



1.3.1 开展多形式的创新创业教育

(1) 开设创新创业第二课堂并丰富其内容

序号	项目名称
1	《大学生创新创业教育》课程
2	创新创业特训营系列网络课程
3	中山市易创空间创业园大学生创新创业基地



1、《大学生创新创业教育》课程

(一) 专业教学进程安排

表 8 药品生产技术专业教学进程安排表

课程类别	课程序号	课程编号	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	学期周数与周学时						授课方式	考核方式	
								一	二	三	四	五	六			
								18W	20W	20W	20W	20W	17W			
公共基础课程	1	G001100001	思想道德修养与法律基础 A	4	64	48	16	4*12	4*12						讲授	S
	2	G001100003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 A	4	64	48	16	4*12	4*12						讲授	S
	3	G001100005	形势与政策 A	2	32	16	16	2*4	2*4	2*4	2*4				讲授	C
	4	G001200001	高职英语 A	7.5	120	120	0	4*14	4*16						讲授	S
	5	G001200004	高职数学 A	4.5	72	72	0	6*12	6*12						讲授	S
	6	G001200007	计算机应用基础	2.5	40	0	40	4*10							课证	Z
	7	G001200008	应用文写作	1.5	24	24	0	2*12	2*12						讲授	C
	8	G001200009	体育与健康	5.5	108	0	108	体育俱乐部教学模式,公共课部组织与考核						课证	C	
	9	G001500001	职业生涯规划与就业指导	2.5	40	32	8		2*16				2*4		讲授	C
		10	G001500003	大学生创新创业教育	2	32	24	8		2*16					讲授	C
院公	11	G001300001	军事理论与军事技能	4	80	32	48	32+2W	2*40						课证	C
	12	G001300002	大学生心理健康教育	2	36	18	18	2*9	开设2*18学时公共选修课						讲授	C
	13		公共选修课	4	64	64	0	教务处组织及考核								
	14		社会实践(寒暑假)	4				寒假1W,暑假2W,学生处组织及考核								
	15	Y00053701	文献检索	2	32	0	32				4*8				实践	C

高等院校通识教育“十三五”规划教材



● 分学案例,为大学生就业与创业提供参考
● 配合微课、慕课,立体化教学,轻松又高效

大学生就业与创新 创业教程

慕课版 | 双色版

通识教育规划教材编写组 ● 编

张迎 王传刚 ● 主编

罗轩萍 薛中华 朱建良 ● 副主编 郑兴华 ● 参编



2、创新创业特训营系列网络课程

1 1. 创业团队组建及创业导师矩阵组建

预览学生章

教材 查阅

创业团队组建&创业导师矩阵组建

一、团队构建最佳路径

逐步完成三类团队的构建与进化。

高级协同团队——核心创业团队——完备职业团队

二、高级协同团队成员重组

2.1 明确创业方向

初始目标行业领域研究或企业领域度——团队共识——确定行业

2.2 团队老成员筛选

团队成员自愿决定，是否愿意参与此创业行业方向的创新创业项目训练。

愿意参与——继续留在本团队

不愿意参与——可离开其他团队

2.3 团队新成员招募

线上——发布此创业行业方向的创新创业项目训练成员招募令

线下——团队成员分别发动关系寻找合适人选

2.4 团队新成员选拔

针对想要加入团队的同学进行邀约，召开正式或非正式的会议。

团队招募会审——创业导师引入讲解——吸引其他人才

2.5 最后团队调整重组

希望进行团队调整的成员向指导老师报备，指导老师可在系统中操作。

三、创业核心团队组建。

3.1 一级成员组建

团队召开会议，成员进行个人优势能力展示，并说明将来期望的担任的职务方向。

招募导师——团队CEO——产品研发负责人——客户服务负责人——市场营销负责人——运营财务负责人

3.2 二级成员组建

先进行团队内二级成员选拔，各部门一级成员负责在团队内部选拔二级成员，再进行团队外二级成员邀约。如二级成员人数不够，各部门一级成员负责外部邀约二级成员，最后针对邀约成员进行选拔与培训。

召集正式会议——招募创业导师——定期讲解创业价值——展示与讲解创业规划——明确创业方向——确定二级成员——培训计划

3.3 团队建设

CEO判断是否因为外部加入人员过多，需要再次进行团队建设，增强凝聚力，如需要可以再次进行高级协同团队构建任务的团队训练。

3.4 团队协作体系构建

1. 确定团队沟通形式

建立团队沟通群，包括QQ群、微信群、邮件组等。

2. 确定团队沟通频率



教材

音视频

创新创业大赛筹备和参与

一、参加创业大赛的意义

1.1 能力提升

全面提升团队成员的各项核心通用能力，进一步磨合团队情感，增强团队凝聚力，打造更有战斗力的团队。

心理素质能力——思维能力——语言表述——人品魅力——执行能力——领导能力

1.2 优化商业模式

通过参赛获得有经验的创业导师、评委老师的指导和帮助，进一步优化产品和商业模式，这对初期的创业项目尤其重要。

1.3 增加荣誉、经费支撑、吸引投资

参加大赛获奖不仅可以为项目增加荣誉证明，大赛奖金还可以作为项目发展的经费支撑，甚至可以吸引投资人和投资机构的关注，获得天使投资，为的快速推进注入腾飞的动力。

二、创业项目的高效构建

2.1 构建创业项目模式

1. 团队自行构建项目

创业团队成员经历过初始目标行业深度研究后，对目标行业、重点企业、客户和产品都有深入了解

团队整理之前客户调研资料，整理行业痛点和客户需求，结合团队自身资源，进行头脑风暴讨论项目创意。

2. 整合外部资源构建项目

家族产业——学术界高职称人脉资源——企业界高职称人脉资源

2.2 高效构建创业项目的方法

1. 根据收集信息讨论和优化企业职能和优化方案

2. 确定优化方案

2.3 对细分市场进行确定和再次调研

再次明确项目产品或服务初期的目标客户群体；如有必要，针对目标客户群体设计调研问卷调查表，进行发放，收集整理客户数据

2.4 制作目标市场客户群体用户画像

包括基本信息——用户具体特征——用户所在地域区域——用户需求及特点

三、商业模式设计与调整

3.1 商业模式画布

一个企业的商业模式，通常由9个基本模块构成，它们分别是：客户细分、价值主张、渠道通路、客户关系、收入来源、核心资源、关键业务、重要成本和成本构成。但是，商业模式的构建并非罗列这些模块，而是通过逻辑联系，清晰、简洁地阐述商业模式。更重要的是，采用“画布”方式将商业模式可视化，即所谓的“商业模式画布”。“画布”方式可以帮助创业团队开发、讨论、设计和运作商业模式。

3.2 商业模式基本模块

1. 客户细分

客户构成了商业模式的核心，企业的发展就是依靠满足不同类别的客户以获取价值回报的过程，为了更好地满足客户，企业可以将客户按照共同需求行为和共同属性进行划分，形成不同的客户群体，构成不同的客户特征。

2. 价值主张

是指针对市场痛点解决客户困扰或满足客户需求，每个价值主张都包含不同的产品或服务，以迎合特定客户细分群体的需求。在这个意义上，价值主张企业提供给客户的产品或服务集合。



教材

音视频

产品体系开发

一、产品

产品是指能够供给市场，被人们使用和消费，并能满足人们某种需求的任何东西，包括有形的物品、无形的服务、组织、观念或它们的组合。
“满足需求”，是近些年针对自主的市场涌现出来的。

二、生产方式

传统的生产方式：生产决定消费。

今后将会是消费决定生产的模式：生产者决定产品，消费者被动的接受。生产商之间比拼的不再是价格，而是谁能最先对消费者的需求，以及消费者需求的精准程度。

对企业来说：他们以前主要思考的问题是：“做我能做的产品”，今后思考的问题将会是：“给消费者想要的产品”。

三、按需生产

产品是为了满足市场上消费者的需求而产生的。适应消费者需求的产品将继续发展；不能满足消费者需求的产品，会失去在市场上存在的理由而被淘汰。

四、产品体系开发

4.1 目标用户的需求研究

1. 研究目标用户的需求：

- (1) 寻找100人左右的目标用户
- (2) 细分客户群体的调研和访谈

2. 调研内容

- (1) 用户背景
- (2) 用户场景
- (3) 用户目标
- (4) 用户痛点
- (5) 用户习惯
- (6) 行为与价值

3. 信息分析：

- (1) 用户的核心需求
- (2) 用户之前的消费行为
- (3) 用户的痛点
- (4) 当前解决用户需求的产品
- (5) 产品解决了用户哪些方面的需求
- (6) 当前产品解决用户的哪些需求

4. 产品的最终定位：

- (1) 产品使用人群
- (2) 产品主要功能
- (3) 产品特点



教材

音视频

营销体系开发

一、营销与销售

1.1 产品

在产品的角度，生产者理解消费者最重要的一件事，就是要尊重消费者，而不是教育消费者。

1.2 市场

在市场角度，生产者也需要理解消费者，从理解消费者的角度来讲，最重要的一件事就是不要去教育他，所以在谈营销时一定要理解消费者。

1.3 营销

给你的潜在客户真正所需的东西。

1.4 销售

说服客户购买你已经拥有的东西。

营销是一种战略思考，关心的是客户的需求满足和企业的永续经营，而销售则是一种战术思考，关心的是现有商品的销售和销售目标的实现。营销就在于挖掘客户的最大刚需，吸引他们自愿主动购买产品。

二、客户的精准定位与分析

1. 谁是我们的客户？
2. 他们会在哪里出现？
3. 在什么情况下会购买产品？

三、4P经营

4P营销包含产品、价格、渠道、促销四要素。

3.1 产品策略

- (1) 产品定位
- (2) 产品优势

3.2 价格策略

- (1) 定价策略

3.3 促销策略

- (1) 明星以及各大网红的场景化宣传
- (2) 植入热播电视剧及电影

3.4 渠道策略

- (1) 在一线城市发力、向周边低线城市渗透包围
- (2) 线上营销推广与线下实体店体验活动结合

四、营销

4.1 线上营销

优点：成本较低，效果好；顾客来源广泛，不限地域不限国家；

缺点：体验感过于虚拟化。

4.2 线下营销

优点：体验感比较强；

缺点：推广需要大量的人力财力物力等，成本较高，花费时间长；对于顾客的选择性大打折扣，人数很少。

五、营销体系开发

1. 目标用户的再分析与寻找
2. 营销渠道的建立，设计营销方案和创作营销话术



教材

音视频

单区和多区市场拓展

一、市场拓展的定义

市场拓展顾名思义就是开拓和扩展市场。

根据产品和营销体系成熟度的不同，大致分为单区市场拓展和多区市场拓展。

4.1 单区市场拓展

1. 产品开发与测试
2. 客户及市场调研
3. 小范围营销推广
4. 产品迭代/营销调查

二、市场推广

1. 扩大产品市场份额
2. 提高产品销量和知名度
3. 给目标消费者传递信息
4. 激发客户购买动机

三、市场拓展的目的

1. 确定目标市场
2. 搭建高效营销流程
3. 提高客户满意度和市场占有率
4. 获取更大利润率

四、市场拓展前期准备

4.1 对市场进行调查与分析

包括企业的基本情况和战略对策、竞争对手的信息、合作伙伴的信息、顾客和市场的信息

4.2 有效的产品规划与管理

我们需要思考三个问题，分别是：如何提高企业自身产品的研发与应用？如何进行产品概念的提炼与包装？如何调整产品销售结构与组合？

4.3 企业盈利

一般提高企业盈利的方法主要有：一是产品价格卖的比对手高，二是企业效率比对手高，成本控制比对手要好，三是产品销售结构组合要好。

4.4 营销战略

营销4P中产品、价格、渠道、促销，前三个方面都可以归纳为战略。

4.5 4P-促销

1. 师出有名
2. 抢占位置
3. 集中兵力
4. 产品综合
5. 资源配置



教材

音视频

创业项目融资与政府社会支持资源整合

一、融资的定义

1.1 狭义定义

融资是一个企业的资金筹集的行为与过程，以保证公司正常生产需要，经营管理活动需要的理财行为。

三大目的：企业要扩张、企业要还债以及混合动机（扩张与还债混合在一起的动机）。

1.2 广义定义

融资也叫金融，就是货币资金的融通，当事人通过各种方式到金融市场上筹措或贷放资金的行为。

创业融资是在创业过程及不同阶段进行融资以便企业更好生存与拓展。

二、融资方式

2.1 资本融资

企业利用资本制度、机制、手段获取资源。

2.2 品牌融资

即企业利用品牌优势融入其他资源。

2.3 产品融资

利用产品技术或市场容量融入其他资源。

三、融资渠道

1. 小额贷款贷款
2. 学校创新创业专项基金
3. 中小企业技术创新基金
4. 天使投资等等

四、融资准备

1. 写一份商业计划书

做什么？需要什么？项目存在什么问题？未来发展方向。

2. 提升执行力

执行力构筑融资信任

3. 制作视频

视频解析提升融资成功率

4. 项目路演更新

5. 项目路演孕育生命

6. 把握关键时机吸引投资人眼球

五、融资步骤

1. 融资渠道与金额确定
2. 融资材料准备
3. 路演阐述与答辩



3、中山市易创空间创业园大学生创新创业基地

中山粤港澳青年创新创业合作平台（原易创空间创业孵化基地）是由市政府规划投资建设的公益性创业孵化基地，是为落实《粤港澳大湾区规划纲要》工作部署，促进中山港澳三地青年创新创业，实现优势互补、资源共享的港澳青年创新创业示范性基地。2019年该平台被纳入广东省12个港澳青年创新创业孵化平台之一。



平台效果外墙图



平台鸟瞰图



平台正面图

中山粤港澳青年创新创业合作平台（以下简称“平台”）是由中山市政府规划建设，中山市人力资源和社会保障局负责监督管理、**中山火炬职业技术学院**负责日常管理，中山汇智电子商务投资管理有限公司负责提供孵化服务，着力打造成推动大众创业、万众创新，激发市民创业热情、以创业带动就业的公益性、示范性创业孵化基地。