

<<会计学>>

图书基本信息

书名：<<会计学>>

13位ISBN编号：9787302211952

10位ISBN编号：7302211957

出版时间：2009-10

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）亨格瑞，（美）哈里森 著

页数：434

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

世纪之交，中国与世界的发展呈现最显著的两大趋势——以网络为代表的信息技术的突飞猛进，以及经济全球化的激烈挑战。

无论是无远弗界的因特网，还是日益密切的政治、经济、文化等方面的国际合作，都标示着21世纪的中国是一个更加开放的中国，也面临着一个更加开放的世界。

教育，特别是管理教育总是扮演着学习与合作的先行者的角色。

改革开放以来，尤其是20世纪90年代之后，为了探寻中国国情与国际上一切优秀的管理教育思想、方法和手段的完美结合，为了更好地培养高层次的“面向国际市场竞争、具备国际经营头脑”的管理者，我国的教育机构与美国、欧洲、澳洲以及亚洲一些国家和地区的大量的著名管理学院和顶尖跨国企业建立了长期密切的合作关系。

以清华大学经济管理学院为例，2000年，学院顾问委员会成立，并于10月举行了第一次会议，2001年4月又举行了第二次会议。

这个顾问委员会包括了世界上最大的一些跨国公司和几家顶尖企业的最高领导人，其阵容之大、层次之高，超过了世界上任何一所商学院。

在这样高层次、多样化、重实效的管理教育国际合作中，教师和学生与国外的交流机会大幅度增加，越来越深刻地融入到全球性的教育、文化和思想观念的时代变革中，我们的管理教育工作者和经济管理学习者，更加真切地体验到这个世界正发生着深刻的变化，也更主动地探寻和把握着世界经济发展和跨国企业运作的脉搏。

我国管理教育的发展，闭关锁国、闭门造车是绝对不行的，必须同国际接轨，按照国际一流的水准来要求自己。

正如朱镕基同志在清华大学经济管理学院成立十周年时所发的贺信中指出的那样：“建设有中国特色的社会主义，需要一大批掌握市场经济的一般规律，熟悉其运行规则，而又了解中国企业实情的经济管理人才。

清华大学经济管理学院就要敢于借鉴、引进世界上一切优秀的经济管理学院的教学内容、方法和手段，结合中国的国情，办成世界第一流的经管学院。

”作为达到世界一流的一个重要基础，朱镕基同志多次建议清华的MBA教育要加强英语教学。

<<会计学>>

内容概要

《会计学：第18～25章》一书介绍了管理会计的基本概念、方法和原理。第7版对全书进行了精练，将内容集中在核心概念上，为学生进入商界作好知识准备。作者在书中尽可能地采用真实的文件和案例背景，帮助学生顺利掌握管理会计知识，培养制定相关决策的专业能力。

本书可满足MBA教学需要，也可供非会计专业学生学习。

作者简介

查尔斯·T.亨格瑞，美国斯坦福大学会计学荣誉退休教授，美国会计学界和教育界享有盛誉的杰出学者，会计名人堂成员。
曾任美国会计学会会长。

<<会计学>>

书籍目录

第18章 管理会计简介第19章 分批成本法 第20章 分步成本法 第21章 本量利分析 第22章 总预算与责任会计第23章 弹性预算与标准成本 第24章 作业成本法与其他成本管理工具 第25章 特殊业务决策与资本预算 附录C 现值表 附录D 习题答案 照片索引 术语索引 公司索引

章节摘录

插图： Shift Toward a Service Economy Service companies provide health-care, communication, banking, and other important benefits to society. FedEx, Google, and Citibank don't sell products; they sell their services. In the last century, many developed economies shifted their focus from manufacturing to service, and now service companies employ more than 55% of the workforce. The U.S. Census Bureau expects services, such as technology and health care, to grow especially fast.

Global Competition To be competitive, many companies are moving operations to other countries to be closer to new markets. Other companies are partnering with foreign companies to meet local needs. For example, Ford, General Motors, and DaimlerChrysler all built plants in Brazil to feed Brazil's car-hungry middle class.

Time-Based Competition The Internet, electronic commerce (e-commerce), and express delivery speed the pace of business. Customers who instant message around the world won't wait two weeks to receive DVDs purchased on Amazon.com. Time is the new competitive turf for world-class business. To compete, companies have developed the following:

Advanced Information Systems Many companies use enterprise resource planning (ERP) systems to integrate all their worldwide functions, departments, and data. ERP systems help to streamline operations, and that enables companies to respond quickly to changes in the marketplace.

E-Commerce Companies use the Internet in everyday operations of selling and customer service. For example, a sales clerk can sell to thousands of customers around the world by providing every product the company offers 24-7.

Just-in-time Management Inventory held too long becomes obsolete. Storing goods takes space that costs money. The just-in-time philosophy helps managers cut costs by speeding the transformation of raw materials into finished products. Just-in-time (JIT) means producing just in time to satisfy needs. Ideally, suppliers deliver materials for today's production in exactly the right quantities just in time to begin production, and finished units are completed just in time for delivery to customers.

Total Quality Management Companies must deliver high-quality goods and services to stay alive. Total quality management (TQM) is a philosophy designed to provide customers with superior products and services. Companies achieve this goal by continuously improving quality and reducing or eliminating defects and waste. In TQM, each business function sets higher and higher goals. With TQM, General Motors was able to cut warranty cost from \$1,600 to \$1,000 per vehicle.

编辑推荐

《会计学(第18 ~ 25章)》：清华MBA核心课程英文版教材

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>