

第六章 费用预算

基础工作

- 组织结构与成本中心
- 费用预算准备工作
 - 准备预算科目说明
 - 准备费用预算模板
 - 费用预算的规范
 - 费用预算的顺序

公共费用和人员成本预算

- 公共费用预算与分摊
 - 负责公共费用的部门预算
 - 受益者承担费用原则
 - 完全成本概念与控制观
 - 公共费用的分摊标准
 - 公共费用的分摊方法
- 人员成本预算
 - 工资
 - 福利费
 - 社保费
 - 奖金
 - 加班费
- 动态人员成本预算的考虑因素

行政与管理费用预算

- 理解行政管理费用
- 管理费用预算的重要性
- 管理费用预算的内容
 - 增量预算法
 - 收入百分比法
 - 零基预算法
- 管理费用预算的方法
- 影响管理费用预算的因素
 - 管理活动的效率与效果
 - 行业的特点
 - 企业发展阶段和成熟度
 - 组织结构和经营理念
 - 预算差异分析
- 管理费用预算的控制
 - 将管理费用分摊到利润中心
 - 外包方案

市场营销费用预算

- 市场营销费用分类
 - 销售管理类的费用
 - 销售交易类的费用
 - 市场推广类的费用
 - 营销策略类的费用
- 销售管理费用预算
 - 销售管理费用预算原则
 - 销售管理费用控制方法
 - 预算控制
 - 目标控制
 - 制度控制
 - 提高效率
 - 销售管理费用控制观念 and 技巧
 - 控制经验的掌握
 - 区分费用类别
 - 借助费用报告和分析
 - 检查销售流程和效率
- 销售交易费用预算与控制
 - 销售交易费用预算方法
 - 销售交易费用控制原则
 - 销售交易费用控制方法
 - 确定销售提成奖励政策
 - 确定绩效计算的标准
 - 审核有关交易费用的真实性
 - 销售交易费用控制观念 and 技巧
- 市场推广费用预算与控制
 - 预算原则
 - 按营销部门的习惯设计预算科目
 - 建立查询和控制市场推广费用明细的台账
 - 编制市场推广费用预算的步骤
 - 市场推广费用控制原则
 - 市场推广费用控制方法
 - 市场推广费用控制观念 and 技巧
 - 动态评估预算
 - 关注舞弊行为，严格审查
 - 完善采购策略和供应商管理
 - 重大的开支要集体决策
- 营销策略费用预算
 - 营销策略费用预算
 - 营销策略费用的控制原则
 - 营销策略费用控制方法
 - 营销策略费用控制观念 and 技巧

研发部门与研发费用预算

- 研发活动的性质和重要性
 - 有机增长和外延式增长
 - 研发创造未来的利润
- 研发费用水平
 - 影响研发费用水平的因素
 - 产品生命周期
 - 行业技术水平
 - 市场定位和目标
 - 技术和产品开发风险
- 研发部门预算
 - 基础与应用研究
 - 产品开发
 - 不同类别研发活动的预算
 - 工艺和技术支持
 - 研发项目预算
 - 研发部门费用预算
 - 研发人员产能和费率预算

费用分类与控制重点

- 费用预算控制思路
- 费用增长的驱动因素
 - 业务量
 - 物价上涨
 - 提高效率
 - 业务模式
 - 固定费用
 - 可变费用
- 按费用发生目的分类
 - 常规的部门日常支出
 - 战略性支出
- 费用控制的重点
 - 适当匹配财务项目与业务项目