风险情况,如市场与竞争风险、产品与技术风险、财务风险、管理风险、政策风险。

九、内部管理

对公司内部管理的各方面工作进行说明,如公司组织结构、公司管理制度、人力资源计划、内部激励方案。

第二节 创业计划书的关键问题

撰写创业（商业）计划书时，尽可能地回答清楚以下问题：

- (1) 你的管理团队拥有什么类型的业务经验？
- (2) 你的管理团队中的成员有成功者吗？每位管理成员的动机是什么？
- (3) 你的公司和产品如何进入行业？
- (4) 在你所处的行业中，成功的关键因素是什么？
- (5) 你如何判定行业的全部销售额和成长率？
- (6) 对你公司的利润影响最大的行业变化是什么？
- (7) 和其他公司相比，你的公司有什么不同？
- (8) 为什么你的公司具有很高的成长潜力？你的项目为什么能成功？
- (9) 你所预期的产品生命周期是什么？
- (10) 是什么使你的公司和产品变得独特？
- (11) 当你的公司必须和更大的公司竞争时，为什么你的公司会成功？
- (12) 你的竞争对手是谁？
- (13) 和你的竞争对手相比，你具有哪些优势？
- (14) 和你的竞争对手相比，你如何在价格、性能、服务和保证方面和他们竞争？

你的产品有哪些替代品？

- (15) 如果你计划取得市场份额，你将如何行动？
- (16) 在你的营销计划中，最关键的因素是什么？
- (17) 你的广告计划对产品的销售会是怎样的影响？
- (18) 你认为公司发展的瓶颈在哪里？
- (19) 可供投资人选择的退出方式是那些？
- (20) 请说明为什么投资人应该投资贵企业而不是别的企业？
- (21) 管理团队有哪些优势与不足之处？
- (22) 公司的人才战略与激励制度？

在撰写创业计划书对于市场容量的估算、未来增长的预测的数据最好是来源于中立第三方的调查或研究报告或者是可信度高、已经证实的数据为中心，避免自行估计。对于特殊市场，在预估时则力求保持客观中肯的态度，以免有“自吹自擂”之嫌，令人不能信服。

第二章 创业运营执行书

创业计划书（商业计划书）主要是给投资商描述你的现状和未来。而创业运营执行书是执行当下的创业项目，创业过程中是需要我们“执行”的过程，“不落地的行动”将使我们走弯路甚至消耗光我们的资金和斗志，制订详细的执行计划，将有效提升创业过程的“掌控力”，增大成功的概率。创业运营执行书包括以下三个步骤：项目研发、商业化筹备、市场营销。

第一节 项目研发

项目研发阶段是个人创业能力与团队创业能力成长、塑造的过程，可以从新项目研发概要和项目研发执行计划进行细化。

一、新项目研发概要

新项目研发包括以下几个方面：

（1）确定项目的名称，确定由谁来对此项目负责即项目总负责人，确定哪些人来参与执行此项目即项目参与执行人，项目参与人或研发团队的合作文件。

（2）这一项目研发的内容到底是什么。必须明确新项目（产品或服务）研发的目的、研发的意义、研发这一新项目有什么市场价值。如果研发成功，此项目的最终状态是什么样的。

（3）新项目（产品或服务）的顾客群是谁，是否有市场调研的原始文件及科学合理的分析报告。这一新项目到底有什么独特之处，研发大概需要多长时间，需要在什么样的环境中进行即研发实施的地点。要想研发成功此产品，需要哪些硬件条件，需要哪些政策支持，需要多少经费投入；同时经费如何分配，如前期投入多少、中期投入多少、中期或者后期还需要投入多少等。

二、项目研发执行计划

当明确了上述的目的、意义且条件较成熟时，项目研发开始进入执行阶段。执行计划的工作流程：资料准备—研发—测试—反馈—改进—应用。同时项目执行计划每阶段还需要进一步细分每个阶段的主项目、子项目以及相应的完成时间、负责人和执行情况，这些都需要详细记录，见表 1-2-1。

表 1-2-1

项目研发执行计划表

序号	主项目	子项目	完成目标	时间进度	负责人	执行情况
1.	资料准备					
1-1	例：研发资料					
1-2	例：研发设备					
2.	项目研发					
2-1	例：研发进度记录					
3.	测试					
3-1	例：测试样本记录					
3-2						
4	改进					
4-1	例：改进建议收集					
4-2	例：改进事项					
5.	应用					
5-1	例：应用案例记录					
5-2	例：照片记录					
5-3	例：问卷收集					
6.	产品升级与新产品研发计划					
6-1	例：升级产品					
6-2	例：新产品					
6-3	例：增值服务开发					
7.	OEM 代工（适合于物理产品类企业）					
7-1	例：OEM 代工伙伴					
7-2	例：OEM 代工成本					
8.	创业建议					
8-1	例：运营人才资源筛选					
8-2	例：创业政策收集					
8-3	例：人脉关系开拓					
8-3	例：创业课程学习					

注：此表中的项目可以根据实际需要增加或者删除。

第二节 商业化筹备

项目研发完成后，需要将其商业化，才会产生价值。在正式的商业化之前是商业化筹备阶段，商业化筹备阶段是将团队能力转变为企业能力的过程。

一、工作概述

商业化筹备需要明确总负责人、团队参与成员、对商业化目标市场的预测（最好是量化的指标），商业化的执行人是否为研发人员。如果不是，那么需要明确项目商业化执行人与研发人的关系，考察是不是以股东合作的方式来运作此项目。如果是以股东合作的方式运作此项目，那么需要核心股东签署合作文件，明确各自所占股权，然后确定是否需要登记注册成立一家公司。如果需要，谁去办理公司注册流程，明确哪些是管理层，管理层的薪酬如何，如果招聘一般员工，则需要确定一般员工的薪酬制度。

二、商业化执行计划

如何使产品或服务这一新项目产生价值，执行商业化是关键。商业化执行可以细分为团队建设、项目文案撰写、市场开拓准备、资源整合、壁垒建设、启动资金几个重要方面；每个主要的方面有其主项目、子项目以及每个项目对应的完成目标、完成的时间进度以及相应的负责人和执行情况的详细记录，见表 1-2-2。

表 1-2-2 商业化执行计划表

序号	主项目	子项目	完成目标	时间进度	负责人	执行情况
1.	团队建设					
1-1	例：团队搭建					
1-2	例：团队培训					
1-3	例：合作机制方案					
2.	项目运营文案撰写					
2-1	例：销售文案					
2-2	例：公司文案					
2-3	例：管理运营文案					
3.	市场开拓准备					
3-1	例：市场分析					
3-2	例：深度客户调研					
3-3	例：营销策略					

表1-2-2(续)

序号	主项目	子项目	完成目标	时间进度	负责人	执行情况
3-4	例：客户信息收集					
3-5	例：营销计划					
3-6	例：寻找合作伙伴					
4.	资源整合					
4-1	例：政策资源					
4-2	例：社会资源					
4-3	例：信息资源					
4-4	例：人脉资源					
5.	壁垒建设					
5-1	例：专利版权申请					
5-2	例：技术壁垒					
5-3	例：品牌壁垒					
5-4	例：战略壁垒					
6.	启动资金					
6-1	例：自筹资金					
6-2	例：帮扶资金筹集					
6-3	例：财务制度建立					
6-4	例：盈亏平衡控制					
7.	企业建设					
7-1	例：融资计划					
7-2	例：办公场地					
7-3	例：办公设备采购					
7-4	例：成本控制					
8.	商业模式构建 ★重要工作					
8-1	例：商业模式设计					
8-2	例：危机管理					
9.	创业建议					
9-1	例：运营人才资源筛选					
9-2	例：创业政策收集					
9-3	例：人脉关系开拓					
9-3	例：创业课程学习					

注：此表中的项目可以根据实际情况增加或者删减。

第三节 市场营销

一、市场工作概述

新项目研发完成后，商业化筹备按照计划执行后，如果能顺利地通过市场营销将新项目推广出去，那么新项目的价值才能得到最终的体现。市场是试金石。市场营销需要有相应的总负责人、执行的团队成员，市场营销狭义上是一个销售的过程，这一个过程中的主力军是销售团队，对这一销售团队需要有相关的规章制度；同时，思考主要的营销渠道有哪些，制定出切合于这些渠道客户实际的规章制度；最后，思考清楚是否需要其他合作伙伴来共同开拓市场，如果需要，则必须与合作伙伴签署合作文件。

二、市场营销执行计划

市场营销主要的工作内容确定清楚后，如何来执行市场营销的工作计划呢？下面是市场营销执行计划的主要工作模块：营销战略制定、推广计划、销售计划，落实每个工作中的主项目、子项目、时间进度、负责人及执行情况，见表 1-2-3。

表 1-2-3 市场营销执行计划表

序号	主项目	子项目	完成目标	时间进度	负责人	执行情况
1.	营销战略制定					
1-1	例：营销战略会议					
1-2	例：营销战术					
1-3	例：价格制定					
2	推广计划					
2-1	例：推广计划					
2-2	例：广告、促销					
2-3	例：营销事件					
3.	销售计划					
3-1	例：终端客户开发					
3-2	例：渠道客户开发					
3-3	例：销售团队建设					
3-4	例：销售团队培训					
4.	售后服务					
4-1	例：售后服务规定					