

常州工业职业技术学院

创业之旅 课程授课教案

No. 01

授课日期					
授课班级					
课 题	任务1 学习创业案例 分享创业经验				
授课类型	讲授	课时数	2		
教 学 的 目 的	了解创业者的经历，洞察创业者身上具备的共同特征和品质				
重 点 难 点	重点：创业者应具备的特征品质 难点：培养创业品质，练就创业能力				
教 具 挂 图	多媒体课件				
教学过程及时间分配	主 要 教 学 内 容				教学方法的运用
5	一、任务导入 有人说“创业是可以复制的”，因为创业成功者总是具备相同的素质、相似的方法。所以大学生可以通过研究创业成功者的创业案例，学习他们的思维方式和创新创业精神，借鉴他们的创业模式及经验，为自己未来的创业赋能。这里介绍了三位大学生创业者的真实故事，每个创业故事的时间跨度基本上都是从大学入学一直到当前创办的企业，故事内容真实地还原了他们的创业过程。请认真阅读三位大学生的创业经历，分析他们身上具备了哪些创业者的共同特点。				讲授
10	二、创业故事解读 创业故事 1：豆腐大王闫朝恒 创业，是我一辈子的奋斗目标 ——常州壹明唐食品有限公司闫朝恒 （一）创业从饰品小店开始 （二）服装经营，掘到人生第一笔大钱 （三）快递联盟，历练企业管理能力 （四）投身食品行业，成就豆腐大王 （五）摘取众多大学生创业大奖，金牌豆腐又起航				解读

教学过程及时间分配	主要教学内容	教学方法的运用
<p>10</p> <p>10</p> <p>30</p> <p>15</p>	<p>创业故事 2: 百变神通李加贵</p> <p>大学城的创业“风云人物”</p> <p>——江苏泰果电子商务有限公司创始人李加贵</p> <p>(一) 生活的艰辛, 磨练了他的创业意志</p> <p>(二) 第一桶金, 赚到 300 块钱</p> <p>(三) 一年一个项目, 创业路越走越宽</p> <p>(四) 顺应时代, 打造农产品电商航母</p> <p>创业故事 3: 业精于专王辉</p> <p>创业成就梦想, 梦想照耀他人</p> <p>——江苏橙果文化传媒有限公司创始人王辉</p> <p>(一) 勇于实践, 敢闯会创</p> <p>(二) 学源于趣, 事成于专</p> <p>(三) 历经磨练, 方成卓越</p> <p>(四) 知恩于心 感恩于行</p> <p>(五) 草根创业 逆袭成蝶</p> <p>三、小组讨论分析</p> <p>通过阅读以上三位大学生的创业经历, 你们认为他们身上具备了哪些创业者的共同特点?</p> <p>四、总结</p> <p>创业成功者的特点:</p> <p>1. 创业历程方面: 基本都是连续创业者, 而且都较早地开始创业。</p> <p>2. 个人素质方面: 都具有肯吃苦、爱拼搏、勤思考、勇创新、善沟通的个人素质。</p> <p>3. 市场机会方面: 都有敏锐的市场嗅觉和把握商机的能力。</p> <p>4. 创业资源方面: 都是白手起家, 靠自身的努力去整合、利用各种资源进行创业。</p>	<p>解读</p> <p>解读</p> <p>讨论分享</p> <p>总结</p>
<p>课外作业</p>	<p>以小组为单位, 采访创业者, 将采访成果做成视频, 在班级进行交流。</p>	
<p>课后小记</p>	<p style="text-align: right;">授课教师_____</p>	

常州工业职业技术学院

创业之旅 课程授课教案

No. 02

授课日期					
授课班级					
课 题	任务2 勇于创业实践 发挥个人特长				
授课类型	讲授	课时数	2		
教 学 的 目 的	了解创业的普遍规律，知晓大学生常见的种创业实践形式和创业途径				
重 点 难 点	重点：创业的规律 难点：创业实践能力的培养				
教 具 挂 图	多媒体课件				
教学过程及时间分配	主 要 教 学 内 容				教学方法的运用
5	一、任务导入 从三位大学生的创业故事可以看出，他们都具备了成功创业者所具备的良好品质和优秀创业素质。但俗话说得好“戏法人人会变,巧妙各有不同”，所以三位大学生的成功创业，除了共同的特点以外，更有各自独特之处。 请认真分析三位大学生的创业故事，分析他们各自的创业特点。				讲授
15	二、创业之旅，从小事做起 1. 学会单点突破，先努力做成一件事 娃哈哈的掌门人宗庆后最早从蹬着三轮车在街头推销冰棍开始 海底捞老板张勇最初从几张桌子的小饭馆起家 优衣库当年是从日本一个乡镇上的做服装小店做起 韩国三星从一个卖面条、干鱼、蔬菜的杂货店起家 2. 要学会从“小”开始积累 会做事的人，必须具备以下三个做事特点：一是愿意从小事做起，知道做小事是成大事的必经之路；二是胸中要有目标，知道把所做的小事积累起来最终的结果是什么；三是要有一种精神，能够为了将来的目标自始至终把小事做好。——新东方创始人俞敏洪				讲授 讨论
10	三、创业之能，源于不断实践 1. 唯有实践，方能成长 创业小故事：瞻瞩世纪公司创始人高文——创业就是不断去实践 2. 大学生常见的创新创业实践方式 （1）网络创业实践				讨论

教学过程及时间分配	主要教学内容	教学方法的运用
<p>20</p> <p>20</p> <p>10</p>	<p>(2) 兼职创业实践</p> <p>(3) 创业大赛实践</p> <p>(4) 加盟创业</p> <p>(5) 校企合作创业实践</p> <p>(6) 师生共创创业实践</p> <p>3. 大学生创业的主要途径</p> <p>(1) 将课业成果转化为创业实践项目</p> <p>(2) 通过创新创业社团进行创业实践</p> <p>(3) 参加创新创业训练计划</p> <p>(4) 入驻创新创业基地进行创业实战</p> <p>(5) 开展企业实习实践</p> <p>四、创业之道，创业规律下的特长发挥</p> <p>1. 闫朝恒的创业特点：直面问题，寻找方案</p> <p>(1) 校内小饰品店，提供便利购物场景</p> <p>(2) 强化供销管理，物美价廉大学生服装定制</p> <p>(3) 规范管理出效率，资源整合降成本</p> <p>(4) 现做现卖鲜豆腐，前店后厂起规模</p> <p>2. 李加贵的创业特点：敏感把握市场需求</p> <p>(1) 把握真需求，创业好项目</p> <p>(2) 电商起风口，农产新渠道</p> <p>3. 王辉的创业特点：聚焦特长，持续实践</p> <p>(1) 始创小项目就有了专业的烙印</p> <p>(2) 项目做大了更离不开专业的支撑</p> <p>五、总结三位大学生各自的创业特点</p> <p>1. 闫朝恒：善于发现生活中存在的问题，然后提出解决方案进行创业。</p> <p>2. 李加贵：能够敏锐地发现生活中潜在的需求，然后提供相应的商品满足市场需要。</p> <p>3. 王辉：借助自己的专业优势，在专业领域内创业。</p>	<p>讲授</p> <p>讲授 讨论</p> <p>总结</p>
<p>课外作业</p>		
<p>课后小记</p>	<p style="text-align: right;">授课教师_____</p>	

常州工业职业技术学院

创业之旅 课程授课教案

No. 03

授课日期					
授课班级					
课 题	任务3 理解创业过程 把握创业要素				
授课类型	讲授	课时数	2		
教 学 的 目 的	理解什么是创业？熟悉创业的基本过程。				
重 点 难 点	重点：对创业内涵的理解 难点：创业过程基本要素的把握				
教 具 挂 图	多媒体课件				
教学过程及时间分配	主 要 教 学 内 容				教学方法的运用
5	一、任务导入 前面通过阅读三位大学生的创业故事，分析出了他们在创业活动中的所表现出的相同特征和各自的创业特点。可以看出相关结论主要是围绕创业者的角度分析出来的，但在当今“大众创业，万众创新”的国家背景下，我们应该如何理解创业？另外，创业作为一项商业活动，创业过程有着怎样的规律呢？				讲授
15	二、何为创业 1. 有关创业的定义 杰弗里·A·蒂蒙斯：创业是一种思考、推理和行动的方法，为机会所驱动，要求创业者有完整缜密的实施方法和讲求高度平衡的领导能力。 霍华德·H·史蒂文斯：创业是一种管理方式，即对机会的追踪和捕获的过程，这一过程与其当时控制的资源无关。 Low 和 MacMillan：新企业的创建 熊彼特：新产品、新工艺、新组织和新市场的组合 Weber：创业是指接管和组织一个经济体的某部分，并且以自己可以承受的经济风险通过交易来满足人们的需求，目的是为了创造利润。 Cole：发起、维持和发展以利润为导向的企业的有目的性的行为。 Stevenson、Roberts 和 Grousbeck：创业是一个人——不管是独立的还是在在一个组织内部——追踪和捕获机会的过程，这一过程与其当时控制的资源无关。				讲授 讨论
10	2. 从方法论视角理解创业				讲授

教学过程及时间分配	主要教学内容	教学方法的运用
<p>15</p> <p>15</p> <p>15</p> <p>5</p>	<p>3. 从过程的视角理解创业</p> <p>三、创业之旅，始于机会</p> <p>1. 要创业首先要学会找商机</p> <p>商机顾名思义就是商业机会，创业机会是指创业者可以利用的商业机会。是创业者成功必要的砝码，也是创业者必须具备的客观条件。</p> <p>2. 创业者要善于识别出适合自己的创业机会</p> <p>创业小故事：两厘米的商机</p> <p>四、创业之旅，谋于模式</p> <p>说得通俗一点，商业模式就是你的企业赚钱的方式，是企业的立命之本。任何一个企业创立之初，最需要费功夫琢磨和研究的，就是商业模式。</p> <p>1. 商业模式是新创企业盈利的核心逻辑</p> <p>商业模式以价值创造为核心，描述了企业如何创造价值、传递价值和获取价值的基本原理。商业模式就是一个企业如何赚钱的故事，商业模式是创业者开发有效创意的重要环节，是新企业盈利的核心逻辑。新企业只有开发出有效的商业模式，才会激发足够多的顾客、供应商等参与合作，创建成功的新企业才更具有可行性。</p> <p>2. 商业模式特点</p> <p>(1) 商业模式设计是创业机会开发的核心环节</p> <p>(2) 有效的商业模式应有助于新创企业尽快实现“正的现金流”</p> <p>(3) 商业模式设计是一个反复试错、修正的过程</p> <p>(4) 商业模式开发是企业战略设计的基础</p> <p>五、创业之旅，成于行动</p> <p>1. 创业最重要的是行动起来</p> <p>2. 创业是不断尝试、勇于实践的过程</p> <p>创业小故事：不断尝试中追寻创业梦想</p> <p>3. 创业成功是不断坚持、努力的结果</p> <p>创业小故事：《燃点》——创业很难，但坚持很燃</p> <p>六、总结</p>	<p>讲授 讨论</p> <p>讲授</p> <p>讲授 讨论</p> <p>总结</p>
<p>课外作业</p>		
<p>课后小记</p>	<p style="text-align: right;">授课教师_____</p>	

常州工业职业技术学院

创业之旅 课程授课教案

No. 04

授课日期					
授课班级					
课 题	任务4 洞察顾客需求 寻找创业机会				
授课类型	讲授	课时数	2		
教 学 的 目 的	理解什么是创业机会；了解创业机会的来源；熟悉创业机会寻找的方法与途径；能综合利用各种有效方法去挖掘创业机会。				
重 点 难 点	重点：创业机会的来源 难点：寻找创业机会的方法				
教 具 挂 图	多媒体课件				
教学过程及时间分配	主 要 教 学 内 容				教学方法的运用
5	<p>引言：创业伊始，我们要先做什么？ 创业是一个寻找机会、开发产品、利用资源、制定和实施计划的不断实验和往复循环的过程，创业机会、创业资源以及创业团队是创业过程中的三个重要支柱。</p> <p>一、什么是创业机会？ 看看专家们给出的不同解释： 观点1：创业机会是可以为购买者或使用者创造或增加价值的产品或服务，它具有吸引力、持久性和适时性。 观点2：创业机会主要是指具有较强吸引力的、较为持久的有利于创业的商业机会，创业者据此可以为客户提供有价值的产品或服务，并同时使创业者自身获益。 观点3：创业机会是未明确市场需求或未充分使用的资源或能力，其特点是发现甚至创造新的手段——目的关系来实现创业收益，对于“产品、服务、原材料或组织方式”有极大的革新和效率的提高，且具有创造超额经济利润或者价值的潜力。</p> <p>创业机会的5大特征： 特征1—可操作性：能够通过相应技术或方法落地实施，不能操作执行的想法不是机会。 特征2—可持续性：不是一时之热，而是能够维持足够长的时间，以便企业获取利润。 特征3—及时性：其提供的产品或服务，是市场上客户当下需要的，并且随时准备购买的。 特征4—吸引力：提供的产品或服务对客户具有市场吸引力，从而能够给企业带来足够的利润。 特征5—价值性：提供的产品或服务能够给最终用户创造价值或带来价值的增加。</p>				讨论
5					讲授
10					举例说明

教学过程及时间分配	主要教学内容	教学方法的运用
<p>5</p> <p>15</p> <p>15</p> <p>10</p> <p>10</p>	<p>案例分享：创业小故事：“一分钱垒起的亿万富翁”</p> <p>二、如何寻找创业机会？</p> <p>案例分析：张旭豪和“饿了么”、王宁和他的“Keep”</p> <p>结论：创业机会来自于顾客的需求。寻找创业机会就是要去挖掘顾客的需求，尤其是未满足的或是满足不充分的需求。</p> <p>方法 1—自身体验：把自己当成用户，在体验的过程中发现需求痛点。</p> <p>案例恩熙：贾伟和 55 度杯</p> <p>课堂小练：想一想你做为顾客，在消费体验中遇到过哪些问题/需求痛点呢？请把它们写下来，看看这里面有没有创业机会？</p> <p>方法 2—聆听周围人的抱怨：不少人在遇到不如意之事的时候，会产生一肚子怨气，然后用话语表达出来，这些抱怨，往往就是创业想法的最重要的来源。</p> <p>案例分析：“时尚蜡烛之王”陈索斌的创业 IDEA</p> <p>课堂一练：想一想，你周边人对你抱怨过哪些方面的问题？请把它们写下来，看看这里面有没有创业机会？</p> <p>方法 3—收集网络评论：各种网络平台的评论信息也是挖掘需求痛点的一个非常重要的渠道，例如：论坛、知乎、微博、微信、百度知道、百度贴吧等等。</p> <p>方法 4—用户访谈：用户访谈是挖掘用户基本需求痛点的有效方法。用户访谈的形式包括结构化和非结构化两种，结构化是按照一定准则事先准备好一系列问题，通过用户对问题的回答来获取有关目标产品方面的内容；非结构化则是只列出一个粗糙的想法，根据访谈的具体情况进行发挥。</p> <p>案例分析：史玉柱用这一招，脑白金卖了 20 年，赚了 100 多个亿！</p> <p>方法 5—收集文献资料：包括文献书籍；调查报告、行业发展报告；行业网站、创业类网站等。</p> <p>案例分析：比亚迪老总王传福的创业灵感</p> <p>方法 6—利用搜索引擎：当顾客面临问题时，通常会利用搜索引擎工具进行关键词信息查询，而这些关键词就是解读顾客需求痛点的重要手段。</p> <p>可以通过搜索引擎中的下拉框以及相关检索去查询这些关键词信息，从而找到顾客的需求痛点。当然，也可以借助百度指数，进一步去查看关键词的趋势研究、需求图谱、舆情洞察、人群画像等等。</p> <p>方法 7—分析竞争对手产品：竞争对手产品分析是需求挖掘的常用的方法。竞争对手产品也是经过了相关调研、探索和思考而做出来的产品，进行竞争对手产品分析，能够了解其优缺点，从而找到可能存在的需求痛点。</p> <p>一般情况下，很多人都是以同行业同类型的产品进行竞品分析，其实我们可以用类似行业的产品进行竞品分析，有些需求或许恰好能够弥补同行产品中的某些不足。</p> <p>三、课程总结</p>	<p>案例分析</p> <p>举例说明</p> <p>讲授</p> <p>举例说明</p> <p>讲授</p> <p>举例说明</p>
<p>课外作业</p>		
<p>课后小记</p>	<p style="text-align: right;">授课教师_____</p>	

常州工业职业技术学院

创业之旅 课程授课教案

No. 05

授课日期					
授课班级					
课 题	任务 5 分析真假需求 识别创业机会				
授课类型	讲授	课时数	2		
教 学 的 目 的	了解判断真假需求的标准；理解如何有效定义用户需求；掌握针对需求构建产品解决方案的流程方法				
重 点 难 点	重点：真需求与假需求的判断 难点：如何有效定义用户需求				
教 具 挂 图	多媒体课件				
教学过程及时间分配	主 要 教 学 内 容				教学方法的运用
5	思考：寻找到的所有的需求痛点都能转化成创业机会吗？ 一、什么样的需求痛点能转化为创业机会？ 主要看四个指标：				讨论
5	一看：需求痛点的价值有多大？ 二看：需求痛点能否被解决？ 三看：需求痛点面对的目标用户群体有多大？ 四看：目标用户群体的商业价值有多大？ 指标 1：需求痛点的价值有多大？ 并不是每一个痛点都值得去深入分析，当我们发现了一个痛点后，首先要做的就是对其进行一个价值判断。如何进行痛点价值判断，一般我们可以参考下面四个标准：				举例说明
15	1. 是否是迫切的；2. 是否必须解决；3 出现频率是否高；4. 持续时间是否长。 一个既迫切，又必须解决，出现频率很高，持续时间又长的痛点出现的时候，必然是高价值的，反之则是低价值的。 如果是高价值的痛点，就可以继续分析下去，想办法来解决这个痛点，而低价值的则可以考虑放弃了。 一般来讲，大多数痛点处于高价值和低价值之间，需要综合后面其它的内容来进行判断。 举例说明：手机不能及时充电是否是高价值的痛点？				举例说明
5	指标 2：需求痛点能否被解决？ 发现了一个有价值的痛点，还得看看这个痛点是不是可以被解决，如果不能解决，它就是一个待解决的命题，不能转化成机会，只有能解决的痛点，才有可能转变成机会。 指标 3：目标用户群体有多大？				举例说明

教学过程及时间分配	主要教学内容	教学方法的运用
<p>5</p> <p>5</p> <p>20</p> <p>15</p>	<p>当一个痛点被发现以后，很多人会理所当然的把这个痛点想象成所有人都有这个痛点，就好比当你自己觉得很冷的时候，你觉得大家都应该感觉很冷，这种将个人的想法和观点强加给别人的情况在日常的工作中非常常见。</p> <p>作为机会识别者，很重要的一项能力，就是能突破这种认识的障碍。</p> <p>所以当我们发现了一个痛点后，正确的做法是，想办法弄清楚有这个痛点的用户边界和数量，如果这个痛点只是少数人有的，那我们就没有必要继续在上面浪费时间，如果有大量的用户都有这个痛点，那可能意味着一个新的机会。</p> <p>而要弄清楚这个数量，首先就得研究目标用户是谁，然后再去调研这个用户群体的数量。</p> <p>课堂讨论：“食品安全检测仪器”</p> <p>指标 4：目标人群的商业价值有多大？</p> <p>当我们搞清楚了人群规模，还要看看这个用户群体的价值，最主要就看两个指标：一是收入；二是可支配的消费。</p> <p>所以在判断这个痛点的是否可以变成需求的时候，还需要判断这个用户群体的商业价值，如果一个痛点的用户群体很大，但是没有什么消费能力，这个痛点解决起来可能有问题。这样的痛点更适合去做公益的产品，而不是做商业的产品。</p> <p>二、如何有效定义用户需求</p> <p>要提出有效的解决方案，我们首先要做的就是定义用户需求。</p> <p>定义用户需求一般可以从以下三方面来展开：构建用户角色、描述使用场景、定义用户问题。</p> <p>1. 构建用户角色</p> <p>第一步：确定目标人群</p> <p>第二步：划分用户角色</p> <p>第三步：构建用户画像</p> <p>2. 描述使用场景</p> <p>使用场景：用户使用产品时候的“环境”。“考虑使用场景”的意义，就是在恰当的场景中，刚刚好的为用户提供“刚刚好”的服务。</p> <p>场景一般由背景，诱发因子和期望组成。比如滴滴打车。</p> <p>3. 定义用户问题</p> <p>一个好的解决方案，往往是从定义问题开始的，如果没有定义好问题，就盲目的解答，只会白白浪费时间和金钱，最后得出没有意义的答案。</p> <p>三、如何针对需求构建产品解决方案</p> <p>第一步：全面采集需求</p> <p>第二步：确定产品功能:KANO 模型分析法</p> <p>第三步：设计产品形态</p> <p>四、总结</p>	<p>举例说明</p> <p>举例说明</p> <p>讲授</p> <p>举例说明</p> <p>讲授</p>
<p>课外作业</p>		
<p>课后小记</p>	<p style="text-align: right;">授课教师_____</p>	

常州工业职业技术学院

创业之旅 课程授课教案

No. 06

授课日期					
授课班级					
课 题	任务6 选择合适方法 评估创业机会				
授课类型	讲授	课时数	2		
教 学 的 目 的	了解创业机会定性、定量评估的常见方法；掌握 SWOT 分析创业机会的方法；熟悉 MVP（最小化可行产品）方法；能结合实际情况对创业机会进行评估筛选。				
重 点 难 点	重点：SWOT 分析创业机会 难点：结合实际情况选择合适工具对创业机会进行有效评估				
教 具 挂 图	多媒体课件				
教学过程及时间分配	主 要 教 学 内 容				教学方法的运用
25	<p>一、定性与定量评估创业机会</p> <p>（一）定性评估创业机会的工具和方法</p> <p>1. SWOT 分析法</p> <p>SWOT 分析法，也叫态势分析法，就是将与研究对象密切相关的各种主要内部优势、劣势和外部的机会和威胁等，通过调查列举出来，并依照矩阵形式排列，然后用系统分析的思想，把各种因素相互匹配起来加以分析，从中得出的一系列相应的结论。SWOT 字母分别是代表的意思是：S（strengths）是优势、W（weaknesses）是劣势，O（opportunities）是机会、T（threats）是威胁。</p> <p>（1）分析优势 S（strengths）</p> <p>优势分析是分析你所选的创业机会是否具备一些优势。例如：①产品/服务相比竞争对手能更好地满足顾客的需求；②拥有具有竞争力的核心技术；③具有较好的资金来源保障；④具有先进的营销模式；等等。</p> <p>（2）分析劣势 W（weaknesses）</p> <p>劣势分析是分析你所选的创业机会较之竞争对手而言是否处于不利的地位。例如：①产品/服务的成本较高；②行业经验不足；③资金比较紧张；④没有稳定的客户群体；等等。</p> <p>（3）分析机会 O（opportunities）</p> <p>机会分析是分析你所选的创业机会是否能获得外部有利时机、地位、支持和商业交易对象等。例如：①行业未来市场容量及发展空间较大；②行业竞争不激烈；③创业机会符合政府未来政策走向；④获得了新的加工工艺或替代原材料；等等。</p>				讲授 举例说明

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/785221240302012011>