

四川省高等教育自学考试

經濟管理类开考
專業各門課程 考試大綱

第二輯

四川省高等教育自学考试委员会 编
西南财经大学

西南财经大学出版社

四川省高等教育自学考试

經濟管理类开考
專業各門課程 考試大綱

第二輯

四川省高等教育自学考试委员会
西南财经大学 编

西南财经大学出版社

一九八六年·成都

四川省高等教育自学考试

经济类 工商管理专业

第 一 册

四川省高等教育自学考试委员会
四川省新华书店发行

四川省高等教育自学考试

经济管理类开考 考试大纲 专业 各 门 课 程

西南财经大学出版社出版 (成都光华村)

四川省新华书店发行 西南财经大学印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 印张 14.5 字数 315千

1988年9月第一版 1988年9月第一次印刷

印数：1—9,000册

书号：7479·1

定价：2.20元

說 明

《经济管理类专业各门课程自学考试大纲》是根据四川省高等教育自学考试计划的要求，参照全日制普通高等学校经济管理类专业有关课程的教学大纲编写的。它规范了各门课程的基本要求和内容，是指导自学和统一考试范围的重要依据。

鉴于学术界对各学科的某些内容争论较多，不少问题目前尚无公论，望在使用大纲过程中密切联系实际，吸收四化建设中的新经验，不断充实和更新它的内容。

本辑包括《工业企业管理》、《商业企业管理学》、《基本建设会计学》、《商业会计学》、《农业会计学》、《预算会计》、《工业会计》、《中国工业经济管理》、《工业企业生产管理》、《工业企业经济活动分析》、《商业企业经济活动分析》及《社会主义货币银行学》等十二门课程的大纲。

限于我们的水平，大纲中难免有疏漏和不妥之处，敬请读者指正。

大 纲 顺 序

1. 工业企业管理·····	1
2. 商业企业管理学·····	32
3. 基本建设会计·····	69
4. 商业会计学·····	107
5. 农业会计学·····	152
6. 预算会计·····	190
7. 工业会计·····	232
8. 中国工业经济管理·····	272
9. 工业企业生产管理·····	324
10. 工业企业经济活动分析·····	375
11. 商业企业经济活动分析·····	409
12. 社会主义货币银行学·····	425

《工业企业管理》自学考试大纲

第一章 概 论

一、企业的特征和任务

我国社会主义工业企业是以生产资料社会主义公有制为基础、从事工业生产经营活动的相对独立的经济组织，是自主经营、自负盈亏的社会主义商品生产者和经营者，是具有一定权利和义务的法人。

从生产力和生产关系两方面去考察，我国社会主义工业企业具有三个基本特征：

（一）现代工业的生产技术特征。即采用机器体系进行生产，有系统地运用现代科学技术；劳动分工精细，协作严密；生产过程有高度的比例性和连续性；同外界有着广泛而密切的联系。

（二）社会主义性质。即生产资料属于全体劳动人民或部分劳动者集体，职工成为企业的主人；企业生产经营的目的是为了满足社会日益增长的需要，服从国家计划指导；实行“各尽所能、按劳分配”的社会主义分配原则；建设社会主义的物质文明和精神文明。

（三）在国家统一领导下的相对独立经营。根据生产资料的所有权与经营权可以适当分离的原则，社会主义全民所有制企业同集体所有制企业一样，具有相对独立性，既服从国家统一领导，对国家承担责任，又享有一定的经营自主权和独

立的经济利益，实现责任、权力和利益相结合。

我国工业企业的根本任务是：在不断提高生产技术、劳动生产率和经济效益的基础上，全面完成国家下达的指令性计划任务，为社会提供工业产品和劳务，为国家积累资金，为满足社会需要做出贡献。

工业企业应当实行经营责任制。经营责任制是工业经济责任制的一个环节。为了增强企业的活力，国家对全民所有制工业企业的责任、权力和利益分配形式，已经作出原则的规定。

二、企业管理的性质和职能

工业企业管理就是对企业的生产经营活动进行计划、组织、指挥、监督和调节。企业管理是社会化大生产的客观要求。社会主义企业管理之所以必要，是因为：（一）它是进行工业生产经营活动的必要条件；（二）它是促进科学技术发展的有力武器；（三）它是培养又红又专的职工队伍的重要保证；（四）它是维护和完善社会主义生产关系的必要手段。

企业管理的性质是二重的：一方面，它是进行社会化大生产的必要条件，是社会劳动过程的一般要求，由此形成管理的自然属性；另一方面，它又是社会生产关系的体现，是实现生产目的的重要手段，由此形成管理的社会属性。认识企业管理的二重性，有助于从社会属性方面划清社会主义企业管理与资本主义企业管理的界限，又从自然属性方面学习和借鉴资本主义企业管理中对我有用的科学部分。

工业企业管理的职能是：计划，组织，指挥，监督，调节。

企业管理工作的内容，各部门、企业有所不同，而且随着生产的发展和管理水平的提高而发生变化。

三、企业领导制度

我国工业企业领导制度有一个发展变化过程。

实行厂长（经理）负责制，是企业领导制度的重大改革。厂长（经理）负责制，就是厂长（经理）对企业的生产经营和行政管理全权负责。厂长（经理）是企业这个法人的代表。

厂长（经理）对国家、社会和本企业职工承担一定的责任。厂长（经理）拥有一定的权力。厂长对企业生产经营活动必须实行集中统一的指挥，在作出重大决策时，事先要听取各方面的意见，集思广益。

实行厂长（经理）负责制，关键在于选配好厂长，要不断提高厂长（经理）的素质。

实行厂长（经理）负责制，必须切实加强职工民主管理。民主管理是社会主义企业的本质特征。

职工代表大会是企业职工民主管理的基本形式。职工代表大会拥有一定的职权。要发挥职工代表大会的作用，必须充分发扬民主，发挥职工群众的主人翁责任感和当家作主的积极性；必须提高职工代表大会的工作质量，健全必要的组织制度和民主程序。

企业中党的组织要积极支持厂长（经理）行使统一指挥生产经营活动的职权，保证和监督党和国家各项方针政策的贯彻执行，加强企业党的思想建设和组织建设，加强对企业工会、共青团组织的领导，做好职工思想政治工作。

四、企业组织机构和规章制度

为了保证厂长（经理）对企业生产经营活动实行集中指挥，必须建立统一的、强有力的、高效率的生产指挥和经营管理系统，设置必要的组织机构。

建立组织机构应遵循的基本原则是：统一领导，分级管理，主要管理权力集中厂部（公司或总厂）；按管理业务性质建立职能机构，分工协作，加强横向联系；从企业实际情况出发，服从生产经营需要；精简节约，提高工作效率。

企业组织机构的形式有：直线——职能制；事业部制；矩阵式组织。

企业的规章制度，规定着职工在共同劳动中应当执行的工作内容、工作程序和工作方法，是职工行动的规范和准则。建立健全合理的规章制度，是社会化大生产的客观要求，又是调动职工积极性的手段。

企业规章制度大体可分为基本制度、工作制度和责任制度三类。建立以承包为主的多种形式的经济责任制，是增强企业活力、提高职工责任心和充分发挥他们的积极性的必要措施。要从企业实际出发，在实践中逐步创造出适合自己情况的具体形式。

参 考 资 料

1. 《工业企业生产经营管理》，企业管理出版社1983年版，第一篇第一、二、四章。
2. 《业工企业管理》上册，中国财政经济出版社1981年版，第一、二、三章。

第二章 经营与决策

一、经营与经营管理的意义

我国社会主义经济是建立在生产资料公有制基础上的有计划的商品经济。全民所有制的工业企业应成为自主经营、自负盈亏的社会主义商品生产者和经营者，应特别重视经营。

企业经营有广义和狭义之分。广义的经营是指企业为实现其目标，适应外部环境的变化所进行的全部经济活动，是指企业供、产、销活动的总体。狭义的经营则是从广义的经营中把生产活动划分出去以后的经营活动，主要是指市场调查预测、产品销售（包括销售技术服务和信息反馈）、物资供应、有关竞争的活动、资金的筹集和运用、技术改造和设备更新等。

经营管理就是对经营活动的管理。由于经营有广义和狭义的不同，经营管理也有广义和狭义之分。广义的经营管理是指企业全部经济活动的管理，包括生产活动的管理在内。狭义的经营管理则是对狭义的经营活动的管理，而不包括生产管理。

我国长期实行高度集中的经济体制，企业只抓生产，不讲经营，不问市场，这种企业管理属于单纯生产型管理。在开始改革经济体制以后，企业开始成为在国家统一领导下相对独立经营的经济实体，既抓生产，又抓经营，面向市场和用户，企业管理逐步转变为生产经营型管理。企业管理的转

型，是我国社会经济条件发展变化的必然产物，给企业带来了活力。企业经营和经营管理的地位将日益重要。

二、经营思想

企业经营思想就是企业从事生产经营活动的指导思想，办企业的指导思想。

我国社会主义企业正确的经营思想可概括为下列观念：

（一）全局观念。即服从国家统一领导，认真执行国家制定的方针、政策、法令、计划，正确处理企业与国家、与兄弟企业之间的关系。

（二）自主观念。即在服从国家统一领导之下，主动积极地从事生产经营活动，谋求最好的经济效益，努力为国家多做贡献。

（三）市场观念。即面向市场和用户，按照市场需要组织生产，全心全意地为用户服务。

（四）竞争观念。即要敢于竞争，善于竞争，努力提高竞争能力，扬长避短，使自己的产品和经营方式具有某种特色。

（五）效益观念。即千方百计提高企业经济效益，把速度同效益统一起来，企业经济效益同社会效益统一起来。

（六）开拓观念。即着眼于未来，加强产品、人才、技术、管理、市场等各方面的开发，不断进取，勇于创新，满足社会需要，促使企业发展壮大。

上述观念相互联系，相互促进，其中第一项是根本，统率其它几项。这些观念应使企业全体职工都明确，并付诸实际行动。

三、经营目标

经营目标就是企业生产经营活动在一定时期内预期达到的经营成果。企业应制定出总体经营目标，包括对社会的贡献目标、市场目标、发展目标、利益目标、长远目标与近期目标等。

企业的总体目标要分解为各部门、单位的目标，形成上下左右紧密联系的目标体系。

制定经营目标，建立目标体系，有着重要的作用。

制定经营目标应当遵循关键性原则、可行性原则、定量化原则、协调性原则、激励性原则和灵活性原则。

四、经营决策

决策是人们确定未来行动目标、从两个以上可供选择的行动方案中选择一个较优方案的分析判断过程。

决策的种类很多，可按不同的标准来分类。企业经营决策是企业决策的重要组成部分，是有关企业总体发展和重大经营活动的决策，往往是非程序性、非计量、风险型或非确定型决策。经营决策是否正确，常常关系到企业的成败。

经营决策过程一般按下述步骤进行：

- (一) 调查研究经营形势、外界环境与内部条件；
- (二) 明确经营问题，确定经营目标；
- (三) 研究制定可行的经营方案；
- (四) 对经营方案进行评价和选择；
- (五) 经营决策的落实和信息反馈。

经营决策应遵循的原则是：

(一) 贯彻执行国家的方针、政策、法令、制度，适应社会的限制条件；

(二) 从实际出发，认真进行可行性分析；

(三) 讲求经济效益；

(四) 发扬民主，集中群众智慧；

(五) 有勇于创新、敢于负责的精神。

经营决策的方法很多，大体可分主观决策法和计量决策法两类。前者是直接利用人们的知识、经验和能力进行决策的方法，适用于受社会经济因素影响较大的、所含因素错综复杂的综合性的战略问题，在经营决策中采用最广。后者是运用数学模型计算来决策的方法，适用于影响因素不太复杂的经营管理问题，在经营决策中可参考使用。

在确定型、风险型和非确定型三类决策中，所用的决策方法不同。风险型决策的常用方法是决策树。非确定型决策的方法有最大最小收益值法、最小最大后悔值法等。

参 考 资 料

1. 《工业企业生产经营管理》，企业管理出版社1983年版，第二篇第一、三章。

2. 《工业企业管理》上册，中国财政经济出版社1981年版，第五章第一、二节。

第三章 计划管理

一、计划管理的重要性和原则

企业计划管理就是用计划把企业的各项工作全面组织起来，通过计划对企业的生产经营活动进行有组织的领导和控制。企业实行计划管理有非常重要的意义。它是现代化大生产的客观要求、社会主义经济规律的要求、实行经济责任制的要求和提高经济效益的要求。

企业计划管理应以提高经济效益为根本出发点，自觉地遵守社会主义经济规律的要求。在实行计划管理中，需贯彻以下原则：坚持社会主义计划经济，即生产资料公有制基础上的有计划的商品经济；全面安排，综合平衡；积极可靠，留有余地；加强领导，依靠群众。

计划的种类，按时间分，可以分为长期计划、年度计划和作业计划。计划指标体系按性质可分为数量指标和质量指标两大类。

二、企业的长期计划和年度计划

长期计划是企业的远景规划。它规定企业在较长时期内的发展方向、规模和主要技术经济指标应达到的水平，是企业较长期的奋斗目标。长期计划的内容都是有关企业生产经营发展的重大问题。

企业年度计划是企业全体职工计划年度内的行动纲领。它综合安排企业的全部生产经营活动，因此，又叫年度综合

计划。应掌握年度计划的内容。

企业计划部门必须根据大量的资料，充分发动群众，采用科学的方法，经过一定的程序和反复的综合平衡编制计划。编制计划的方法，一般有定期计划法和滚动式计划法。计划的执行要作好计划指标的分解和日常调度工作。计划的控制包括事前和事后控制。

计划管理的基础工作，主要包括信息、定额、原始记录、统计工作等。

三、线性规划和网络技术在计划管理中的应用

线性规划是在一定的限制（约束）条件下，寻求某一个目标函数的最大（最小）值。当约束条件表示为线性等式或不等式，目标函数表示为线性函数时，就是线性规划问题。企业在计划工作中可用线性规划的图解法或单纯形法，求得计划的最佳（或最合理）方案，以提高经济效益。

网络技术的基本原理是：首先应用网络形式表达计划中各种工作的先后顺序和相互关系，再通过计算找出计划中关键工作和关键路线，通过不断改善网络计划，选择最优方案。网络技术可以作为一种计划手段，有效地利用人力、物力、财力最大限度地缩短工程周期，提高经济效益。

参 考 资 料

1. 《工业企业管埋》上册，中国财政经济出版社1981年版，第五章第三、四、五节。
2. 《工业企业生产经营管理》，企业管理出版社1983年版，第二篇第四章。

第四章 销售管理

一、产品销售策略

产品销售策略是企业为了实现一定的经营目标，积极开拓市场，满足用户和消费者需要，而在销售管理上所应采取的对策。

销售管理对实现企业经营目标起着重要作用。它是实现企业再生产过程的必要条件；它是提高企业竞争能力的重要措施；它是提高企业经济效益的重要手段；它是促进国民经济发展的重要途径。销售管理的任务就是搞好市场研究和预测，为企业生产提供信息，做好订货承接、销售计划的安排，积极推销产品，完成销售任务，不断提高经济效益。

企业应根据市场分片化原则确定目标市场。

市场开发策略，既包括原有市场的扩展，也包括新市场的开拓，可分为四个类型：市场渗透型，市场开拓型，产品开发型，混合型。

二、市场预测和销售计划

市场预测是在市场调查的基础上进行研究、预计、科学分析，掌握市场需求变化的规律、前景和趋势，为经营决策提供科学的依据。市场预测通常是市场调查和销售预测的总称。市场调查的内容包括：有关的社会经济情况；社会对本企业和其他企业生产的同类产品的需要；国际市场的情况。销售预测的内容主要包括：产品销售量预测；市场占有率预

测：产品销路预测。

市场预测的方法大体分为两类：一类是实际调查法，调查方式多种多样；另一类是统计分析法，即依据一定资料，运用各种数学方法进行销售预测。预测的方法很多，常用的有产品寿命周期法、时间序列法、市场占有率法等。

产品销售计划是企业有计划期销售工作的行动纲领，规定着企业在计划期的产品销售量和销售收入。应掌握产品销售量和销售收入的确定方法。

三、销售业务的组织

销售业务主要有：确定产品的销售方式；广告与推销；签订和履行销售合同；产品的包装和发运；产品的售后服务、销售反馈。

参 考 资 料

1. 《工业企业生产经营管理》，企业管理出版社1983年版，第二篇第二、五章。
2. 《工业企业管理》下册，中国财政经济出版社1981年版，第十八章。