

商业部系统中等专业学校

文 秘 专 业

教 学 大 纲

中国商业出版社

商业部系统中等专业学校

文秘专业教学大纲

中国商业出版社

商业部系统中等专业学校
文秘专业教学大纲

*

中国商业出版社出版发行
(北京复兴门内大街45号)
新华书店总店科技发行所经销
北京育才印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开10印张212千字
1991年8月 第1版 1991年8月 第1次印刷
印数1—5000册 定价: 4.35元
ISBN 7—5044—1252—X/G·91

说 明

文秘专业主要专业基础课和专业课17门课程的教学大纲已经审定，自1991年秋季开始在我部系统中等专业学校执行。也可供同专业同层次其它类型的学校参考。

本专业大纲于1989年11月在厦门召开的商业文科专业教学计划审定会上进行了部署，随后确定了每门大纲的主编人。初稿起草后，先后经过课程小组和专业大组的讨论修改，最后由商业中专教材委员会总纂，报部教育司审定。整个过程贯彻了群众路线，集中了大家的智慧，基本上反映了现阶段本门学科的水平。

本专业大纲依据1990年3月部颁教学计划制订或修订。力求吸收最新研究成果、现代管理知识和有关政策规定；力求贯彻理论联系实际的原则，加强实践性教学环节，在培养学生能力上下功夫；力求协调各门课程之间和同课程各章节之间的衔接，避免不必要的重复，做到科学化、规范化、系列化。

本专业有5门课程大纲是修订，其它为新编。新编的多属新开课，尚不成熟，故在大纲中标明“试用”字样。

本专业大纲虽经过反复讨论，但仍然难免有错误和疏漏，而且随着经济技术的迅速发展，教学内容也需要不断更新、充实和提高，希望在执行中总结经验。如有意见可告我部教育司。

中华人民共和国商业部

1991年5月24日

目 录

商业经济基础	(1)
计算技术	(23)
中国经济地理	(38)
经济法基础知识	(59)
市场学概论	(83)
电子计算机应用基础 (一)	(106)
(二)	(118)
商业会计知识	(129)
商业统计知识	(151)
商业企业管理知识	(167)
现代汉语	(184)
逻辑知识	(198)
公共关系概论	(217)
商业信息学概论	(234)
演讲与口才	(248)
应用写作	(257)
秘书学	(277)
文书与档案管理	(294)

《商业经济基础》教学大纲

一、课程性质、任务和基本要求

《商业经济基础》是中等商业学校的一门基础理论课，也是各类商业管理专业的必修课。

《商业经济基础》是以商业经济的基本理论、商业工作的基本方针政策、商业的基本业务知识为主要内容，通过紧密联系我国商业工作实践经验的教学，使学生了解商品经济的理论和商业流通的一般规律，明确社会主义商业的性质及其在国民经济中的作用；掌握社会主义商业的经营方向；懂得商业经营的原则和商业工作的方针政策。从而培养学生树立热爱社会主义商业的思想，提高分析问题和解决问题的能力。为做好商业工作，实现商业现代化打下理论基础和思想基础。

本大纲的课时是根据财会、计统、物价、商业经营等专业的教学计划要求来安排的，其它各专业可按其教学计划规定的课时并参照本大纲要求，由各校自行安排。

二、课时分配

章次	内 容	课 时					
		四 年 制			二 年 制		
		小计	讲授		小计	讲授	
一	商品交换与商业	8	8		8	8	
二	商品流通过程	8	8		8	8	
三	国内市场	6	6		6	6	
四	商品供求关系	8	8		8	8	
五	商业的组织形式与交易方式	6	6		6	6	
六	商业活动的要素	6	6				
七	商品价格	8	8		6	6	
八	商业盈利与商业经济效益	6	6		6	6	
九	商业体制	6	6		6	6	
十	商业现代化	6	6				
十一	民族贸易	4	4				
小 计		72	72		54	54	
机 动		8	8		6	6	
合 计		80	80		60	60	

三、课程内容

第一章 商品交换与商业

教学目的要求

通过教学，使学生了解商业在商品交换的历史发展过程中是怎样产生和发展的；商品交换和商业在社会再生产中的地位；商业的职能和社会经济作用；社会主义商业的性质。

第一节 商品交换的发展过程

（一）直接劳动交换和产品交换

直接劳动交换和产品交换的概念。直接劳动交换和产品交换的相互关系。直接劳动交换如何发展为产品交换。

（二）商品交换的条件

商品交换的两个条件：一是社会分工；二是劳动产品归不同所有者占有。两个条件的相互关系。历史的发展情况。

（三）商品交换形式

物物交换。以货币为媒介的简单商品交换。发达的商品交换。三种交换形式怎样在历史上发展起来的。三种交换形式的共同点和不同点。三种交换形式的现实意义。

（四）商品交换的原则

自愿让渡原则。等价交换原则。互相服务原则。

第二节 商品交换的地位

（一）社会再生产中的交换

社会再生产过程的四个环节。四个环节的基本概念和作用。交换在社会再生产过程中的中介地位。

（二）交换与生产的关系

生产决定交换。交换对生产的反作用。

（三）交换与消费的关系

消费决定交换。交换对消费的反作用。

（四）交换与分配的关系

交换与分配的区别。交换对分配的依赖。分配对交换的制约。

第三节 商业的职能与社会经济作用

（一）商业的职能

商业的职能是专门对商品交换起中介作用。商业的职能只能在流通领域履行。商业的职能具有一般性特点。要区分商业的基本职能和商业的附带职能。

（二）商业的社会经济作用

商业对生产的作用——促进、引导和组织生产。商业对分配的作用——实现、调节和参与分配。商业对消费的作用——满足、限制、刺激消费。

第四节 资本主义前的商业和社会主义商业的性质

（一）奴隶社会的商业

（二）封建社会的商业

（三）资本主义商业

（四）旧中国半封建半殖民地的商业

（五）社会主义商业存在和发展的必要性

（六）社会主义商业的性质

教学重点

从理论上分析商品交换与发展过程和阐明交换在社会再生产过程中的地位和作用。

第二章 商品流通过程

教学目的要求

通过教学，在阐明商品流通概念和商品流通理论的基础上，使学生初步掌握商品流通过程的商流、物流、信息流的基本知识。认识商品流通环节、商品流通渠道和按经济区域组织商品流通对做好商业工作的重要意义。

第一节 商品流通过程的商流、物流、信息流

商品流通的概念及其经济作用。商品流通是指以货币为媒介的商品交换运动，它是无数次交换行为的总和，贯穿于商品从生产领域到消费领域的全过程。

商品流通的经济作用：在商品经济条件下，商品流通是商品生产的前提，是实现社会生产目的的关键；商品流通在整个社会经济运动中起着联结各方的纽带作用；商品流通对于有计划地组织社会经济按比例发展有重要的调节作用。

（一）商流过程

商流过程是以货币为媒介，通过商品的购进与销售活动，完成商品价值形态的变换及其所有权转移的运动过程。是一系列的商品购进和销售的统一。

（二）物流过程

物流是指商品从生产领域进入消费领域的过程中发生的商品实体在空间上、物理上的运动。

物流过程的内容。物流过程的意义。物流过程的组织形式。

（三）信息流过程

信息流是指反映商业经济活动及其特征的各种信息，从

发出者向接收者的运动的个别过程互相交错组合而成的总体。

商品信息流的特征。信息流与商流、物流的关系。商业信息流的作用。

第二节 商品流通环节与渠道

（一）商品流通环节

商品流通环节是指商品在流通过程中停留和转手，每停留一次，便形成一个环节。

商品流通环节与商流、物流的关系。影响商品流通环节的重要因素。

（二）商品流通渠道

商品流通渠道是指商品在价值形态变换中，由生产领域进入消费领域所经过的流通环节按一定的序列联接而成的通道。

商品流通渠道与商品流通环节的相互关系。商品流通渠道的类型——直接渠道、间接渠道。主渠道和多渠道的关系。

（三）流通环节合理化与多渠道组织商品流通

流通环节的合理化与多渠道组织商品流通的意义。如何使流通环节合理化。流通环节与流通渠道的相互关系。多渠道组织商品流通的客观必然性。我国商品流通渠道的特点和依据。

第三节 商品流通时间与区域

（一）商品流通时间

商品流通时间是指商品从生产领域向消费领域转移过程中所经历的时间。

商品流通时间的构成。缩短商品流通时间的意义。

（二）商品流通的经济区域

商品流通的经济区域是一个从流通的空间去考察商品运动的经济范畴。

商品流通经济区域的形成。按经济区域组织商品流通的意义。按经济区域组织商品流通的途径和原则。

教学重点

使学生在理解商品流通基本理论的基础上，重点阐述商流、物流、信息流的意义及其相互关系。分析流通环节、流通渠道和合理安排商品流向。

第三章 国内市场

教学目的要求

使学生了解市场的形成及其功能。认识我国市场的特点和国内市场的商业形式。从而明确计划经济与市场经济相结合的指导方针。

第一节 市场的形成和特点

（一）市场的概念

市场是进行商品交换的场所。是商品交换关系的总和。市场的历史发展状况。

（二）市场的形成

市场形成的条件。市场在历史上是怎样形成和发展的。

（三）市场的功能

市场功能的市场机体具有的功能。它表现为市场机体所从事的活动。

交换功能；供给功能；信息功能。

（四）我国市场的特点

我国社会主义国内市场的特点：以生产资料公有制为主体，在国家宏观计划调控下，充分运用市场调节；在独立自主的基点上对外开放；有一个广阔的农村市场。

第二节 国内市场体系

（一）商品市场

商品市场是商品实体交换的场所，它体现着全部商品所有者同需求者之间的经济关系，是市场体系的主体。

商品市场按商品来源和用途可分为消费品市场、生产资料市场和农产品市场。

（二）劳务市场

劳务市场是提供各种形式的劳动服务的场所。

劳务市场的类型；饮食服务市场及其特点；加工修理服务市场及其特点；直接为消费者生活服务的市场及其特点；旅游服务市场及其特点；家庭特殊需要服务市场。

（三）资金市场

资金市场的概念。

资金市场的类型；资金借贷市场，证券市场，其它资金市场。

第三节 国内市场的商业形式

（一）国有商业

国有商业的性质；国有商业的特点；国有商业的地位；国有商业的作用。

（二）集体商业

集体商业的性质；集体商业的基本形式；集体商业的地位和作用。

（三）个体商业

个体商业的性质；个体商业的形式；个体商业的作用；个体商业的特点。

（四）私营商业

私营商业的性质；私营商业的地位；私营商业的作用；私营商业在社会主义条件下的发展趋势。

（五）合资商业

合资商业的性质；合资商业基本形式；合资商业的作用；合资商业的发展状况和意义。

第四节 市场竞争

（一）市场竞争的规律

市场竞争的必然性；市场竞争规律；社会主义有计划商品经济条件下竞争的性质。

（二）市场竞争的形式和内容

在社会主义条件下市场竞争形式。

市场竞争内容：商品竞争、价格竞争、服务竞争、广告竞争、宣传竞争。各种竞争是互相联系、相辅相成的。

（三）市场竞争的环境与条件

市场竞争环境——应有较完整的市场体系；必须变封闭性的市场为开放性的市场；必须积极稳妥地改革价格体系；必须实行真正的政企分开；必须建立和完善市场管理法规。

教学重点

在说明市场形成和我国市场特点的基础上，着重阐述国内市场的商业形式及其各自的性质、地位和作用。讲清楚市场竞争的性质和竞争环境。

第四章 商品供求关系

教学目的要求

在阐明商品供求规律的理论基础上，使学生明确商品供求关系的一系列概念。认识社会主义条件下供求关系的性质，基本上掌握组织、调节商品供求矛盾运动的知识，做好商品供求平衡工作。

第一节 商品的供给与需求

（一）商品供给与商品需求的含义

商品供给与需求是商品经济范畴。商品供给与需求与市场的关系。

（二）商品供求关系

商品供求的相互辩证关系。商品供求关系是商品本身内在矛盾的反映。商品供求关系体现着人与人之间的关系。社会主义制度下商品供求关系的性质。

（三）市场商品供给与需求量的形成

商品供给量的概念。市场商品供给量的形成。商品供给量的内容。正确处理社会商品资源。

市场需求量的概念。市场需求量的形成和内容。

第二节 商品供求矛盾的运动

（一）商品供求矛盾的必然性

商品供求矛盾是商品经济的必然产物。商品供求矛盾产生的原因。商品供求矛盾的主要表现。

（二）商品供求矛盾的表现形式

商品供求矛盾的表现形式。商品供求矛盾的辩证关系。

（三）商品供求矛盾运动的规律性

商品供求矛盾规律的含义。商品供求矛盾规律的主要内容。

第三节 商品供求矛盾的调节

（一）影响商品供求矛盾的因素

生产的影响；消费需求的影响；分配的影响；交换的影响；各种因素的相互关系。

（二）商品供求矛盾的调节

商品供求平衡的内容。

调节供求矛盾的主要措施，国家对商品总供给和总需求的调节；经济杠杆对商品供求的调节；商业活动对供求的调节。

教学重点

在讲清供求关系的基本概念后，着重于供求矛盾运动和调节商品供求方面的阐述。

第五章 商业的组织形式与交易方式

教学目的要求

在阐明批零分化的历史过程的基础上，使学生明确批发商业、零售商业、各种交易方式的基本知识，了解我国批零商业的概况。

第一节 商业的批零分化

（一）批零分化的历史过程

商业分为批发和零售两大组织形式是商品经济发展的客观要求，批零分化的历史过程。

（二）批零分化的经济意义

加速流通过程提高经济效益；便利生产，方便消费；完

善商业组织系统和组织形式。

第二节 批发商业

（一）批发商业的概念及其特征

批发商业是指为进一步转卖或供生产加工而专门从事批量较大的商品交易的经济形式。

批发商业的特征。

（二）批发商业的职能

组织货源；组织商品在各地的流转并承担运输、储备商品；进行商品分类编配。

（三）批发商业的组织形式

批发商业的基本组织形式。批发商业的特殊组织形式。批发商业的综合组织形式。

（四）我国批发商业网及其构成

批发商业网的组织原则和依据，我国批发商业网组织形式和构成情况。

第三节 零售商业

（一）零售商业的概念与特征

零售商业是指把商品直接卖给消费者用于生活消费和生产消费，或供应社会集团用作非生产性消费的商业组织形式。

零售商业的特征。

（二）零售商业的基本职能

完成商品最终销售；使消费得以最终实现，为广大消费者提供全面的商业服务；为生产者反馈信息；沟通生产与消费者之间的联系；引导消费、帮助消费者创造新需求。

（三）零售商业的组织形式