

<<企业内部控制规范手册>>

图书基本信息

书名：<<企业内部控制规范手册>>

13位ISBN编号：9787115281210

10位ISBN编号：7115281211

出版时间：2012-6

出版单位：人民邮电

作者：姜涛//孟庆宇

页数：881

字数：700000

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>

<<企业内部控制规范手册>>

内容概要

《企业内部控制规范手册(第2版)》对企业内部控制中的人员责任划分、事项开展流程等内容进行了详细的叙述,具体包括组织架构、发展战略、人力资源、社会责任、企业文化、资金活动、采购业务、资产管理、销售业务、研究与开发、工程项目、担保业务、业务外包、财务报告、预算、合同管理、内部信息传递、信息系统共18类内部控制工作事项的规范设计。

《企业内部控制规范手册(第2版)》适合企业构建、评估、规范、优化内部控制系统时参考使用,也适合管理咨询师、培训师、会计师、高校相关专业师生,以及其他想要掌握企业内部控制规范知识的人士阅读。

<<企业内部控制规范手册>>

作者简介

姜涛，硕士在读，会计师，具有23年的财务会计管理经验。

曾在中国石化国际事业有限公司从事进出口结算工作，曾任中国石化物资装备部（国际事业公司）财务处资金组组长、购进组组长、审核组组长、会计主管等职务，现任中国石化化工销售有限公司财务处会计主管。

孟庆宇，硕士（企业管理专业，财务管理方向），中级会计师，具备多年企业财务管理和资本运营工作经验，曾担任国药药材股份有限公司财务部会计主管、财务经理助理、黑龙江国药药材有限公司财务经理、财务总监等职务，现任中国药材公司（国药药材股份的上级公司）投资管理部资本运营主管

<<企业内部控制规范手册>>

书籍目录

第1章 企业内部控制规范——组织架构

1.1 组织架构的设计管控规范

1.1.1 组织架构设计制度

1.1.2 “三重一大”事项决策制度

1.1.3 子公司重大事项及对外披露制度

1.2 组织架构的运行管控规范

1.2.1 组织架构运行规范

1.2.2 组织架构调整办法

1.3 子公司组织架构与运行管控规范

1.3.1 子公司管理控制办法

1.3.2 母公司委派董事制度

1.3.3 母公司选任总经理制度

1.3.4 母公司委派总会计师制度

1.3.5 委派高级管理人员考核与激励制度

1.4 子公司内部稽核审计规范

1.4.1 子公司内部审计办法

1.4.2 子公司内部审计督导制度

1.5 组织架构管理相关文件资料

1.5.1 公司组织结构图示范

1.5.2 权限指引表设计示范

1.5.3 子公司内部审计报告

1.5.4 母公司委派董事考核与激励方案

1.5.5 母公司选任经理考核与激励方案

1.5.6 母公司委派总会计师考核与激励方案

第2章 企业内部控制规范——发展战略

2.1 发展战略制定管控规范

2.1.1 战略委员会工作规定

2.1.2 战略规划制定管理办法

2.2 发展战略实施管控规范

2.2.1 战略实施与监控管理制度

2.2.2 战略评估与调整管理办法

2.3 发展战略管理相关文件资料

2.3.1 战略规划书

2.3.2 授权委托书

2.3.3 战略委员会会议记录单

第3章 企业内部控制规范——人力资源

3.1 岗位责任与人员管控制度

3.1.1 岗位说明制度

3.1.2 岗位责任制度

3.2 人力资源的引进与开发管控规范

3.2.1 人员招聘制度

3.2.2 培训管理制度

3.2.3 人员保密制度

3.2.4 招聘费用管理制度

3.2.5 培训费用管理办法

<<企业内部控制规范手册>>

3.3 人力资源的使用与退出管控规范

3.3.1 强制休假制度

3.3.2 绩效考核制度

3.3.3 考核记录规定

3.3.4 薪酬管理制度

3.3.5 员工激励制度

3.3.6 年终奖发放办法

3.3.7 员工离职管理办法

3.3.8 离职成本控制制度

3.3.9 管理人员离职审计规定

.....

第4章 企业内部控制规范——社会责任

第5章 企业内部控制规范——企业文化

第6章 企业内部控制规范——资金活动

第7章 企业内部控制规范——采购业务

第8章 企业内部控制规范——资产管理

第9章 企业内部控制规范——销售业务

第10章 企业内部控制规范——研究与开发

第11章 企业内部控制规范——工程项目

第12章 企业内部控制规范——担保业务

第13章 企业内部控制规范——外包业务

第14章 企业内部控制规范——财务报告

第15章 企业内部控制规范——预算

第16章 企业内部控制规范——合同管理

第17章 企业内部控制规范——内部信息传递

第18章 企业内部控制规范——信息系统

附录1 企业内部控制基本规范

附录2 企业内部控制应用指引

<<企业内部控制规范手册>>

章节摘录

版权页：公司应确立专卖店经营“引进来，走出去”的功能定位。

专卖店不仅承担着吸引顾客到店内实现零售，还要以专卖店为根据地积极主动走出去，依托小区、家装工装渠道人员，进行多元化渠道开发，总部对应成立相应管理职能给予指导与支持，确保专卖店更好的生存与发展。

合作工厂是以铝门为基础，积极运用参股、控股、自营、合作等方式投资中国北方乃至全国相关的铝门制造及配套企业，按计划推进合作加盟发展。

在具体实施中，公司应抓住铝门市场拓展辐射面窄的契机，以北京××门业为依托，提高公司铝门业务市场占有率，完善铝门技术配套服务，进一步提升公司的综合竞争力。

(1) 巩固和发展现有公司分销渠道。

在原有铝门业务的基础上，积极拓展分销渠道，提高铝门业务的盈利水平，加快合作加盟项目的建设。

(2) 完善铝门产品结构调整，提升产品质量，增强市场竞争能力。

(3) 确保材料采购供应，积极酝酿北方铝型材厂建设项目。

(4) 完善北京××示范厂建设，力争在3个月内达标。

5. 营销服务战略 公司应不断完善服务的标准化、规范化。

公司服务战略分为两个维度，一为专卖店经营的售前、售中、售后服务；二为从订单、测量到安装的售后服务。

从售前、售中到售后为客户提供优质的服务，尤其是及时处理客户投诉及售后服务问题。

各部门有自己的服务承诺，以确保每位员工在各自的岗位上担负起应尽的职责，从而提高客户服务的标准化程度。

定期进行客户满意度调查（至少每年一次），对客户满意度、客户流失率、客户向心力、客户离心力等问题进行调查，以掌握客户需求的变化，提高公司为客户创造价值的能力；弄清消费者对现有产品的满意之处和不满意之处，了解潜在消费者没有加入消费的顾虑和问题并迅速改进与完善。

同时，将信息化系统导入客户管理，调配专业的营销服务人才组成客服团队，重视客户资源的维护、积累、开发和利用，提升客服在公司的定位，实现售前、售中监控，售后定期维护的全过程服务，随时解答客户提出的疑问，使客户服务成为公司强有力的竞争王牌，并通过客户口碑的良性循环，培养一批忠诚度较高的客户群体。

(三) 公司文化战略 1. 公司使命 以优质的内门产品和完善的服务为先导，提供系统的家居用品解决方案，搭建良好的共赢平台，通过精诚合作，铸就卓越的家居品牌。

2. 公司价值观 公司坚持精诚合作、优质服务、实现共赢的价值观。

3. 公司精神 (1) 团结协作、善始善终、行动第一。

(2) 创新务实、拼搏奋斗、成果分享。

(四) 人力资源管理战略 (1) 建立强有力的营销团队。

(2) 储备人才并做好人才梯队建设。

(3) 培养或引进一批专业的管理人才与技术人才。

(4) 规划员工的职业生涯，让老员工在公司内部岗位合理流动。

(5) 不断提升员工满意度，留住人才，创造人才。

(6) 建立科学可行的员工晋升通道，提升员工的个人价值。

(7) 健全公司薪酬及劳动保障体系，科学用人、育人。

(8) 完善组织架构，明确岗位职责，实现分工合理、高效协作。

<<企业内部控制规范手册>>

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>