

《管理审计实务与案例分析》课程大纲

壹、课程主要内容

(一) 《2018 审计署关于内部审计工作的规定》解读

- (1) 内部审计的职责范围。
- (2) “职能范围”的主要变化。
- (3) 目标定位：将内部审计目标定位为“促进单位完善治理、实现目标”。

(二) 管理审计基本原理

1. 效益（管理）审计的主要步骤。
 - (1) 审查、评价企业经济效益的真实性、合法性和完整性。
 - (2) 考核企业经济效益的实现情况，具体分析：
 - (3) 评价企业经济效益的优劣。分别确认生产经营各环节经济效益的大小和综合经济效益的优劣。

(4) 提出加强管理和提高经济效益的建议和措施。

难点：效益的认定、评判标准。

问题讨论：如何制定效益的量化评判标准？

案例 1：在库存专项审计中，库存量多少为合适？

2. 管理审计目的。

案例 2：关于定价周期认定问题。

(三) 管理审计的主要内容

1. 管理过程审计。
管理过程审计案例：3-4
2. 管理部门审计。
管理部门审计案例：5-6
3. 管理制度审计。
管理制度审计的评判标准—好的管理制度的标准设计。
4. 战略管理审计。
5. 管理审计的重点。

(四) 管理审计的特点和方法

1. 管理审计的特点。
 - (1) 从过去的纠错防弊、扮演“警察”角色为主向高层次的“决策参谋、耳目、助手”方向发展。
 - (2) 从过去以真实性审计、合规性审计为主向注重效益审计方向发展。
 - (3) 从过去以财务报表为中心的财务收支审计向以内部控制为中心的财务基础审计的方向发展。
 - (4) 从过去的事后审计向事前审计、事中审计方向发展。

3. 管理审计的主要步骤

2. 管理审计的方法。

(1) “因果分析法”与“果因分析法”。

案例 7

(2) “窗帘中间拉开式”审计法。

案例 8

(3) “遵循性”审计法与“思维创新”审计法。

案例 9

(4) “高屋建瓴”审计法与“解剖麻雀”法。

案例 10

(五) 管理审计实务与案例分析

1. 管理部门审计案例分析

- 审计对策与重要启示
- 案例 11
- 2. 管理过程审计案例分析
- 审计对策与重要启示
- 案例 12
- 3. 营销管理审计案例分析
- 审计对策与重要启示

案例 13

营销管理审计：销售与收款业务内部控制目标与审计认定

营销管理审计：销售与收款业务制度遵循调查表。

4. 内部控制审计例分析

(1) 内部控制审计流程

(2) 内部控制制度审计

案例 14

案例 15

二、授课时间：一天（6小时）。