

图书基本信息

书名：<<公司战略与风险管理/2010年度注册会计师全国统一考试辅导教材>>

13位ISBN编号：9787505891654

10位ISBN编号：7505891650

出版时间：2010-3

出版时间：经济科学

作者：中国注册会计师协会 编

页数：357

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

我国注册会计师全国统一考试制度创建于1991年，至今已经举办了19次考试，累计15.4万人取得了全科合格证书，为我国注册会计师行业选拔培养了大批优秀人才。

在此过程中，我们积累了丰富的考试工作经验，考试制度不断健全，社会认知度不断提高，注册会计师考试成为国内声誉最高的执业资格考试之一，并得到国际同行的广泛认可。

近年来，按照财政部领导的要求，为了深入推进注册会计师行业的科学发展，加快实现行业人才培养和选拔的国际化，建立起符合注册会计师人才成长规律和胜任能力要求并与国际趋同的注册会计师考试制度，我们在总结考试工作经验的基础上，充分借鉴国际成功经验，研究提出了《注册会计师考试制度改革方案》，并于2009年1月15日经财政部考试委员会批准发布。

考试制度改革方案主要包括三个方面：一是将注册会计师考试由一个阶段调整为两个阶段，第一阶段为专业阶段，第二阶段为综合阶段。

二是调整和补充考试内容，在近年来考试内容调整完善的基础上，充实公司战略、风险管理、内部控制等内容。

三是更加注重考生的综合应用技能，特别是第二阶段考试，整合现行考试制度有关要求，对胜任能力方面的要求进行分拆和补充，并加以整合，着重考查考生在执业环境中解决实际问题的能力。

2009年3月23日，财政部发布《注册会计师全国统一考试办法》（部长令第55号），新的注册会计师考试制度正式实施。

2009年，我们先后组织了原考试制度下的最后一次考试和新考试制度下的首次专业阶段考试，顺利实现了考试制度的平稳过渡。

2010年新考试制度全面实施，除继续举办专业阶段考试外，将首次举办综合阶段考试。

## 内容概要

《公司战略与风险管理(2010)》以考试改革为依托，主要有以下四方面特点：一是体现了《中国注册会计师胜任能力指南》和《职业会计师国际教育准则》对考生专业知识、职业技能和职业价值观，以及理解能力、分析能力和判断能力的要求；二是体现了与国际趋同的原则，力求使本教材与国际普遍认可的注册会计师考试教材相趋同，为打造中国注册会计师国际通行证起重要支持作用；三是体现了最新颁布的法律法规的重要内容和原则；四是体现了为保持并不断提高专业胜任能力对新知识、新实务的要求。

书籍目录

第一章 战略与战略管理第一节 企业战略第二节 企业的使命与目标第三节 企业战略的发展途径第四节 战略管理概述第二章 战略分析——外部环境第一节 一般宏观环境分析第二节 行业环境分析第三节 经营环境与竞争优势环境分析第四节 国际商业环境和国际化经营的概念及分析第三章 战略分析——内部资源、能力与核心竞争力第一节 战略的内部因素分析第二节 企业内部因素的分析方法及附加竞争价值第三节 SWOT分析第四章 战略选择第一节 差距分析第二节 企业战略选择第三节 战略发展方法第四节 战略评估及选择第五节 风险评估及管理的概念第六节 企业与企业的战略开发第五章 战略实施第一节 组织结构第二节 企业设计第三节 企业构型第四节 业务计划与实施内容第五节 战略实施中的领导层第六章 战略控制第一节 战略控制的过程第二节 战略控制方法第三节 变革管理第七章 财务战略第一节 财务战略的确立及其考虑因素第二节 财务战略的选择第八章 内部控制第一节 内部控制的定义和发展第二节 COSO内部控制内容的实践第三节 审计委员会的监察角色第四节 内部控制与公司治理第九章 风险管理原则第一节 风险概览第二节 风险管理的概念第三节 风险管理程序第四节 风险管理策略第五节 成本、效益和挑战第十章 风险管理实务第一节 识别、评估和应对企业面临的<sub>政治</sub>风险第二节 识别、评估和应对企业面临的<sub>操作</sub>风险第三节 识别、评估和应对企业面临的<sub>项目</sub>风险第四节 识别、评估和应对企业面临的<sub>法律或合规性</sub>风险第五节 企业面临的各种财务风险及其管理第六节 识别、评估和应对企业面临的<sub>汇率</sub>风险第七节 识别、评估和应对企业面临的<sub>利率</sub>风险第八节 对汇率和利率风险的监督与控制第九节 与财务风险及衍生金融工具相关的简单计算第十节 管理财务风险的其他方法第十一节 对影响企业财务风险的外部环境变化的管理第十一章 企业倒闭风险第一节 实务中企业在短、中期倒闭的各种迹象第二节 应对措施概览, 债务重组及公司重组第十二章 信息技术管理第一节 企业的信息需求第二节 信息技术在企业中的战略应用第三节 信息系统设计与实施第四节 与信息技术和信息系系统相关的风险控制及其管理

## 章节摘录

战略业务单位的优势是能够在不同的类似业务中找到适合自己的战略，使其更加理性、易于实现。

如果企业只是经营某一特定产品，在某一特定市场中开展业务，面对特定客户，在特定区域内经营，那么其公司战略和业务单位战略就属于同一层面，没有必要对其加以区别。

在组织的公司层面上，高级管理人员制定公司战略，以平衡公司的业务组合。

公司战略涵盖了公司的整体范围，关注在每个战略业务单位中创造竞争优势。

制定一个具有可持续竞争优势的业务单位战略，需要明确在什么市场能够取得竞争优势，什么产品或服务能够区别于竞争对手以及竞争对手可能采取的行动。

竞争战略是在战略业务单位这个层次制定的，包括如何实现竞争优势，以便最大限度地提高企业盈利能力和扩大市场份额，确定相关产品的范围、价格、促销手段和市场营销渠道等。

业务单位领导负责制定本业务单位的经营战略，支持公司战略的实现。

(三) 职能战略 职能战略在更细节的层面上运行，它侧重于企业内部特定职能部门的运营效率。

例如，研究与开发、生产、采购、人力资源管理、财务、市场营销及销售等。

各部门领导必须制定目标和规划，协调各自的职能战略，以使这些战略能够协同起来，实现公司和业务单位的战略目标。

职能战略在促进公司战略成功方面具有关键性作用。

这种作用表现在如下两个方面：一方面是职能管理要开发或者调整企业的资源和能力，以适应不断变化的公司战略和业务单位战略，这是战略成功的基础；另一方面，各项职能在其各自的领域中开发独特的资源或核心能力，为企业制定战略提供条件。

由于各部门可能只关注自己的目标和行为，因此，可能会导致各部门之间产生利益冲突，从而降低公司业绩。

例如，市场部门偏好于产品创新和差异化并以此来开拓细分市场，而生产和运营部门则更希望产品生产线能够长期稳定运行。

公司战略的作用是确保各部门或职能之间协调运转、减少冲突，以整合各部门的工作，使它们能为公司战略作出最大贡献。

图1-1总结了企业内各层次的战略，以及这些战略在支持公司战略方面的有效性。

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>