**教案（第一章）4课时**

课程名称:电子商务与创业概述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名 称 | 电子商务与创业概述——电子商务与创业的涵义 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，掌握电子商务的定义与内涵；理解电子商务信息流、资金流和物流的相互关系；了解电子商务的功能、特点、优势与效益；熟悉电子商务发展的现状、应用前景与发展趋势。.熟悉创业概念；了解创业团队形态；熟悉对团队的自测评估；熟悉团队协作和管理相关理论；熟悉建立稳定团队的关键要素 | | | | |
| 教学重点 | 认知电子商务的方法：百度百科、网络知识库、电商论坛、电商企业网站  梳理电子商务与创业之间的关系：目的、目标、方法认知  建立稳定团队的关键要素的研究与整合。 | | | | |
| 教学难点 | 掌握电子商务与传统商务在功能及本质上的区别  根据电子商务的发展历程总结出电子商务发展趋势 | | | | |
| 项目载体设计 | 以多种电子商务网站实现销售额增长的企业案例为导入，依托案例行业背景、运营思路，引导学生对电子商务的概念、流程、特征及发展历程展开全面认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 大量公司通过在电子商务平台开设店铺实现了销售额的增长，学生思考大量公司开设电商官方店铺的创业意识具体体现在哪些方面？从该案例总结出电子商务的定义是什么？开展电子商务的内部业务流程是什么？电子商务具有哪些基本特征？ | | | | |
| 学生训练内容 | 内涵定义、主体、业务流程、行业调研、历史发展事件调研、行业描述 | | | | |
| 项目学习参考 | 电子商务企业案例学习  电子商务历史重大事件学习 | | | | |
| 课外作业 | 分组探讨：比较电子商务活动与传统商务活动的不同 | | | | |
| 课后体会 | 学生缺乏积极主动性，不能深度挖掘学习内容，养成应付性的习惯。 | | | | |

课程名称:电子商务与创业概述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务与创业概述——电子商务专业人才的职业能力与素养 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生了解电子商务专业人才的职业能力与素养；认识电子商务人才的工匠精神，并能够具备该有的工匠精神 | | | | |
| 教学重点 | 电子商务专业人才的职业能力、职业智商和情商  电子商务专业人才的职业素养  电子商务人才的工匠精神 | | | | |
| 教学难点 | 电子商务人才的工匠精神所包含的内容和塑造方式 | | | | |
| 项目载体设计 | 以京东商城CEO刘强东的职业发展为导入，依托于真实的职业发展，展示职业情商的重要性。引导学生对职业能力和素养和的内容初步认识，并结合自身去塑造电子商务人才的工匠精神 | | | | |
| 项目情境设计 | 以课件形式展示京东商城CEO刘强东的职业发展历程，学生以小组方式探讨学习职业能力和素养的重要性，总结所包含的内容；通过职场情景模拟，了解职场中应该具备的工匠精神，并总结塑造的方式 | | | | |
| 学生训练内容 | 内涵定义、职业能力、职业素养、工匠精神 | | | | |
| 项目学习参考 | 对职业能力和素养的内容分类参照对比 | | | | |
| 课外作业 | 学生以小组为单位，利用目前电子商务专业的常见职业，总结各种职业需要的职业能力和素养 | | | | |
| 课后体会 | 学生缺乏积极主动性，学习深度不足，比较懒散。 | | | | |

课程名称:电子商务与创业概述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务与创业概述——电子商务创业者及其素质 | | | | |
| 教学目的 | 通过本节课内容学习，使学生熟悉了解电子商务创业的特点；明确电子商务创业者需具备的个人素质和团队素质，能够让学生自己具备电子商务创业者的素质；能够对电子商务创业者进行SWOT分析 | | | | |
| 教学重点 | 了解电子商务创业的特点  明确创业者需要具备的素质 | | | | |
| 教学难点 | 掌握电商创业者的SWOT分析，并能够找到创业的机会 | | | | |
| 项目载体设计 | 以电商创业的特点作为课程引入，通过对创业者、创业团队的素质要求分析和对创业整体的SWOT的分析，找到电商创业的机会 | | | | |
| 项目情境设计 | 以电子商务创业作为课程引入，让学生通过对电商平台、商业模式、技术、理念的分析，总结电商创业需要的个人和团队素质，最终对电商创业过程中的SWOT分析，能够将劣势和威胁转化为优势和机遇 | | | | |
| 学生训练内容 | 创业特点、个人素质、团队素质的内容，创业者SWOT分析 | | | | |
| 项目学习参考 | 创业前期准备资源 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，围绕电商创业讨论分析创业前期、中期和后期可能会面临的风险和解决方式，并将统计汇总记录 | | | | |
| 课后体会 | 学生的实践认知较少，对创业过程中可能面对的风险和需要准备的前期资源准备不足，需要增加更多模拟实践。 | | | | |

课程名称:电子商务与创业概述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 理实一体 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务与创业概述——电子商务创业的步骤 | | | | |
| 教学目的 | 通过步骤的引导，让学生进行前期筹划和资源的管理，了解创业需要进行的步骤和流程。通过对常见平台的讲解，使学生能够结合不同平台的优缺进行选择，寻找货源和对消费者进行分析，最后更好的进行运营操作和管理 | | | | |
| 教学重点 | 前期资料的筹划  对不同电商平台的分析  对消费者分析 | | | | |
| 教学难点 | 掌握电商平台的运营步骤  能够正确分析电商运营数据，并作出评估 | | | | |
| 项目载体设计 | 以韩都衣舍的发展历程及成功因素分析为案例导读；以淘宝生意参谋及生意经等分析工具的操作说明为载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 以电子商务创业发展历程及成功因素分析为导入，引发学生对创业的步骤进行梳理，依次展开电子商务创业的筹备、平台选择、消费者分析和运营管理，使学生掌握电商创业的流程，并从流程中熟练平台操作 | | | | |
| 学生训练内容 | 商业计划书、创业环境分析、目标市场定位、团队建设、运营分析和管理 | | | | |
| 项目学习参考 | 常见的电商平台的介绍 | | | | |
| 课外作业 | 根据某网店的运营管理后台，对目前网店的客源途径和消费者进行分析 | | | | |
| 课后体会 | 学生不能自觉地深度完成任务，只能将任务做到表面水平，缺乏深度分析；组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境。 | | | | |

**教案（第二章）3课时**

课程名称:电子商务运行体系

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | | 授课时数 | 1 | |
| 项目（任务）名 称 | 电子商务运行体系——电子商务发展现状与趋势 | | | | | | |
| 教学目的 | 通过本节课内容学习，让学生了解我国电子商务的用户规模、市场规模和应用领域，总结出我国电子商务发展现状，明确我国电子商务发展的趋势。 | | | | | | |
| 教学重点 | 我国电子商务的用户规模  我国中小企业B2B交易规模和移动购物市场交易规模  我国电子商务市场的应用领域  我国电子商务发展的三个趋势 | | | | | | |
| 教学难点 | 总结我国电子商务的未来发展新趋势 | | | | | | |
| 项目载体设计 | 以中国网络购物规模、中小企业B2B运营商平台营收规模及移动购物市场交易规模的数据统计为导入，依托于真实的电子商务行业背景和行业调查，保障统计结果的准确性。 | | | | | | |
| 项目情境设计 | 以课件形式展示我国网络购物规模、中小企业B2B运营商平台营收规模及移动购物市场交易规模等各项数据统计图表，学生以小组方式探讨学习，总结我国电子商务的用户规模、市场规模和应用领域；思考我国电子商务发展的趋势。 | | | | | | |
| 学生训练内容 | 我国电子商务的用户规模、市场规模、应用领域、发展现状、发展趋势 | | | | | | |
| 项目学习参考 | 电子商务用户规模调研报告、电商市场规模调研报告、电商行业领域调研报告、拼多多商城用户特点、美团网上线打车业务 | | | | | | |
| 课外作业 | 总结我国农产品电子商务行业的发展现状  总结我国农产品电子商务的行业发展趋势 | | | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯、积极主动的学习作风；在了解事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。 | | | | | | |

课程名称:电子商务运行体系

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 理实一体 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名 称 | 电子商务运行体系——电子商务模式认知 | | | | |
| 教学目的 | 通过对电子商务各主要模式的内涵定义、交易特点、交易流程讲解，帮助学生掌握B2B、B2C、C2C、O2O模式的交易流程，了解各模式下典型电子商务平台的概况和特点。 | | | | |
| 教学重点 | B2B电子商务的定义、交易流程及典型电商平台介绍  B2C电子商务的定义、交易流程及典型电商平台介绍  C2C电子商务的定义、交易流程及典型电商平台介绍  O2O电子商务的定义、交易流程及典型电商平台介绍 | | | | |
| 教学难点 | 能够区分B2B、B2C、C2C、O2O的交易主体、交易特点及交易流程 | | | | |
| 项目载体设计 | 以B2C、B2B、C2C、O2O模式的模拟交易流程为导入，以对应的典型电子商务平台为案例 | | | | |
| 项目情境设计 | 对B2C、B2B、C2C、O2O模式的业务流程进行模拟，通过教学课件对各模式的典型电子商务平台进行介绍，学生以小组讨论的形式分析它们的电子商务主体、盈利模式及购物流程等。 | | | | |
| 学生训练内容 | B2C、B2B、C2C、O2O电子商务模式的内涵定义、运营特征、交易流程、主流电商平台概况 | | | | |
| 项目学习参考 | 中国化工网、钻石小鸟官网、淘宝网、居然之家 | | | | |
| 课外作业 | 以实训小组为单位，分析各电商模式的典型电商平台的用户消费特点及交易流程 | | | | |
| 课后体会 | 学生不能自觉地深度完成任务，只能将任务做到表面水平，缺乏深度分析；组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境。 | | | | |

课程名称:电子商务运行体系

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 理实一体 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名 称 | 电子商务运行体系——电子商务的行业应用 | | | | |
| 教学目的 | 通过本节课内容学习，掌握网络零售、移动电子商务、跨境电子商务、农村电子商务及O2O的交易主体、交易特点、行业概况及行业应用。 | | | | |
| 教学重点 | 网络零售的内涵定义、交易特点及模式分类  移动电子商务的应用领域及服务商分类  跨境电子商务的业务流程、行业现状及主流平台  农村电子商务的内涵定义、业务发展及主流平台  O2O电子商务的历史及行业应用 | | | | |
| 教学难点 | 准确分析网络零售、移动电商、跨境电商、农村电商、O2O的行业应用 | | | | |
| 项目载体设计 | 以网络零售、移动电子商务、跨境电子商务、农村电子商务及O2O的行业应用为背景，以相关典型电商平台为导入 | | | | |
| 项目情境设计 | 通过教学课件对网络零售、移动电子商务、跨境电子商务、农村电子商务及O2O模式的典型电子商务平台进行演示，学生以小组讨论的形式分析电子商务的行业应用方法。 | | | | |
| 学生训练内容 | 网络零售、移动电子商务、跨境电子商务、农村电子商务及O2O的电子商务行业应用 | | | | |
| 项目学习参考 | 京东商城、有赞微商城、亚马逊中国官网、中国菜农网、美团 | | | | |
| 课外作业 | 以实训小组为单位，分析文中所讲述的电子商务行业应用，并找出其他电子商务行业应用领域 | | | | |
| 课后体会 | 学生不能自觉地深度完成任务，只能将任务做到表面水平，缺乏深度分析；组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境。 | | | | |

**教案（第三章）15课时**

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——网络零售基础认知 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生初步理解网络零售的内涵定义、优缺点及运营模式；理解新零售的概念，熟悉新零售的网络平台，了解新零售模式下的消费者购物流程。 | | | | |
| 教学重点 | 网络零售的基本概念与特点  网络零售业态的优势与劣势  网络零售的运营模式  新零售的概念特点  新零售模式下消费者购物流程 | | | | |
| 教学难点 | 能够简单分析各网络零售平台的运营模式  能够分析时下的新零售平台并掌握消费者购物流程 | | | | |
| 项目载体设计 | 以2017年上半年中国网络零售市场数据分析为导入，依托于真实的行业背景和行业调查，保障统计结果的准确性。引导学生对网络零售的概念、优缺点及运营模式展开全面认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 以课件形式展示2017年上半年中国网络零售市场数据，图文讲解网络零售的2种运营模式，学生以小组方式探讨学习，总结网络零售的定义，分析网络零售的优缺点及运营模式；通过分析盒马鲜生会员店与京东线下便利店的购物流程，使学生熟悉新零售的相关网络平台 | | | | |
| 学生训练内容 | 内涵定义、业务模式、行业描述、运营模式、购物流程 | | | | |
| 项目学习参考 | 阿里巴巴运营模式分析  京东商城运营模式分析 | | | | |
| 课外作业 | 学生以小组为单位，利用互联网查询分析时下主流的网络零售平台，总结各平台的概况特点并分析所知网络零售平台的运营模式 | | | | |
| 课后体会 | 学生缺乏积极主动性，不能深度挖掘学习内容，养成应付性的习惯。 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——网络零售三要素 | | | | |
| 教学目的 | 通过本节课内容学习，使学生熟悉网络零售三要素的内容并明确其对网络零售的影响；围绕网络零售三要素展开讨论，掌握提高网络零售销售额的方法。 | | | | |
| 教学重点 | 了解网络零售三要素的内容  理解网络零售三要素对网络零售的影响  掌握提高流量、转化率、客单价的方法 | | | | |
| 教学难点 | 能够根据网络零售三要素对某一零售企业的市场做出正确评估 | | | | |
| 项目载体设计 | 以网络零售销售额的计算方式作为课程引入，以网络零售三要素的内涵定义、统计方式及提升方法为载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 以网络零售销售额的计算方式作为课程引入，依次讲解流量、转化率、客单价的内涵定义及计算方式，学生以小组方式探讨学习，围绕网络零售三要素讨论如何提高网络零售销售额 | | | | |
| 学生训练内容 | 流量、转化率、客单价的定义、计算方式及提升方法 | | | | |
| 项目学习参考 | 淘宝店铺关联营销及满减活动设置 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，围绕网络零售三要素讨论分析提高某品牌女装网店销售额的方法，并将统计结果填入表格中 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯、积极主动的学习作风；在了解事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 理实一体 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——网络零售数据分析 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生了解数据分析的定义、作用及意义，认识数据分析的指标体系及各项指标内容，掌握数据分析的方法及流程。通过对常见数据分析工具的讲解，使学生能够应用数据分析工具对数据进行整理、量化分析，并将结果进行汇总、诊断 | | | | |
| 教学重点 | 数据分析的定义、作用与意义  网络零售的指标体系及各项指标内容  数据分析的方法和工作流程  数据分析的工具分类及使用 | | | | |
| 教学难点 | 掌握网络零售数据分析的方法与技巧  能够正确分析网络零售数据，并作出评估 | | | | |
| 项目载体设计 | 以韩都衣舍的发展历程及成功因素分析为案例导读；以淘宝生意参谋及生意经等分析工具的操作说明为载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 以韩都衣舍发展历程及成功因素分析为导入，引发学生对数据分析的作用与意义的思考，依次展开网络零售数据分析方法与流程的讲解；通过课件展示淘宝生意参谋及生意经等分析工具，使学生掌握数据分析工具的使用 | | | | |
| 学生训练内容 | 数据分析定义、作用、意义、指标体系、方法流程、工具使用 | | | | |
| 项目学习参考 | 常用数据分析工具的使用说明 | | | | |
| 课外作业 | 根据某网店X～X月份访客数、订单、销售额情况计算出各月的转化率及客单价，并提出如何提高转化率的方案 | | | | |
| 课后体会 | 学生不能自觉地深度完成任务，只能将任务做到表面水平，缺乏深度分析；组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境。 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——B2B电子商务 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生初步理解B2B电子商务的定义特点、业务范畴及其优势，能够根据案例企业总结出B2B电子商务的优势特点及业务流程；了解B2B电子商务的发展历程及发展特点，能够总结出B2B电子商务发展的趋势。 | | | | |
| 教学重点 | B2B电子商务的概念和特点  B2B电子商务的业务范畴和交易流程  B2B电子商务的各发展阶段  B2B电子商务的发展特点 | | | | |
| 教学难点 | 能够总结B2B电子商务的发展现状与发展趋势 | | | | |
| 项目载体设计 | 以纸箱哥的B2B电子商务平台为案例导读，分析纸箱哥的行业背景、业务内容及客户群体，引导学生对B2B电子商务的功能、概念、业务范畴及发展历程展开全面认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 纸箱哥通过B2B电子商务平台实现了业务的拓展，学生思考B2B电子商务平台的作用是什么？具体体现在哪些方面？从该案例总结出B2B电子商务的定义是什么？B2B电子商务的业务范畴是什么？B2B电子商务具有哪些优势？ | | | | |
| 学生训练内容 | 内涵定义、业务范畴、业务流程、行业优势、发展历程及发展特点 | | | | |
| 项目学习参考 | B2B电子商务企业案例学习  B2B电子商务历史重大事件学习 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，通过互联网搜索时下主流B2B平台的优势和发展特点，完成表格内容的填写 | | | | |
| 课后体会 | 学生缺乏积极主动性，不能深度挖掘学习内容，养成应付性的习惯。 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 2 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——B2B电子商务的应用思路 | | | | |
| 教学目的 | 通过本节课内容学习，使学生了解B2B电子商务的主要模式，理解卖方主导、买方主导、第三方主导模式的内涵定义、业务范畴及交易流程;通过对第三方交易平台的业务流程讲解，使学生理解B2B类型企业的发展运营思路。 | | | | |
| 教学重点 | B2B电子商务的主要模式分类  卖方主导、买方主导、第三方主导模式的定义、业务范畴  第三方交易平台的业务流程 | | | | |
| 教学难点 | 了解B2B类型企业的发展运营思路 | | | | |
| 项目载体设计 | 以B2B电子商务的主要模式的讲解为教学载体，以第三方B2B交易平台的各项交易步骤为例，让学生循序渐进地了解B2B电子商务的应用思路 | | | | |
| 项目情境设计 | 依次讲解卖方主导、买方主导、第三方主导的电子商务模式的定义、业务范畴及示例企业，使学生初步理解B2B的电子商务应用思路；以第三方B2B交易平台为例，通过课件展示它的各项交易步骤，学生以小组方式探讨学习，总结出B2B类型企业的发展运营思路 | | | | |
| 学生训练内容 | 主要模式、各模式交易流程、各模式业务范畴、第三方交易平台业务流程 | | | | |
| 项目学习参考 | 中国制造网的企业案例 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，通过互联网查询学习中国制造网，绘制出中国制造网的组织结构图 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯、积极主动的学习作风；在了解事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 理实一体 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 2 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——B2B电子商务平台选择与操作 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生熟悉主要B2B电子商务平台的概况、特点，能够根据企业自身情况选择适合的平台；以1688平台的各项功能及基础操作为例进行讲解，帮助学生掌握B2B电子商务平台的功能及基础操作 | | | | |
| 教学重点 | B2B电子商务平台的模式  B2B电子商务代表性平台  阿里巴巴、慧聪网、敦煌网的平台特点  B2B电子商务平台的功能及基础操作 | | | | |
| 教学难点 | 根据企业情况进行B2B平台的选择  掌握B2B电子商务平台的操作方法 | | | | |
| 项目载体设计 | 以主要B2B电子商务平台的平台概况、特点为示例；以B2B电子商务平台的选择方法及1688平台的功能及基础操作说明为载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 以主要的B2B电子商务平台1688、慧聪网、敦煌网为例进行讲解，使学生了解主要B2B平台的概况特点，掌握B2B电子商务平台的选择方法；以1688平台为例进行讲解，通过课件展示它的各项平台功能及基础操作步骤，帮助学生掌握B2B电子商务平台的功能及基础操作 | | | | |
| 学生训练内容 | 平台模式、平台概况、平台特点、平台选择、平台功能、平台操作 | | | | |
| 项目学习参考 | 常用数据分析工具的使用说明 | | | | |
| 课外作业 | 以实训小组为单位，对1688的平台功能、会员差别、营销思路进行分析总结，完成表格内容的填写。 | | | | |
| 课后体会 | 学生不能自觉地深度完成任务，只能将任务做到表面水平，缺乏深度分析；组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境。 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——O2O认知 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生理解O2O电子商务的定义特点、业务范畴及商业模式分类，能够根据案例总结出O2O电子商务的业务流程，能够简单分析典型企业案例的O2O模式；了解020电子商务的发展历程，能够总结出B2B电子商务发展的趋势。 | | | | |
| 教学重点 | O2O电子商务的概念和特点  O2O电子商务的业务范畴和交易流程  O2O电子商务的发展历程  O2O电子商务的商业模式分类 | | | | |
| 教学难点 | 能够简单分析典型企业案例O2O商业模式  能够总结O2O电子商务的发展现状与前景 | | | | |
| 项目载体设计 | 以2017年O2O市场规模逼近万亿大关为案例导读，依托于行业背景及真实的数据分析，引导学生对B2B电子商务的功能、概念、业务范畴及发展历程展开全面认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 以2017年O2O市场规模逼近万亿大关为案例导读，学生分别分析案例中提到的美团点评、口碑、饿了么的商业模式，并从该案例总结出O2O电子商务的定义是什么？O2O电子商务的业务范畴是什么？开展O2O电子商务的业务流程是什么？ | | | | |
| 学生训练内容 | 内涵定义、业务范畴、业务流程、发展历程、商业模式 | | | | |
| 项目学习参考 | O2O电子商务企业案例学习  O2O电子商务历史重大事件学习 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，通过互联网搜索分析饿了么、美团点评、一应生活的商业模式，完成表格内容的填写 | | | | |
| 课后体会 | 学生缺乏积极主动性，不能深度挖掘学习内容，养成应付性的习惯。 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——O2O模式应用价值 | | | | |
| 教学目的 | 通过本节课内容学习，使学生熟悉O2O电子商务模式的营销价值和运营价值，使学生明确O2O电子商务模式的作用与意义，思考O2O类型企业的运营思路。 | | | | |
| 教学重点 | O2O电子商务的营销价值  O2O电子商务的运营价值  O2O电子商务的运营流程 | | | | |
| 教学难点 | 了解O2O类型企业的发展运营思路 | | | | |
| 项目载体设计 | 以O2O电子商务的营销价值和运营价值的及O2O模式运营流程为教学载体，让学生循序渐进地了解O2O电子商务的应用价值 | | | | |
| 项目情境设计 | 依次讲解O2O电子商务的营销价值与运营价值，在运营价值的讲解中，通过课件展示O2O模式的运营流程图，从本地商家、消费者、平台服务提供商三方面全面了解O2O模式的运营价值；学生通过小组讨论总结020模式的应用价值 | | | | |
| 学生训练内容 | 营销价值、运营价值、运营流程交易流程 | | | | |
| 项目学习参考 | O2O电子商务企业的运营案例 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，通过互联网搜索分析饿了么、美团点评、一应生活的运营流程，完成表格内容的填写 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯、积极主动的学习作风；在了解事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 理实一体 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——O2O模式消费者消费流程 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生熟悉O2O电子商务模式下消费者消费流程，包含引流、转化、消费、反馈、存留五个步骤，了解各流程步骤的操作内容，能够分析典型O2O企业案例中消费者的消费流程。 | | | | |
| 教学重点 | O2O线上及线下消费过程  引流、转化、消费、反馈、留存各流程工作内容 | | | | |
| 教学难点 | 分析典型O2O企业案例消费者消费流程 | | | | |
| 项目载体设计 | 以到店篇-口碑及到家篇-好慷在家为案例导读，依托于真实的企业背景及运营管理；以引流、转化、消费、反馈、存留一系列O2O消费者消费流程的内容讲解为载体。 | | | | |
| 项目情境设计 | 以口碑和好慷在家的案例进行讲解，引导学生思考O2O企业案例中的消费流程，依次展开引流、转化、消费、反馈、留存五个流程的内容讲解，学生通过小组学习的方式，总结出典型020企业案例中消费者的消费流程。 | | | | |
| 学生训练内容 | 线上消费过程、线下消费过程、消费者消费流程 | | | | |
| 项目学习参考 | O2O类型企业的营销特点分析 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，讨论自己或者周围人接触过的O2O电子商务平台，罗列在表格中并分析总结该平台的消费者消费流程 | | | | |
| 课后体会 | 学生的学习基础不够扎实，有很多内容需要重复性教育，需加强对以学知识的复习总结 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——电子支付认知 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生初步理解电子支付的功能、定义及基本特征，了解我国电子支付的发展历程及发展趋势，熟悉网络银行与网上支付系统，掌握电子支付工具的使用及电子支付的一般流程 | | | | |
| 教学重点 | 电子支付的定义和基本特征  电子支付的主要发展阶段及发展趋势  网络银行的定义、特征及业务流程  电子支付的工具类型  电子支付的交易流程 | | | | |
| 教学难点 | 能够使用网上银行进行电子支付  掌握电子支付的体系管理与设计的方法 | | | | |
| 项目载体设计 | 以支付公司未履行安全保障义务导致消费者购物款被盗转为导读案例，引导学生对电子支付的概念、特征、发展历程及发展趋势展开全面认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 以支付公司未履行安全保障义务导致消费者购物款被盗转为案例导读，引发学生思考电子支付的定义是什么？基本特征是什么？依次展开电子支付的概念特征，网络银行业务流程、电子支付工具使用及电子支付流程的讲解 | | | | |
| 学生训练内容 | 概念、基本特征、常发展历程、发展趋势、网上银行、电子支付工具、电子支付流程 | | | | |
| 项目学习参考 | 网上银行的开通及操作 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，利用互联网查询，总结电子支付较传统支付的优势  开通所持银行卡的网上银行，并通过网上银行完成一笔支付 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯、积极主动的学习作风，深度挖掘学习内容，打好坚实的学习基础 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——第三方支付 | | | | |
| 教学目的 | 通过本节课内容学习，使学生了解第三方支付的概念特征，熟悉常见的第三方支付平台，掌握以B2C交易为例的第三方支付模式的交易流程，掌握平台依托、行业应用、银行收单及预付卡这四种第三方支付模式 | | | | |
| 教学重点 | 第三方支付的概念特点  第三方支付的平台概述  第三方支付的交易流程  第三方支付的主要模式 | | | | |
| 教学难点 | 掌握第三方支付平台及其优势  使用第三方支付平台进行网络支付 | | | | |
| 项目载体设计 | 以第三方支付的概念特征、平台概述、交易流程及主要模式分析为教学载体，让学生全面地掌握第三方电子支付的使用 | | | | |
| 项目情境设计 | 依次讲解第三方支付的概念特征、交易平台、交易流程及主要模式；学生通过小组讨论总结第三方支付平台的交易流程并分析其主要模式 | | | | |
| 学生训练内容 | 概念、基本特点、支付平台、交易流程、主要模式 | | | | |
| 项目学习参考 | 常见第三方支付平台的注册与开通 | | | | |
| 课外作业 | 完成支付宝的注册操作流程，掌握支付宝的功能特点与使用方法；通过对比支付宝、微信、银联在线三者开通所需条件，了解不同的电子支付开通方法 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯，在了解事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 理实一体 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——电子商务信息安全 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生了解电子商务面临的安全威胁，明确电子商务信息安全的各项基本要求并学习如何建立电子商务安全保障系统，同时掌握实现电子商务信息安全各项技术的应用 | | | | |
| 教学重点 | 电子商务面临的安全威胁  电子商务信息安全的基本要求  实现电子商务信息安全的技术 | | | | |
| 教学难点 | 能够识别电子商务存在的交易风险  能够建立电子商务安全保障系统 | | | | |
| 项目载体设计 | 以支付公司未履行安全保障义务导致消费者购物款被盗转为导入案例，以电子商务面临的安全威胁、电子商务信息安全的基本要求和实现电子商务信息安全的技术应用的教学内容为载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 通过支付公司未履行安全保障义务导致消费者购物款被盗转的案例，引发学生思考电子商务交易过程中存在的安全问题。依次讲解电子商务面临的安全威胁、电子商务信息安全的基本要求和实现电子商务信息安全的技术应用 | | | | |
| 学生训练内容 | 安全威胁、基本要求、安全体系保障、安全技术类型、安全技术使用 | | | | |
| 项目学习参考 | 电子信息各项安全技术的操作流程 | | | | |
| 课外作业 | 在互联网上为自己搜索一款合适的防火墙软件，进行必要的分析和判断后在自己的电脑上进行安装使用 | | | | |
| 课后体会 | 学生的学习基础不够扎实，有很多内容需要重复性教育，需加强对以学知识的复习总结 | | | | |

课程名称:传统电子商务平台创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 理实一体 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 传统电子商务平台创业——电子商务安全防范措施 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生明确电子商务安全威胁的对象，了解电子商务安全的风险来源，熟悉交易方的自身安全保障技术与电子商务安全的灾难拯救计划，使学生能够掌握电子商务安全的防范措施及风险应对措施 | | | | |
| 教学重点 | 电子商务安全威胁对象的分析  电子商务安全的风险来源  交易方自身安全保障技术的应用  电子商务安全的灾难拯救计划实施 | | | | |
| 教学难点 | 掌握电子商务安全的防范措施及风险应对措施 | | | | |
| 项目载体设计 | 以支付公司未履行安全保障义务导致消费者购物款被盗转为导入案例，以电子商务安全威胁的对象、电子商务安全的风险来源和电子商务安全风险的应对措施的教学内容为载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 通过支付公司未履行安全保障义务导致消费者购物款被盗转的案例，引发学生思考购物网站在此事件中应承担什么样的责任？支付机构在事件发生后应采取哪些措施以防止相同事件的发生？此时支付机构应采取什么应对措施？ | | | | |
| 学生训练内容 | 安全威胁对象、风险来源、交易方自身安全保障技术、灾难拯救计划 | | | | |
| 项目学习参考 | 电子商务安全相关法律法规 | | | | |
| 课外作业 | 注册一个阿里巴巴账号，对同一商品选择三家供应商，并对这三家供应商作对比，分析其诚信情况，具体分析结果填入下表 | | | | |
| 课后体会 | 学生缺乏积极主动性，不能深度挖掘学习内容，养成应付性的习惯。 | | | | |

**教案（第四章）6课时**

课程名称:新媒体电商

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 新媒体电商——网络营销（传统营销）认知 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生了解物流在电子商务中的作用，理解电子商务物流的概念及特点，能够从案例企业中总结电子商务物流的一般工作流程；了解电子商务物流的发展历程及发展趋势 | | | | |
| 教学重点 | 网络营销的起源  中国网络营销的发展历程  网络营销的概念特点  网络营销的八大职能  网络营销职能间的关系 | | | | |
| 教学难点 | 了解网络营销与传统营销的区别 | | | | |
| 项目载体设计 | 以“五粮液，让世界更和美”网络营销案例为引导，依托于真实的行业背景与营销方案，引导学生对网络营销展开全面认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 以“五粮液，让世界更和美”网络营销案例为引导，引发学生思考网络营销的定义是什么？企业可以用哪些网络工具进行网络营销？展开网络营销的起源与发展历程的介绍，通过课件展示详细讲解网络营销的定义及八大职能并分析各职能间的关系 | | | | |
| 学生训练内容 | 起源、发展历程、概念特点、八大职能、各职能间关系 | | | | |
| 项目学习参考 | 网络营销的职能应用 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，通过互联网查询学习总结网络营销的八大职能以及各项职能在企业中的应用案例。 | | | | |
| 课后体会 | 学生不能自觉地深度完成任务，只能将任务做到表面水平，缺乏深度分析；组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境。 | | | | |

课程名称:新媒体电商

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 2 |
| 项目（任务）名称 | 新媒体电商——网络营销工具 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生熟悉常见的网络营销工具，了解企业官方网站、搜索引擎、第三方电子商务平台、社会化媒体、网络视频、网络广告、电子邮件等网络营销工具的特点与作用，明确网络营销工具体系，能够根据案例总结常见网络营销工具的使用方法 | | | | |
| 教学重点 | 常见的网络营销工具认知  企业官方网站、搜索引擎、第三方电子商务平台、社会化媒体、网络视频、网络广告、电子邮件等网络营销工具的特点与作用  常用网络营销工具体系 | | | | |
| 教学难点 | 掌握常见网络营销工具的使用方法 | | | | |
| 项目载体设计 | 以小米商城的网络营销为案例引导，依托于真实的行业背景与企业调研，以常见网络营销工具与常用网络营销工具体系为教学载体，让学生全面地掌握网络营销工具的使用方法 | | | | |
| 项目情境设计 | 以小米商城的网络营销为案例导入，引发学生思考网络营销的常用工具有哪些？依次对企业官方网站、搜索引擎、第三方电子商务平台、社会化媒体、网络视频、网络广告、电子邮件等常见网络营销工具的详细讲解 | | | | |
| 学生训练内容 | 常用工具分类、常用工具的特点与作用、常用工具体系 | | | | |
| 项目学习参考 | 各大企业的网络营销案例 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，通过互联网查询学习，列举常见的网络营销工具以及各种工具在各大企业中的使用案例。 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯，在了解事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。 | | | | |
| 课后体会 | 组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境；学生需养成独立思考的习惯，拘泥与传统，敢于创新、发现 | | | | |

课程名称:新媒体电商

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 3 |
| 项目（任务）名称 | 新媒体电商——新媒体营销与新媒体电商 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引导，内容讲授，使学生理解新媒体电商的概念特点及运作方式，能够区分新媒体与传统媒体，了解新媒体营销的战略定位、平台选择、内容生成、双重互动及资源整合，能够根据企业需求制定合理的新媒体营销方案 | | | | |
| 教学重点 | 新媒体营销的概念与特点  新媒体媒体营销的战略定位、平台选择、内容生成、双重互动及整合资源 | | | | |
| 教学难点 | 能够根据企业需求制定合理的新媒体营销方案，布局新媒体电商 | | | | |
| 项目载体设计 | 以抖音快手平台的算法推介为案例导引，以新媒体营销的概念特点、运作方式、战略定位、平台选择、内容生成、双重互动及资源整合为教学载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 以抖音快手平台平台优秀成功案例为导引，展开新媒体概念及特点的介绍及新媒体营销与传统营销的运作模式及优劣势对比；以课件形式讲解新媒体营销的战略定位、平台选择、内容生成、双重互动及资源整合 | | | | |
| 学生训练内容 | 概念、特点、运作方式、战略定位、平台选择、内容生成与双重互动、整合资源 | | | | |
| 项目学习参考 | 各大企业的短视频推广方案 | | | | |
| 课外作业 | 教师指定商品或者企业，学生以个人为单位，编写一条营销内容，并发布在个人短视频平台上。 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯，在了解新事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。感受新媒体电商未来发展趋势；了解新媒体电商对企业的重要性。 | | | | |

**教案（第五章）4课时**

课程名称:跨境电商创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 跨境电商创业——认识跨境电子商务 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生理解跨境电子商务的定义、特点及优势，能够根据案例企业总结出跨境电子商务的交易流程；了解电子商务的发展历程、机遇及挑战，能够总结出我国跨境电子商务发展的趋势 | | | | |
| 教学重点 | 跨境电子商务的定义与优势分析  跨境电子商务的交易流程  跨境电子商务的发展历程  跨境电商给传统外贸业务带来的机会  跨境电子商务面临的挑战 | | | | |
| 教学难点 | 总结我国跨境电子商务的发展现状与趋势 | | | | |
| 项目载体设计 | 以顶尖亚马逊卖家Anker案例为引导，依托于真实的行业背景与企业调研，引导学生对跨境电子商务的概念特点、交易流程、发展历程、机遇与挑战展开全面认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 以顶尖亚马逊卖家Anker为引导案例，引发学生思考跨境电子商务的业务范畴是什么？跨境电子商务的交易流程是什么？跨境电子商务有什么优势？学生以小组讨论形式学习跨境电子商务的发展历程、机遇与挑战 | | | | |
| 学生训练内容 | 概念、优势、交易流程、发展历程、发展机遇、面临的挑战 | | | | |
| 项目学习参考 | 我国跨境电子商务各发展阶段的重要事件 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，学生利用互联网进行搜索与查看，统计出从事不同跨境内容的四家企业并分析其概况，认识更多跨境电商平台：速卖通、虾皮、wish等 | | | | |
| 课后体会 | 学生不能自觉地深度完成任务，只能将任务做到表面水平，缺乏深度分析；组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境。 | | | | |

课程名称:跨境电商创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 跨境电商创业——跨境电子商务的发展现状及趋势 | | | | |
| 教学目的 | 通过案内容讲授，使学生明确我国跨境电子商务的发展现状，总结我国跨境电子商务的发展特点，了解我过跨境电子商务的发展趋势，从而分析我国跨境电子商务发展过程中存在的问题 | | | | |
| 教学重点 | 我国跨境电子商务的发展现状  我国跨境电子商务的发展特点  我国跨境电子商务的发展趋势 | | | | |
| 教学难点 | 分析我国跨境电子商务发展过程中存在的问题 | | | | |
| 项目载体设计 | 以中国手机网民规模及其占网民比例的统计表格为引导，依托于真实的行业数据，以我国移动电子商务的发展现状、发展特点及发展趋势为教学载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 以中国手机网民规模及其占网民比例的统计表格为引导，依次展开对我国移动电子商务的发展现状、发展特点及未来发展趋势的详细介绍 | | | | |
| 学生训练内容 | 发展现状、发展特点、发展趋势 | | | | |
| 项目学习参考 | 跨境电商市场规模调研报告、跨境电商行业领域调研报告 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，对搜集到的四家跨境电商企业目前存在的发展优势及劣势进行分析，并针对劣势提出优化建议 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯，在了解事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。 | | | | |

课程名称:跨境电商创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 跨境电商创业——跨境电子商务平台分析 | | | | |
| 教学目的 | 通过内容讲授，使学生熟悉主流的跨境电商平台，了解他们的平台概况及特点，了解他们的主要销售市场及优劣势对比，掌握跨境电子商务平台运营模式，掌握选择跨境电商平台的方法，能够根据企业自身的情况选择合适的跨境电商平台进行入驻 | | | | |
| 教学重点 | 主流跨境电子商务平台的销售市场分析  主流跨境电子商务平台的概况分析  主流跨境电商平台特点及物流特点  主流跨境电商平台优劣势对比分析 | | | | |
| 教学难点 | 根据企业自身的情况选择合适的跨境电商平台进行入驻 | | | | |
| 项目载体设计 | 以主流跨境电子商务平台的平台概述、平台特点、物流特点、主要销售市场及优劣势对比为教学载体，让学生对跨境电子商务开全面的认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 以表格的形式进行阿里国际站、速卖通敦煌网、eBay、亚马逊、wish五大平台的平台介绍及主要销售市场、平台特点及物流特点、平台优劣势的对比分析 | | | | |
| 学生训练内容 | 阿里国际站、速卖通、敦煌网、eBay、亚马逊、wish的平台概况、特点、市场分析及优劣势对比 | | | | |
| 项目学习参考 | 跨境电商平台的基础操作流程 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，利用互联搜索查询，分析阿里国际站、速卖通、敦煌网、eBay、亚马逊、wish等平台的运营模式、商家入住条件和支付方式，完成表格 | | | | |
| 课后体会 | 组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境；学生需养成独立思考的习惯，拘泥与传统，敢于创新、发现 | | | | |

课程名称:跨境电商创业

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 跨境电商创业——跨境电子商务的岗位认识 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例讲解，内容讲授，使学生理解跨境电子商务行业不同岗位要求及具体工作内容，掌握跨境电子商务行业不同的岗位设置，掌握胜任跨境电商企业相关岗位的岗位职能和职业素养 | | | | |
| 教学重点 | 跨境电子商务初、中、高级岗位的岗位要求  跨境电子商务初、中、高级岗位的具体工作内容 | | | | |
| 教学难点 | 掌握胜任跨境电商企业相关岗位的岗位职能和职业素养 | | | | |
| 项目载体设计 | 以wish平台注册及产品发布为案例引导，以跨境电子商务初级、中级、高级岗位的要求及工作内容为教学载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 以wish平台注册及产品发布为引导案例，依次讲解跨境电子商务初级、中级、高级岗位的工作要求及具体工作内容；学生以小组讨论形式学习跨境电子商务行业不同的岗位设置 | | | | |
| 学生训练内容 | 岗位要求、岗位工作内容、不同岗位设置 | | | | |
| 项目学习参考 | wish平台注册及产品发布 | | | | |
| 课外作业 | 学生根据教师提供的操作步骤完成wish店铺的注册并设置店铺账号信息，进行产品发布 | | | | |
| 课后体会 | 学生缺乏积极主动性，不能深度挖掘学习内容，养成应付性的习惯。 | | | | |

**教案（第六章）2课时**

课程名称:电子商务与物流管理

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务与物流管理——物流认知 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生了解物流在电子商务中的作用，理解电子商务物流的概念及特点，能够从案例企业中总结电子商务物流的一般工作流程；了解电子商务物流的发展历程及发展趋势 | | | | |
| 教学重点 | 电子商务与物流的关系  物流在电子商务中的作用  电子商务物流的概念特点  电子商务物流的一般过程  电子商务物流的发展趋势 | | | | |
| 教学难点 | 了解电子商务物流与普通物流的区别  熟知电子商务物流的配送流程 | | | | |
| 项目载体设计 | 以美国UPS公司的物流服务工作为导读案例，依托于真实的行业背景与企业调查，引导学生对电子商务物流展开全面认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 以美国UPS公司的物流服务工作为案例导读，引发学生思考UPS物流服务工作主要包含哪些内容？电子商务与物流的关系是什么？电子商务物流的基本特征是什么？电子商务物流的一般过程是什么？ | | | | |
| 学生训练内容 | 电子商务与物流关系、概念、基本特征、工作过程、发展趋势 | | | | |
| 项目学习参考 | 电子商务物流系统与功能要素 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，对常见的几大物流企业的服务态度、发货速度、网站查件、邮费情况、网店分部及服务优势进行对比。 | | | | |
| 课后体会 | 学生不能自觉地深度完成任务，只能将任务做到表面水平，缺乏深度分析；组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境。 | | | | |

课程名称:电子商务与物流管理

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务与物流管理——电子商务物流应用 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生理解电子商务物流的主要模式及分类，熟悉电子商务物流的常见技术，掌握电子商务物流方式和技术应用，能够为不同属性的商品确定合适的配装方法，能够根据商品的属性和相关因素选择合适的物流配送方法 | | | | |
| 教学重点 | 电子商务物流的主要模式与分类  常见的电子商务物流方式  电子商务物流技术的应用方法  物流服务对各类商品的要求 | | | | |
| 教学难点 | 能够根据商品的属性和相关因素选择合适的物流配送方法 | | | | |
| 项目载体设计 | 以京东的物流配送体系为案例导入，以电子商务模式分类、电子商务技术和应用为教学载体，让学生全面地掌握电子商务物流的应用 | | | | |
| 项目情境设计 | 以京东的物流配送体系为案例导入，引发学生思考京东物流属于哪种模式？京东在物流配送中应用了哪些技术？依次展开讲解电子商务物流的主要模式、常见的电子商务物流技术和应用 | | | | |
| 学生训练内容 | 主要模式、模式分类、常见物流方式、物流技术和应用 | | | | |
| 项目学习参考 | 物流信息技术的应用 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，对电子商务物流模式的特点进行分析总结，完成表格  以小组为单位，对电子商务物流技术进行分析，明确其在物流中的应用表现，完成表格 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯，在了解事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。 | | | | |

**教案（第七章）2课时**

课程名称:电子商务法律规范

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 2 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务法律规范 | | | | |
| 教学目的 | 内容讲授，是学生对法律法规有宏观认知，对我国的法律体系有完整了解，对电子商务行业的交易活动法律主体和法律关系有充足的认识。 | | | | |
| 教学重点 | 我国的法律体系  电子商务法立法背景  《电子商务法》及相关法律  重点法律条款解读  电子商务活动相关法律 | | | | |
| 教学难点 | 对从事电子商务的相关法律的归纳和了解，对执法机构的了解。 | | | | |
| 项目载体设计 | 电子商务法立法背景和立法部门。 | | | | |
| 项目情境设计 | 通过案例导入，让学员熟悉电子商务法体系包含的内容。 | | | | |
| 学生训练内容 | 主要模式、模式分类、常见物流方式、物流技术和应用 | | | | |
| 项目学习参考 | 电子商务法全文 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，对电子商务法规范的法律主体特点进行分析总结  以小组为单位，对电子商务法相关法律进行归纳，完成表格 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯，并在学习课堂知识基础上，具备深入查阅资料，获取更多知识的意识和能力。 | | | | |

**教案（第八章）4课时**

课程名称:电子商务实践应用

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务实践应用——移动电子商务发展历程 | | | | |
| 教学目的 | 通过案例引入，内容讲授，使学生理解移动电子商务的概念、特点及运作流程，能够区分移动电子商务与传统电子商务，了解移动电子商务物流的发展历程，能够掌握移动电子商务的基本类型 | | | | |
| 教学重点 | 移动电子商务的概念特点  移动电子商务的运作流程  移动电子商务各阶段发展特点 | | | | |
| 教学难点 | 能够掌握移动电子商务的基本类型 | | | | |
| 项目载体设计 | 以京东微选案例为引导，依托于真实的行业背景与企业调研，引导学生对移动电子商务的概念特点、运作流程、发展历程开全面认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 以京东微选为引导案例，引发学生思考“微选”的出现，将如何影响移动电商的市场格局？移动电商的未来发展趋势是什么？移动电子商务的概念是什么？移动电子商务有什么特点？ | | | | |
| 学生训练内容 | 概念、特点、运作流程、发展历程、各发展阶段特点 | | | | |
| 项目学习参考 | 我国移动电子商务各发展阶段的重要事件 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，通过互联网查询易观智库产业数据库或其他行业权威统计数据，对移动互联网市场和用户规模进行分析 | | | | |
| 课后体会 | 学生不能自觉地深度完成任务，只能将任务做到表面水平，缺乏深度分析；组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境。 | | | | |

课程名称:电子商务实践应用

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务实践应用——移动电子商务的发展现状及趋势 | | | | |
| 教学目的 | 通过案内容讲授，使学生明确我国移动电子商务的发展现状，总结我国移动电子商务的发展特点，了解我过移动电子商务的发展趋势，从而分析我国移动电子商务发展过程中存在的问题 | | | | |
| 教学重点 | 我国移动电子商务的发展现状  我国移动电子商务的发展特点  我国移动电子商务的发展趋势 | | | | |
| 教学难点 | 分析我国移动电子商务发展过程中存在的问题 | | | | |
| 项目载体设计 | 以中国手机网民规模及其占网民比例的统计表格为引导，依托于真实的行业数据，以我国移动电子商务的发展现状、发展特点及发展趋势为教学载体 | | | | |
| 项目情境设计 | 以中国手机网民规模及其占网民比例的统计表格为引导，依次展开对我国移动电子商务的发展现状、发展特点及未来发展趋势的详细介绍 | | | | |
| 学生训练内容 | 发展特点、发展现状、发展趋势 | | | | |
| 项目学习参考 | 移动电子商务市场规模调研报告、移动电子商务行业领域调研报告 | | | | |
| 课外作业 | 通过网络搜索移动电子商务、移动支付、APP、二维码、HS、小程序，查看相关文章、新闻、热点事件，从而对移动电子商务主要关键词有所了解。 | | | | |
| 课后体会 | 学生需养成独立思考的习惯，在了解事物的框架结构的背景下，学会逻辑性的思考问题，不拘泥与传统，敢于创新、发现。 | | | | |

课程名称:电子商务实践应用

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务实践应用——微商认知 | | | | |
| 教学目的 | 通过内容讲授，使学生理解微商的概念、特点、交易流程，掌握微商B2B、微商B2C及微商C2C的定义及交易流程，能够总结微商行业的发展趋势，对我过微商行业有全面的认知 | | | | |
| 教学重点 | 微商概念及交易流程  微商的模式划分及分析  微商模式的优势分析  我国微商行业的发展趋势 | | | | |
| 教学难点 | 能够认识微商及其主要模式 | | | | |
| 项目载体设计 | 以微商的概念、交易流程、模式划分、行业发展趋势为教学载体，让学生对微商展开全面的认知 | | | | |
| 项目情境设计 | 以课件展示的形式依次展开讲解微商的概念特点、交易流程、微商B2B、微商B2C、微商C2C的定义，总结我国微商行业的发展趋势；学生以小组讨论形式进行知识点的学习 | | | | |
| 学生训练内容 | 概念定义、交易流程、微商B2B、微商B2C、微商C2C | | | | |
| 项目学习参考 | 典型微商案例的学习 | | | | |
| 课外作业 | 以小组为单位，利用互联网搜集典型微商案例并分析其运营模式及交易流程，完成表格的填写 | | | | |
| 课后体会 | 组与组之间、人与人之间缺乏沟通，共同成长的环境；学生需养成独立思考的习惯，拘泥与传统，敢于创新、发现 | | | | |

课程名称:电子商务实践应用

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教师姓名 |  | 授课班级 |  | 授课形式 | 教师讲解 |
| 授课日期 |  | | | 授课时数 | 1 |
| 项目（任务）名称 | 电子商务实践应用——微店应用 | | | | |
| 教学目的 | 通过内容讲授，使学生理解微网店的定义及主要类型，了解微店、有赞微商城及萌店的平台概况和平台功能，掌握微店的注册开通及产品发布流程，并能够根据微店平台的功能进行基本操作及基础运营。 | | | | |
| 教学重点 | 微网店的定义及主要类型  主流微网店平台的概况特点  微网店的注册开通流程  微网店的产品发布流程 | | | | |
| 教学难点 | 根据微店平台的功能进行基本操作及基础运营 | | | | |
| 项目载体设计 | 以微店、有赞微商城、萌店的平台概况及品台功能为载体，以微店为案例，带领学生进行微店的注册开通及产品发布 | | | | |
| 项目情境设计 | 通过对微店、有赞微商城、萌店的平台概况及平台功能的讲解，以微店为例，以教学课件为辅助，带领学生进行微店平台注册、开通流程及产品发布流程的操作 | | | | |
| 学生训练内容 | 定义、主要类型、主流平台、平台概况特点、注册开通、产品发布 | | | | |
| 项目学习参考 | 微店的装修及推广技巧 | | | | |
| 课外作业 | 学生在教师所提供的微商店中选择合适的平台进行微店搭建，完成账号注册、产品发布等工作 | | | | |
| 课后体会 | 学生缺乏积极主动性，不能深度挖掘学习内容，养成应付性的习惯。 | | | | |

电子商务创业演练

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 做好创业准备 | | | | | |
| 教学时数 | 2 | | 授课地点 |  | | |
| 授课形式 | 理论○ 实验○ 实训○测验○ 理实一体○ | | | | | |
| 授课班级 |  |  |  | |  | |
| 授课时间 |  |  |  | |  | |
| 教学目的 | 帮助学生了解创业基本概念、特征、意义、创业者必须具备的素质；  帮助学生认识创业团队的重要性和创业的基本流程。 | | | | | |
| 教学难点 | 创业流程 | | | | | |
| 教学重点 | 创业素质及团队的组建 | | | | | |
| 教学方法 | 课堂讲授、案例分析、师生互动 | | | | | |
| 教 具 | 多媒体 | | | | | |
| 教学过程（教学环节） | | | | | | 教学方法及时间分配 |
| **精彩故事**  李铭，某职业技术学院艺术设计专业毕业生，他所在的高校位于城市东郊，由于城市发展迅猛，校园周边的环境从原来的冷冷清清逐渐变成闹中带静的旺地。毕业后，李铭和几位同乡兼校友打算一起创业。原来他们在学院东门边上的一条巷子那开个饭馆……  小结：创业失败的原因有三：不懂经营、管理、财务，对所从事的饮食行业也没有认识，创业仅凭冲动；合作创业没有协议，对合作者的权利和义务没有规定，导致出现债务的时候要一人承担。  一、知识讲解  1.什么创业？  创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力对能够用的资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程。  （1）创业是一个创造的过程，身在其中的人都要付出努力和劳动；  （2）创业的本质在于整合资源，在于商业价值的发掘与利用，要创造和认识到事物发展的新的商业途径；  （3）创业是追求价值实现的过程，包谷个人价值的满足和实现，也包括社会价值的满足与实现。  2.创业的特征  （1）创业的自发性。  （2）创业的风险性。  （3）创业的创新性。  3.创业者的素质  适应能力——应付新情况的能力；  竞争性——愿意与其他人相互竞争；  自信——相信自己能做成计划中的事；  纪律——专注并坚持计划原则的能力；  动力——有努力工作实现个人目标的渴望；  诚实——讲实话并以诚待人；  组织——有能力安排好自己的生活，并使任务和信息条理化；  毅力——拒绝放弃，愿意明确目标，并努力实现，哪怕有障碍；  说服力——劝说别人明白你的观点并使他们对你的观点感兴趣；  冒险——有勇气使自己面临失败（性格决定命运）  理解——有倾听并同情他人的能力；  视野——能够在努力工作实现目标时，看清最终目标并知道努力方向。  4.创业团队   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **类型** | **概 念** | **优 点** | **缺 点** | | 星状 | 有一个核心主导人物，充当了领军人的角色 | 决策程序简单  效率较高  组织机构紧密  稳定性较好 | 容易形成权力过分集中的局面  当成员和主导任务冲突严重时，往往选择离开 | | 网状 | 由志容易趣相投的伙伴组成，共同认可某一创业想法，共同进行创业 | 成员的地位较平等，有利于沟通和交流  成员关系较密切容易达成共识  成员不会轻易离开 | 结构较为松散  决策效率相对较低  容易导致整个团队的涣散  容易形成多头领导的局面 | | 虚拟星状 | 有一个核心成员，但核心成员地位是团队成员协商的结果 | 核心成员有一定的权威  既不过度集中，又不过分分散 | 核心人物的行为必须充分的考虑其他成员的意见，不像星状创业团队中的核心主导人物那样有权威 |   5.创业流程  创业的基本流程经历了机会识别与项目选择、团队建立、产品设计、财务规划和融资、office设立、项目执行、撰写创业计划书、公司登记、项目执行8个步骤。步骤之间是一种普通的关系，但并非所有的创业都遵循一定的步骤，有很多创业也会跨越步骤之间整合。  QQ截图20180408140714  二、案例分析  傅某是广东某高职未毕业的大三女学生，校园招聘的身影格外引人注目，因为是一个太年轻的老板。年轻老板成立的年轻的公司，目前已获得400万风投资金。她的公司是一家集互联网产品开发、运营、服务于一体的侧重于互联网+传媒服务业的文化产业公司，目前已经和多家地产企业集团有合作。创业路的起源于平时自己的唱歌跳舞的爱好，一次兼职校外经历让她萌发了是否可以将娱乐传媒业线上操作的创业想法，加上她平时谦虚好学，乐于向人请教，不懂ps，学着做；不懂策划活动，尝试合作；不懂互联网中的微信公众号平台，尝试自己设立；不懂APP，也尝试向人请教。一步一步的努力，她开始以APP为核心探讨利用互联网平台整合信息，便捷操作、交易透明等辅助演艺行业服务，同时可以为大型企业提供长期传媒活动外包服务 、提供婚庆发布会、影视等定制服务，演艺设备、场地、服饰等租赁服务等。  讨论：在校大学生创业之路，分析难点与痛点 | | | | | | 案例法  10分钟  讲授法  案例法  55分钟  讨论法  25分钟 |
| 布置作业 | | | | | |  |
| 学生在课外观看影片《中国合伙人》并写下心得体会 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 把握创业机会1 | | | | | |
| 教学时数 | 2 | | 授课地点 |  | | |
| 授课形式 | 理论○ 实验○ 实训○测验○ 理实一体○ | | | | | |
| 授课班级 |  |  |  | |  | |
| 授课时间 |  |  |  | |  | |
| 教学目的 | 帮助学生了解创新与创新意识的基本概念，掌握创新的方法；掌握创业意识的内容，掌握评估自己创业潜质的方法。 | | | | | |
| 教学难点 | 创新与创业 | | | | | |
| 教学重点 | 评估创业潜质 | | | | | |
| 教学方法 | 课堂讲授、案例分析、师生互动 | | | | | |
| 教 具 | 多媒体 | | | | | |
| 教学过程（教学环节） | | | | | | 教学方法及时间分配 |
| **精彩故事**  李惠月来自西安农村，1998年，19岁的她高中毕业以后一直留在家里。第二年初夏，她的爷爷得了脚气病，想穿早年的草鞋，可是草鞋早已绝迹了。父亲听说后就为爷爷编了双草鞋，爷爷穿上一试，开心地笑了。李惠月脑海中闪过一个念头，如果把草鞋改造成工艺品，岂不是赋予了其更高的价值？  说干就干，她和父亲将传统草鞋进行了一番改造，加进了一些可爱的小饰件，将首批100双时尚草鞋以每双10元钱的价格在西安的小商品市场进行出售，结果没多久就卖完了。随后，她回家招工赶货，将时尚草鞋卖进城市里的鞋店……  小结：创新意识帮助创业者最终开拓了一片新天地。  一、知识讲解  1.什么是创新及创新方法  （1）逻辑的创新方法  逻辑的创新方法是指通过对各种事物的认识、推理和联想等有序的组合进行再造的方法。其显著特点是科学性和严密性。逻辑的创新方法主要包括转移法、组合法、想象法、综合法等。  （2）转移法。将属于某一事物的规律或特征运用到其他事物上，进而实现创新活动的方法。例如，仿生学家根据蛙眼的视觉原理，研制成功了电子蛙眼，能够准确无误地识别出特定形状的物体。  （3）组合法。将几种事物的优越性用一定的形式“组合”起来，从而形成超越原来事物的创新方法。例如，水陆两栖坦克的发明等，就是人们将传统的坦克和船进行“组合”。  （4）想象法。在对原有事物的认识基础上，构思得出前所未有的事物的方法。  （5）综合法。针对具有相同或相异特点以及不同历史条件下的事物，按照一定的思路进行观念和形象的抽象，由此产生新的事物的创新方法。例如，系统论、控制论等学科的创立， 就是使用了综合法。  （6）非逻辑的创新方法  非逻辑的创新方法主要是运用形象思维或灵感思维进行创新的方法。其主要特点是在创新的关键部分不用逻辑思维方法（如推演、归纳、综合等），而是运用形象思维方法加以实现。非逻辑的创新方法主要包括以下几种：  （7）形象创新法。直接运用形象的知识进行创新的方法。例如，绘画、雕塑等均属于用形象思维的方式进行的创作。  （8）直觉创新法。采用人脑中猜测、洞察力等非逻辑功能进行创新的方法。例如，居里夫妇发现镭的过程，除了他们坚持不懈的努力之外，直觉也在他们发现镭的过程中起到了重要作用。  （9）灵感创新法。这是一种突然产生新形象、新概念、新思想的方法。需要注意的是， 只有经历了长期的创新性活动，才可能产生这种“突如其来”的成果，可以说是一个“量变到质变”的过程。  2.创业机会的类型  （1）技术机会。技术变化带来的创业机会，是最为常见的创业机会。具体表现形式主要有以下三类：  ① 新技术替代旧技 术。  ② 实现新功能、创造新产品的新技术的出 现。  ③ 新技术带来的新问 题。  （2）市场机会。市场变化产生的创业机会主要有以下四类：  ① 市场上出现了与经济发展阶段有关的新需求。  ② 当期由于市场供给缺陷产生的新商业机会。  ③ 先进国家（或地区）产业转移带来的市场机会。  ④ 从比较中寻找差距，差距中隐含着商机。  （3）政策机会。政府政策变化所赐予创业者的商业机会，主要有以下两类：  ① 政策变化可能带来新的商业机会。  ② 政府可能的政策变化。  3.评估创业机会的方法  （1）是否适合自己  a.你个人的经验、知识和能力与创业机会的要求之间是否匹配？  b.未来的企业有可以保持和发展的竞争优势吗？  c.这个创业机会有多大的利润空间？创业机会额有增长的潜力吗？  d.有明确和具体的目标客户吗？会带给他们什么具体的好处？投资的时机恰当吗？  e.有没有致命的弊端或限制因素（内、外部）可能令创业项目失败？  （2）所选项目或产品的市场前景如何  （3）是否从实际出发  a.尽量选择初始投入资金较少、资金周转期短的创业机会。  b.避免技术性过高的创业机会。  （4）创业机会的潜力是否较大  a.针对现有的产品与服务，重新设计改良。  b.紧跟新趋势、新潮流。  c.重点考虑有特色的创业机会。  d.时机合适。  二、小组讨论  题目：创业项目选定与评估  目标：能够选定与所学专业相关的创业项目，并能结合自己的情况，对该创业项目进行评估  活动过程  1. 将学生分成若干小组，每组4~6 人。  2. 组员根据所学专业，结合前面介绍的选定创业项目应考虑的因素，选定自己的创业项目。  3. 组员各自介绍自己的创业项目，并结合自己的情况，从多个方面对该创业项目进行自评。之后，小组其他成员进行点评。  4. 每个小组选出一个最好的创业项目进行汇报，全班同学进行点评，教师进行总结。  思考与讨论  自己选择一个创业项目，根据下列内容进行可行性评估，然后进行交流。   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 序号 | 项目评估内容 | 优势 | 劣势 | 对项目影响的重要程度排名 | 结论 | | 1 | 与专业契合度 |  |  |  |  | | 2 | 创业资金来源 |  |  |  | | 3 | 家庭背景 |  |  |  | | 4 | 合作团队 |  |  |  | | 5 | 创业环境 |  |  |  | | 6 | 创业前景 |  |  |  | | 7 | 风险评估 |  |  |  | | 8 | 营销模式 |  |  |  | | 9 | 受益群体 |  |  |  | | 10 | 创业政策 |  |  |  | | 11 | 店址选择 |  |  |  | | 12 | …… |  |  |  | | | | | | | 案例法  5分钟  讲授法  55分钟  讨论法  30分钟 |
| 布置作业 | | | | | |  |
| 小组成员继续完善创业项目，并形成汇报ppt。 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 把握创业机会2 | | | | | |
| 教学时数 | 2 | | 授课地点 |  | | |
| 授课形式 | 理论○ 实验○ 实训○测验○ 理实一体○ | | | | | |
| 授课班级 |  |  |  | |  | |
| 授课时间 |  |  |  | |  | |
| 教学目的 | 帮助学生了解几种典型创业模式和选定创业项目应考虑的因素。 | | | | | |
| 教学难点 | 创业模式 | | | | | |
| 教学重点 | 大学生创业模式 | | | | | |
| 教学方法 | 课堂讲授、案例分析、师生互动 | | | | | |
| 教 具 | 多媒体 | | | | | |
| 教学过程（教学环节） | | | | | | 教学方法及时间分配 |
| **精彩故事**  2012 年11 月，复旦大学国际关系学院的刘虹和丰蓓即将被保送研究生，升学无忧的两人开始盘算：毕业前的一段空余时间能做点什么呢？思考之后，开一家小店—— 这个曾经在她们心头盘桓了许久的想法，开始逐渐清晰。于是两个女孩拉上好友朱晨，“生活色拉”的创业计划开始启动……  小结：以上案例的创业模式因其低投入、低风险的特点而常常被大学生创业者广为接受，但这并非创业的唯一方式，更不是接近成功的不二法门。那么，就大学生创业者而言，选择什么创业模式更可能接近成功呢？  一、知识讲解  1.创业模式分类  根据创业动机的不同，可将创业模式分为机会拉动型创业和生存推动型创业。根据创业主体的差异，可以将创业模式划分为个人独立创业和公司附属创业。按照创业中生产要素的不同，即根据是否主要依靠技术创新获取价值增值和竞争优势的标准，创业模式还可分为以技术创新为主的创业和以非技术创新为主的创业。  2.典型的创业模式  （1）互联网创业——网中自有黄金屋  互联网创业主要有以下优点：门槛低，成本少，风险低，方式灵活，特别适合初涉商海的创业者。对初次尝试网络创业的大学生而言，互联网创业事先要进行多方调研，选择既适合自己产品特点又具有较高访问量的电子商务平台。相比较来说，网上加盟的方式可能更适合大学生，这样能在较少的投入下启动创业项目，一边熟悉经营规则，一边依托成熟的电子商务平台发展壮大。  （2）加盟创业——站在巨人的肩上  加盟创业以其分享品牌、分享经营、分享资源等诸多优势，而逐渐成为备受青睐的创业新方式。目前，连锁加盟有直营、委托加盟、特许加盟等形式，投资金额根据商品种类、店铺要求、技术设备的不同而不同，可满足不同需求的创业者。加盟创业的最大特点是利益共享、风险共担。创业者只需支付一定的加盟费，就能借用加盟商的品牌优势，利用现成的商品和市场资源，并能长期得到专业指导和配套服务，分享总部提供的培训、管理、广告、促销等支持，而不必摸着石头过河，从而大大降低了创业风险。对初次尝试加盟创业的大学生而言，选择加盟企业是加盟创业中最重要的一环。  （3）兼职创业——鱼和熊掌或可兼得  孟子说：“鱼，我所欲也，熊掌，亦我所欲也；二者不可得兼，舍鱼而取熊掌者也。”但就创业而言，未必不可以尝试一种鱼与熊掌兼得的方式—— 兼职创业。  （4）团队创业——众人划桨开大船  团队创业，是指具有互补性或者有共同兴趣的成员合伙组成团队进行创业。团队创业有将资本、人力化零为整的优势，使一些有着相似经历、背景的创业者们因为某个项目而聚集在团队创业的大旗之下，共同开创一番事业。  （5）概念创业——从点子中挖掘金矿  概念创业, 顾名思义就是凭借创意、点子、想法创业。当然, 这些创业概念必须标新立异, 至少在打算进入的行业或领域内是个创举, 只有这样, 才能抢占市场先机, 才能吸引风险投资商的眼球。同时, 这些超常规的想法还必须具有可操作性, 而非天方夜谭。概念创业适合本身没有很多资源的创业者, 需要通过独特的创意来获得各种资源, 包括资金、人才等。  （6）内部创业——员工到老板的轻松起跳  内部创业在资金、设备、人才等各方面资源利用的优势显而易见。由于创业者对于企业环境非常熟悉，在创业时一般不存在资金、管理和营销网络等方面的问题，可以将精力集中于新市场领域的开拓。同时由于企业内部提供的创业环境较为宽松，即使创业失败，创业者也只需承担较小的责任，从而大大地减小了创业风险。  （7）工作室创业—— “躲进小楼成一统”  门槛低、易操作是工作室创业优于公司创业的最大特色。在工作室创业之初，创业者不需要注册，不需要办理各种繁琐的手续，甚至不需要办公场地，在家即可。由于工作室几乎没有其他成本，因而其产品和服务价格具有相当强的竞争力。这也是工作室在短短几年内迅速兴起的重要原因。  二、小组讨论  主题：在校大学生的创业模式探讨  目标：复习前面介绍的几种创业模式  活动过程  1. 教师将学生分成若干小组，每组4~6 人。  2. 每组组员讨论的问题：  ①上面所述的几种创业模式中，适合在校大学生的创业模式有哪几个？  ②针对适合在校大学生的创业模式，各举一个例子。  ③如何做到学业和创业两不误？最后由选出的本组代表统一意见并记录。 | | | | | | 案例法  10分钟  讲授法  50分钟  讨论法  30分钟 |
| 布置作业 | | | | | |  |
| 同学们在课后观看影片《大创业家》并写下心得体会 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 实施创业计划1 | | | | | |
| 教学时数 | 2 | | 授课地点 |  | | |
| 授课形式 | 理论○ 实验○ 实训○测验○ 理实一体○ | | | | | |
| 授课班级 |  |  |  | |  | |
| 授课时间 |  |  |  | |  | |
| 教学目的 | 初步掌握创业计划书制订的相关步骤。 | | | | | |
| 教学难点 | 制订创业计划书的流程 | | | | | |
| 教学重点 | 制订创业计划书的构成 | | | | | |
| 教学方法 | 课堂讲授、案例分析、师生互动 | | | | | |
| 教 具 | 多媒体 | | | | | |
| 教学过程（教学环节） | | | | | | 教学方法及时间分配 |
| **精彩故事**  小王学的是生物工程专业，毕业于某职业技术学院。毕业后，他顺利进入一家发展新型农业技术的公司工作，因为专业对口而且勤奋努力，很快就成为部门的骨干，但是小王一直怀揣着自己创业的梦想。他发现新型农业技术非常有发展前景。在公司工作了两年后，小王辞去工作，开始自己创业。但是小王很快就发现创业并没有想象中的那么容易，在付过房租、完成企业注册、购买完相应设备后，小王发现手中的资金已经所剩无几……  小结：小王的创业经历代表很多创业者的困惑，风险投资机构和个人之所以不愿意投资给小王，原因就是小王没有将企业的自身情况和综合能力有效展示给对方，而创业计划书恰恰就能解决这样的问题。  一、知识讲解  1.什么是创业计划书  创业计划书是创业者计划创立的业务的书面摘要，是一份全方位的商业计划。融资过程中的创业计划书通常是递交给投资商的，以便于他们能对企业或项目作出评判，从而使企业获得融资。  创业计划书的核心主题是介绍企业，而不是介绍单一的技术或项目，所以创业者一定要注意计划书撰写的主体角色。  2.创业计划书的制订流程  第一阶段：创业计划构思具体化  创业者对将要开创的事业给予细致的思考，并考虑细化的构思，确定创业项目以及实施相关时间进度表和工作进程。  第二阶段：市场调查和建立客户联系  创业者要准备一份客户调查纲要，了解潜在客户的数量、他们愿意支付的价格、产品或服务实现的客户价值。此外，收集竞争对手的信息、产品的定位、目标客户的消费特征、哪些方面得到客户的较好的认可、哪些方面还需要改进。了解对于购买决策者来说可能导致他们拒绝本产品或服务的原因。在调研过程中，与至少三个潜在客户建立联系，其中至少有一个是创业者将选做自己的销售渠道的客户。  第三阶段：创业计划文档制作  （1）市场目标和策略。这是创业计划的一个重要组成部分，建立在创业者所进行的客户调查和竞争者调查的基础之上。文档内容包括量化市场机会、如何把握这个机会、细化赢得目标收入的策略。  （2）实施。初创企业的运营，哪些是要达到目标最关键的成功因素，如何在创业计划中反映出这些优势，并且在所创办的企业中体现这些优势，是撰写过程的核心内容。  （3）小组。创业小组成员具备在本创业企业中所需的哪些能力，并说明企业发展过程中所需人员的情况。  （4）财务。创业企业在一定时间段内较为完整的财务预测与分析。财务分析要量化本企业的经营目标和企业生存发展所需的资金状况。    3. 创业计划书的撰写原则   |  |  | | --- | --- | | 序号 | 撰写要点 | | 1 | 突出核心价值，不要过度包装 | | 2 | 写明目标市场规模，让投资人看到预期销售收入 | | 3 | 分析竞争对手，阐明自己居于竞争态势中的位置 | | 4 | 企业运营模式，如何对产品营销推广 | | 5 | 明确描述企业的盈利模式 | | 6 | 小组状况，投资人最看重创业小组的情况 | | 7 | 融资金额与计划，融资的目的是什么 | | 8 | 企业经营中的风险预测，把问题和解决方式告诉投资人 |   （1）企业基本概况   |  |  | | --- | --- | | 序号 | 撰写要点 | | 1 | 对项目总体情况的描述，包括关键技术、技术的创新点、权威部门的技术鉴定情况和环保评价等内容 | | 2 | 从项目产品的先进性及应用发展前景、进入市场机会（如市场现实需求处于萌芽、起步、成长、成熟、饱和、衰退阶段中的哪个阶段）及市场发展空间、小组实施项目的现有能力及发展潜力等方面描述创业机会 | | 3 | 项目的主要技术，目前该技术的发展现状、技术的创新点 | | 4 | 技术的可靠性分析、可行性分析 | | 5 | 企业未来服务的市场 | | 6 | 企业属于哪个行业领域 | | 7 | 产品的特色 | | 8 | 项目的技术小组和运营小组 | | 9 | 企业的经营地点选择 | | 10 | 企业的法律形态 |   （2）创业者个人与小组情况介绍  （3）市场评估报告   |  |  |  | | --- | --- | --- | | 序号 | 撰写要点 | 主要内容 | | 1 | 确定创业者的竞争对手 | 确定主要竞争对手，对方的产品和服务，以及对方的优势和劣势。每一个主要竞争者占有多大的市场份额？它们的市场营销策略是什么 | | 2 | 分析企业与竞争对手之间的差异性 | 要能够对满足客户需求的独特性作出回应，例如，创业者的产品是实用性强还是外观美？创业者的服务是帮客户节省支出，还是提高他们的工作效率 | | 3 | 来自竞争对手的威胁 | 创业者的竞争对手会给创业者的投资带来多大的威胁？如市场品牌认知度，技术可复制性及竞争对手是否会抵制一个新企业进入市场 |   （4）营销计划   |  |  | | --- | --- | | 序号 | 撰写要点 | | 1 | 明确企业的目标客户群，确定产品进入市场的方式 | | 2 | 制订产品的推广计划、销售计划以及执行这些计划所应采取的各种策略 | | 3 | 分析企业在竞争中的优势与不足，确定适合企业的最佳获利方式 | | 4 | 在销售中，可能存在的各种营销组合策略 | | 5 | 企业在未来5 年内的定位及发展规划、各阶段性的目标，明确了解每个阶段的销售目标 | | 6 | 展示企业在销售中已经具有或可能具有的营销优势资源 |   （5）企业组织结构描述  （6）企业固定资产阐述  （7）财务计划  （8）风险分析   |  |  | | --- | --- | | 风险类型 | 分析内容 | | 市场风险 | 分析可能产生的市场风险因素对产品市场的影响，例如客源流失、市场疲软、价格波动等带来的市场影响，并针对具体的因素，阐述控制风险的应对措施 | | 竞争风险 | 分析主要竞争对手带来的竞争风险因素对竞争力的影响，例如经济实力、产品价格优势、市场认可度等，针对竞争对手的优势、创业企业目前的瓶颈，阐述控制风险的应对措施 | | 管理风险 | 分析企业管理活动中可能产生的管理风险因素对产品开发和生产的影响，例如人事变动、人员流动、关键雇员依赖等造成企业不稳定的因素，采取相应的措施，消除不利影响 | | 环境风险 | 分析企业外部环境风险因素对产品的开发和生产产生的影响，例如国家产业政策调整、行业规章变化、商业环境变化等因素给企业带来的不利影响，阐述控制风险的应对措施 |   （9）附录  （10）封面制作  二、小组讨论  主题：创业计划书的制订流程  目标：帮助学生厘清创业计划书制订的关键步骤，做好必要的准备工作  活动过程  1.依据学生在上一章选择的创业项目，将学生分成若干个小组，请各小组派代表以演讲形式简单介绍该项目。教师在此环节可就各小组汇报内容提出若干针对性问题，请小组成员回答。  2.教师引导学生探讨完成创业计划书应补充和完善的内容。  3.要求每一位学生课后针对自己的创业项目，参照本节学习的创业计划书制订流程，独立完成一份创业计划书，并在规定时间内（下次上课时）提交。 | | | | | | 案例法  5分钟  讲授法  55分钟  讨论法  30分钟 |
| 布置作业 | | | | | |  |
| 用海报的形式把创业计划书的核心内容画出来。 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 实施创业计划2 | | | | | |
| 教学时数 | 2 | | 授课地点 |  | | |
| 授课形式 | 理论○ 实验○ 实训○测验○ 理实一体○ | | | | | |
| 授课班级 |  |  |  | |  | |
| 授课时间 |  |  |  | |  | |
| 教学目的 | 帮助学生了解如何组建一个创业团队并进行管理；熟悉创业所需的部分法律知识。 | | | | | |
| 教学难点 | 管理创业团队 | | | | | |
| 教学重点 | 组建创业团队 | | | | | |
| 教学方法 | 课堂讲授、案例分析、师生互动 | | | | | |
| 教 具 | 多媒体 | | | | | |
| 教学过程（教学环节） | | | | | | 教学方法及时间分配 |
| **精彩故事**  小李在大学阶段学习的是英语专业，一次和几个同学交谈的时候，萌生了创业的想法。大家一致认为，现在的学校课程并不能满足所有学生学习外语的需求。于是小李和几个英语专业的同学组成了一个创业团队，利用学校的大学生活动中心开起了英语交流俱乐部。他们选择流行的美剧作为培训素材，采用语言沙龙、化装舞会、演讲比赛等学生喜闻乐见的形式开展外语学习交流活动……  小结： 本来一个很好的创业项目，因为创业团队没有明确、清晰的协议和制度，最终没有继续发展下去。可见，一个优秀的团队需要权责利关系清晰明了。此外，无论怎样的团队，都应该有一个核心人物——团队的领导者。在创业初期，创业团队的领导者是成功与否的关键，他的眼界、思维、性格、能力和决策直接影响团队的发展。  一、知识讲解  1. 创业团队的类型和特点   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 类型 | 概念 | 优点 | 缺点 | | 星状创业团队 | 有一个核心成员，充当领军角色 | 1. 决策程序简单， 效率较高2. 组织结构紧密3. 稳定性较好 | 1. 容易形成权力过分集中的局面2. 当核心成员和其他成员产生严重冲突时，其他成员往往选择离开 | | 网状创业团队 | 由志趣相投的伙伴组成， 共同认可某一创业想法， 共同进行创业 | 1. 成员的地位较平等， 有利于沟通和交流2. 成员关系较密切， 较容易达成共识3. 成员不会轻易离开 | 1. 结构较为松散2. 决策效率相对较低3. 容易出现整个团队组织涣散的状况4. 容易形成多头领导的局面 | | 虚拟星状创业团队 | 有一个核心成员，其核心地位的确立是团队成员协商的结果 | 1. 核心成员具有一定威信2. 既不过度集权， 又不过于分散 | 核心成员的行为必须充分考虑其他成员的意见，不像星状创业团队中的核心成员那样有权威 |   2.创业团队的组建原则   |  |  | | --- | --- | | 原则 | 主要内容 | | 目标统一 | 创业团队成员需要达成共识，要有共同的目标。大家虽然分工和责任不同，但都需要认识到共同的奋斗方向，相互配合 | | 能力互补 | 团队成员的合作应实现能力的互补，通过相互的协作，使团队成员在知识、技能、经验、资源等方面都能发挥出最大的效能，达到更好的效果 | | 精简高效 | 为了实现高效率和低成本的目标，创业团队人员构成应在保证企业能够高效运作的前提下尽量精简 | | 学习改进 | 团队学习既是创业团队成员之间互相沟通和交流思想的过程，也是寻求共识的过程，还是产生团队的“创造性张力”的过程。团队学习既要分享成员成功的经验，也要总结成员失败的教训 | | 优化调整 | 创业过程是一个充满了不确定性的过程，因为能力、观念等多种原因，会不断有人离开，同时也有人加入。因此，在组建创业团队时，应注意保持团队的动态性和开放性，使真正合适的人员被吸纳到创业团队中来 |   3.创业团队成员的选择  创业团队只有职权清晰、分工明确，才能使团队成员高效地执行计划，顺利完成各项工作。创业团队通过明确职权和分工，可以避免职权不清而导致的工作冲突，也能避免分工不明确而造成的工作疏漏。    4.管理创业团队的目标   |  |  | | --- | --- | | 要素 | 主要内容 | | 明确目标 | 明确目标比只要求人们尽力去做会创造更高的业绩，高水平的业绩是和高层次的目标相联系的 | | 参与决策 | 以参与的方式确定目标，上级与下级共同参与设定各对应层次的目标， 即通过协商，逐级制订出整体组织目标、经营单位目标、部门目标直至个人目标。创业团队的目标转化过程既是“自上而下”的，又是“自下而上” 的，也可以是“横向”的 | | 规定时限 | 创业团队需强调时间性，制订的每一个目标都要有明确的时间期限要求， 如一个月、一个季度、一年等。在大多数情况下，目标的完成期限可与年度预算或主要项目的完成期限一致。通常情况下，组织层次的位置越低， 为完成目标而设置的时间期限往往越短 | | 评价绩效 | 团队成员承担为自己设置具体的个人绩效目标的责任，并具有同其他成员和团队领导者一起评价绩效目标实现情况的责任。团队领导者要努力吸引团队成员对照预先设立的目标来评价业绩，积极参加评价过程，用这种鼓励自我评价和自我发展的方法，提高创业团队成员对工作的投入程度， 并创造一种良好的激励氛围 |   二、案例分析  在北京新东方学校（简称新东方）创办之前，北京已经有几所同类学校，参加培训的人员多以出国留学为目的。新东方能做到的，其他学校也能做到。就当时的大环境而言，随着“出国热”以及人们在工作、学习、晋升等方面对英语的多样化要求，国内掀起了学习英语的热潮，越来越多的优秀教师加入到英语培训这个行业。如何先人一步， 取得自己的竞争优势，把新东方做大做强，俞敏洪认识到进入英语培训行业必须要具备一流的团队以及师资。他不远万里跑到国外把王强、徐小平等人请回北京加入新东方， 实际上这也是俞敏洪思考了很久所作的决定——这些人不仅符合业务扩展的要求，更重要的是这些人是自己的同学、好友，在思维上有着一定的共性，肯定比其他人能更好地理解并认同自己的办学理念，合作也会更牢固和长久。  三、与创业有关的法律法规  1.公司法  2.合伙企业法  3.个人独资企业法  4.农民专业合作社法  5.个体工商户条例  6.合同法  7.劳动法  8.企业所得税法  9.个人所得税法 | | | | | | 案例法  5分钟  讲授法  45分钟  案例分析法  20分钟  讲授法  20分钟 |
| 布置作业 | | | | | |  |
| 假设你想寻找合伙人共同创业，创办一家快餐连锁企业，请拟一份征集合伙人的广告，并用彩笔和白纸画出来（可以用电脑设计）。 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 实施创业计划3 | | | | | |
| 教学时数 | 2 | | 授课地点 |  | | |
| 授课形式 | 理论○ 实验○ 实训○测验○ 理实一体○ | | | | | |
| 授课班级 |  |  |  | |  | |
| 授课时间 |  |  |  | |  | |
| 教学目的 | 帮助学生掌握创业融资、融资策略、融资流程的相关知识；熟悉新企业选址、命名、登记注册等有关知识与流程。 | | | | | |
| 教学难点 | 融资 | | | | | |
| 教学重点 | 执行创业计划 | | | | | |
| 教学方法 | 课堂讲授、案例分析、师生互动 | | | | | |
| 教 具 | 多媒体 | | | | | |
| 教学过程（教学环节） | | | | | | 教学方法及时间分配 |
| **精彩故事**  2014 年12 月24 日，成都一所高校食品科学系两名学生自筹资金10 万元，在学校附近开起了“六味面馆”。店面转让、交付租金、店面装修等完成后，他们的资金所剩无几，连前期市场推广、员工培训等工作都没有完成就开业了。开业不久，隔壁又有一家面馆开业， 导致他们的面馆客源锐减。面对竞争，他们需要资金来为餐馆进行市场营销……  小结：掌握必要的创业融资概念和融资方法与流程，有助于解决大学生创业资金不足的问题。  一、知识讲解  1.创业企业的融资方式    2.大学生创业融资的对策  （1）正确评估自身价值  在制订融资方案之前，要准确评估自己的有形和无形资产的价值，千万不要妄自菲薄，低估了自己的价值。  （2）合理选择融资方案  多渠道的比较与选择可有效降低融资成本，提高效率。通过上述途径得到的发展资金可以分为两类：资本金和债务资金。其中，债务资金（如银行贷款等） 不会稀释创业者股权，而且可以有效分担创业者的投资风险，推荐优先选择。  （3）选好投资人  如果采用出让股权的方式进行融资，则必须做好投资人的选择。只有同自己经营理念相近， 其业务或能力能够为投资项目提供渠道或指导的投资人，才能有效支撑企业的成长。  （4）确保投资保值增值  创业不仅是实现理想的过程，更是使投资者（股东）的投资保值增值的过程。  3.创业融资的知识准备包括：  （1）掌握融资管理的理论知识。  （2）掌握融资的方法、途径及操作要点。  （3）熟悉与国家筹资相关的法律法规。  4.创业融资执行要点   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 序号 | 创业融资关键点 | 内 容 | 细化执行 | | 1 | 资金需求分析 | 创业团队根据项目的战略发展规划、生产经营状况、投资计划以及当前的资金状况， 对公司的资金需求进行预测和分析 | 资金需求分析表 | | 2 | 融资风险分析 | 创业团队进行融资成本和风险分析，如信用风险分析、市场风险分析、金融风险分析、政治风险分析等 | 融资风险变动分析表 | | 3 | 制订融资计划 | 创业团队在融资风险分析的基础上，选择合适的融资方式、融资对象等，并编制融资计划。融资计划经团队讨论通过后生效，并传达给相关人员执行 | 融资计划书 | | 4 | 实施融资计划 | 团队融资实施人员执行融资计划，与融资的相关单位进行谈判，或者向银行等金融机构提出融资申请 | 融资申请书 | | 5 | 签订融资合同 | 公司融资人员与融资对象进行商谈，签订融资合同，确定融资的金额、利率、偿还时间、偿还方式等内容。融资合同经主管领导审批通过后生效 | 融资合同 | | 6 | 资金到位管理 | 公司财务部门根据融资计划和公司资金需求状况对筹集到的资金进行合理的分配和运用 | 资金筹集运用报告表 | | 7 | 融资账务处理 | 公司财务部门根据融资人员提交的相关凭证，进行融资账务处理，明确每一笔融资资金的到位情况、分配情况和收益情况 |  |   二、案例分析  小罗是某职业院校2011届市场营销专业的毕业生，在北京卖过房子，到俄罗斯做过外贸，积累一定经验后邀请三个同学回到家乡创业。从自筹资金30万元开办养猪场开始，他们一边销售自己的产品，一边帮助同村的村民销售生猪，并与国内知名肉类加工企业签约，获得创业的第一桶金。随着企业规模逐步扩大，小罗与团队一起着手寻找专业的融资服务机构，最终找到一家专业的融资顾问公司。通过专业人员的帮助，他们梳理好了企业的融资需求、融资风险、融资途径与融资方法等，并设计了一套优秀的融资方案，最终成功获得800万元的风险投资。  三、知识讲解  1.不同的企业形式的优缺点   |  |  |  | | --- | --- | --- | | 企业形式 | 优点 | 缺点 | | 个人独资企业 | 1.企业设立、转让和解散等行为非常简单，仅需向登记机关登记即可。  2.企业主独资经营，制约因素少，经营方式灵活，能迅速应对市场变化；利润归企业主所有，不需要与其他人进行分享。  3.在技术和经营方面易于保密，利于保护在市场中的竞争地位；若企业因个人努力而使企业获得成功，则可以满足个人的成就感。 | 1.当个人独资企业财产不足以清偿债务时，企业主将依法承担无限责任，必须以其个人的其他财产予以清偿，因此经营风险较大。  2. 一般来说，个人独资企业受信用限制不易从外部获得资金，如果企业主资本有限或者经营能力不强，则企业的经营规模难以扩大。  3.一旦企业主发生意外事故或者犯罪、转业、破产，则个人独资企业也随之不复存在。 | | 合伙企业 | 1.由于出资人较多，扩大了资本来源和企业信。  2.由于合伙人具有不同的专长和经验，能够发挥团队作用，增强了企业的管理能力  3.资本实力和管理能力的提高，增强了企业扩大经营规模的可能性 | 1.在合伙企业存续期，如果某一合伙人有意向合伙人以外的人转让其在合伙企业中的全部或部分财产时，必须经过其他合伙人的一致同意。  2.当合伙企业以其财产清偿合伙企业债务时，其不足部分，由各合伙人用其在合伙企业出资以外的个人财产承担无限连带清偿责。  3.尽管合伙企业的资本来源及信用能力比个人独资企业有所增加，但其融资能力仍然有限，不易充分满足企业进一步扩大生产规模的资本需要。 | | 有限公司 | 1.公司的股东承担有限责任，与个人的其他财产无关，因而股东还可以自由转让股票而转移风。。  2.通过公开发行股票，提高了公司的社会声望，因而融资能力很。。  3.公司在独立存续期间，除非因经营不善导致破产或停业，不会因个别股东或高层管理人员的意外或离职而消失。  4.个人独资企业和合伙企业相比，公司的所有权与经营管理权分离，可以聘任专职的经理人员管理公司，因而管理水平高，能够适应竞争激烈的市场环境。 | 1.公司设立的程序比较复杂，创业费用有点高。  2.按照相关法律要求，股份有限公司需要定期披露经营信息，公开财务数据，容易造成商业机密的外泄。  3.由于公司是从社会吸纳资金，为了保护利益相关者，政府对公司的限制较多，法律法规的要求也较为严格。 |   2.执行创业计划的步骤  （1）选择创业地址  （2）确定企业名称  （3）登记注册  （4）办理营业执照  （5）年审  （6）制定公司章程 | | | | | | 案例法  5分钟  讲授法  35分钟  案例分析法  15分钟  讲授法  35分钟 |
| 布置作业 | | | | | |  |
| 通过互联网了解创业孵化基地、创业优惠政策等相关资料 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 聚焦网络创业 | | | | | |
| 教学时数 | 2 | | 授课地点 |  | | |
| 授课形式 | 理论○ 实验○ 实训○测验○ 理实一体○ | | | | | |
| 授课班级 |  |  |  | |  | |
| 授课时间 |  |  |  | |  | |
| 教学目的 | 帮助学生了解“互联网+”创业基本概念、机遇、挑战；帮助学生掌握“互联网+”商业模式并挖掘“互联网+”、共享经济的背后内涵，理性对待创业风险。 | | | | | |
| 教学难点 | “互联网+”创业商业模式 | | | | | |
| 教学重点 | “互联网+”创业风险 | | | | | |
| 教学方法 | 课堂讲授、案例分析、师生互动 | | | | | |
| 教 具 | 多媒体 | | | | | |
| 教学过程（教学环节） | | | | | | 教学方法及时间分配 |
| **精彩故事**  小蔡是一名广东高职的英语专业的大三毕业生，在校期间他就喜欢倒腾，喜欢搞旅游，一到周末就出去兼职；也喜欢搞轰趴，在学校附近租了一个房子，拉上一群志同道合的小朋友自己装修自己搞小清新的悠闲会所；还喜欢公众号的编辑，一有空就会自己发一些人生感慨，也有几千名粉丝。虽然在学校知名度不高，但是在网络的知名度确实很厉害，连一些晚安少年的公众大号他也是常年的御用作者……  小结：互联网是一种思维，但是如何应用还是离不开商业的本质，创业的开始也是风险和机遇并存，如果无法掌握，互联网的思维也会加快创业的失败。  一、知识讲解  1.“互联网+”的含义  “+”的意为加号，意义是添加、组合、搭配。“互联网+”是通过信息通信技术以及互联网平台（包括且不限于QQ\WECHAT\APP\公众号等），让互联网与各行业进行深度融合，创造新的商业发展形态。  2.“互联网+”的特征：“互联网+”的本质是共享经济。  （1）跨界融合  （2）创新发展  （3）开放生态  3.互联网创业方式  （1）电子商务创业：主流有跨境电子商务、移动电子商务、社交电子商务、农村电子商务、O2O电子商务等  （2）劳务技术创业：利用自己的技能在猪八戒网等进行文案写作、外语翻译、创意、设计等技术创业；做网商的末端服务，如文案策划、网点维修、代理快递、家政装修的等；或软件开发在网络进行一些定制性服务，如网页制作、小程序开发等  （3）以微博、微信等的自媒体创业：公众号的开发、课堂培训等，例如秋叶大叔的ppt。  （4）基于移动互联网的APP创业、微信公众号的应用开发等  （5）传统商家的网络代理商：美团、大众点评等的帮助传统商家的团购业务。  （6）创立自己的网站。  4.大学生常用“互联网+”商业模式  （1）O2O商业模式：即Online To Offline(在线离线/线上到线下)，将线下实体店与互联网结合，通过O2O平台进行下单付款，然后线下进店消费。  （2）平台商业模式：平台作为连接供给和需求市场的中介，将市场中各方资源整合起来，提高买卖双方的关系，从而促进交易的达成。平台型商业模式的核心就是打造足够大的平台，更加重视用户体验和产品的闭环设计。这里常用的大学生创业模式常常涉及是学生在校评定。  （3）“工具+社区+变现”模式：工具作为入口，通过工具属性、社交属性、价值内容等核心功能来满足用户的痛点需求，从而过滤得到大批目标用户。它需要通过社交属性培养出自己的社群，形成社区沉淀，留存用户，之后足部开始变现业务，从而进行商品买卖、生活服务、二手物品交换等，以实现盈利。  （4）免费商业模式：通过向用户提供免费的服务或者产品来积累流量，再以流量为基础构建自己的盈利模式。最常见的免费商业模式包括纯消费、直接交叉补贴、免费加收费及第三方市场四种模式。“互联网+”的免费模式并不是真正的免费，而是扩大流量，吸引用户的注意力，统战市场。  二、案例分析  1.陈某、王某、徐某是江苏某高校的大三学生，陈某有着青春文学的梦想，王某有着营销的口才，高中时代就开始在校园内买卖小的商品，徐某则是勤奋老实的孩子。快毕业的时候，他们希望能够创业成立一家咖啡厅，集文化交流、阅读、讲座、休闲为一体的咖啡厅。这家咖啡厅，并非开在闹市，而是开在学校附近，可以对校园的同学提供外卖服务，同时线上有着自己的网站、公众号等虚拟空间进行粉丝交流和实体线下活动场所也可以外包为其他公司作为拓展活动场所，由于线上线下服务一体，也在某种程度上成为了公司招聘学生的一个固定的场所，偶尔还可以举办一些的校园和企业的交流和互动。成立之后，受到校园附近广大学生的欢迎，运营良好。  2. 历届中国“互联网+”大学生创新创业大赛优秀作品介绍  为贯彻落实国务院办公厅《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》（国发办（2015）36号），进一步激发高校学生创新创业热情，展示高校创新创业教育成果，教育部于2015年起，已举办了四届中国“互联网+”大学生创新创业赛……  三、课程总结  针对职业生涯规划、就业指导、创新创业三部分的内容进行总结和提炼，对同学们的未来提出希望和任务。 | | | | | | 案例法  5分钟  讲授法  45分钟  案例分析法  30分钟  讲授法  10分钟 |
| 布置作业 | | | | | |  |
| 关注全国大学生“互联网+”创新创业大赛，设计自己的创业计划书。 | | | | | | |