

大学生创新创业案例系列

总主编 王成慧



大学生 创新创业案例 (第二辑)

郭斌 王成慧 主编

南开大学出版社

大学生创新创业案例系列

◎总主编：王成慧◎

大学生创新创业案例

（第二辑）

郭斌 王成慧 主编

南开大学出版社
天 津

图书在版编目(CIP)数据

大学生创新创业案例. 第二辑 / 郭斌, 王成慧主编.
—天津: 南开大学出版社, 2016.8
(大学生创新创业案例系列)
ISBN 978-7-310-05166-3

I. ①大… II. ①郭… ②王… III. ①大学生—创业—案例 IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 163344 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 刘立松

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

北京楠海印刷厂印刷

全国各地新华书店经销

*

2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

230×170 毫米 16 开本 14.625 印张 272 千字

定价: 28.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

本书编委会

总主编 王成慧

顾问 邱 鸣

编委会成员（以姓氏排序）

陈 倩 郭 斌 李 凡 骆欣庆

牛越胜 倪宏志 欧海鹰 潘镜明

王成慧 辛 辰 张 娟

■北京第二外国语学院市场营销示范专业建设项目成果

总 序

大学生是我国经济社会建设的重要力量与后备人才。在新的形势下,加强大学生创新精神和创业能力的培养,是高校人才培养的战略性问题,是关系到高等教育培养的人才是否具有创新创业能力,能否适应经济社会发展,能否承担起振兴民族大业、实现中华民族伟大复兴的中国梦的重要课题。全面开展切实有效的创新创业教育,使更多的大学生把创新创业作为实现人生价值的优先选择,进一步加强对大学生创新精神与实践能力的培养,以主动适应复杂多变的周边环境,积极应对未来世界的严峻挑战,越来越成为我国高等教育改革发展面临的重要任务。

2011年10月,教育部启动了全国大学生创新创业训练计划,目标是通过实施大学生创新创业训练计划,促进高等学校转变教育思想观念,改革人才培养模式,强化创新创业能力训练,提升大学生的综合素质,增强大学生的创新能力和在创新基础上的创业能力,培养适应创新型国家建设需要、适应各行各业发展需要的高素质人才。

2013年5月4日,习近平总书记在《在同各界优秀青年代表座谈时的讲话》中更是强调指出,“创新是民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭源泉,也是中华民族最深沉的民族禀赋”,明确要求“广大青年一定要勇于创新创造……要有敢为人先的锐气,勇于解放思想、与时俱进,敢于上下求索、开拓进取”。

进入21世纪以来,北京第二外国语学院围绕建设“国际化、有特色、高满意度”大学的战略目标,以及“国际化、复合型、高层次、应用性”的人才培养定位,积极探索外语院校大学生创新能力和创业素质的培养途径和方法,将大学生创新创业教育作为一项重要内容纳入到学校的人才培养环节中,通过校外名师教学计划、大学生科研计划、大学生学科竞赛、大学生创新创业计划、大学生校内实践基地计划、校外人才实践培养基地计划等一系列举措,努力营造浓厚的创新创业氛围,开拓大学生的视野,支持学生积极实践、接触新事物、接受更多良好教育,提高大学生创新创业兴趣,激发大学生创新创业热情,培养大学生勇于开拓和敢于创新的精神,为我校创新创业教育搭建一个高水平的平台。经过十多年的实践,取得了积极成效,形成了一套具有外语院校特色的大学生创新创业培养模式。我校营销专业探索出的以“国际化+服务化+北京化”为特色,以外语知

识和专业知识掌握为基础,以创新创业综合素质培养为导向,以提高学生创新创业能力为目标,以参与式、体验式教学为方法的“三大特色”+“四位一体”的“实践型创新创业教育模式”是其中的典型代表。我认为,该模式很好地解决了外语院校经管专业人才培养中的四个矛盾。

一是经济全球化与学生国际视野狭窄的矛盾。面对全球化背景下日益激烈的国际人才竞争,高校探索人才培养模式的改革,不能闭门造车,也不可能自说自话,必须有国际视野。在学校确立的“国际化、有特色、高满意度”战略目标指引下,该培养模式充分借助北京第二外国语学院的外语院校的优势(拥有英语、日语、俄语、德语、法语、意大利语、西班牙语、葡萄牙语、阿拉伯语、朝鲜语10个外语本科专业、经常性的教学科研和对外交流活动),积极推进国际化进程,在国际高等教育发展的平台上思考高层次创新人才培养目标、课程体系、培养模式、教学方法。“实践型创新创业教育模式”(PELM)通过强化学生外语交流能力,引导学生积极学习阿拉伯文化、德国文化等外国经济社会文化类课程,定期邀请乔治·华盛顿大学、普渡大学、康奈尔大学、昆士兰大学等国际知名高校教师,举办国际名师大讲堂,带领学生参加相关经营管理类的国际论坛、参加国际创新创业大赛等活动,培养了学生国际化创业视野。

二是90后大学生创新意识强与创新实践培养模式单一的矛盾。通过举办各种创新创业大讲堂、创新创业大赛、参与实习基地实习、参与机关企事业单位的规划项目、国际交流等活动,为大学生营造了一个开放的环境,提供了一种学科交叉知识复合的实践平台,开辟了一条人际交流和团队协作的途径,创建了一个各自发挥优势的创新创业的舞台,极大地激发了学生团队学习的主动性、积极性和开拓创新性,实现了大学生创新实践从“要我做”到“我要做”的转变,实现了大学生学习和实践的“自我管理”。与时俱进的创新竞赛机制培养出了学生在复杂环境下的开拓能力并培养了良好的创业心理品质与创新精神。

三是外语优势与专业优势彼此分离、无法互补的矛盾。21世纪经济全球化方兴未艾,我国的国际交流和贸易日益频繁,社会急需一大批具有国际理念的复合型外语人才和经济管理人才。这一培养目标要求我们必须转变人才培养模式,改变过去那种无法适应市场需要的单一外语专业和单一专业技能的人才培养方向,使新世纪外语专业和经管文史专业大学生社会上能有更强的竞争力和适应能力,必须推进“外语加专业知识、外语加专业方向、外语加专业、外语加外语、专业加外语”多种培养模式改革。该培养模式通过“道德人文素养+国际交流素质+创新创业素质”培养内容,“创业竞赛+基地实习+创业实践”实践路径,“校内创业基地+国内实习基地+国外培养基地”创新平台,促进学生间团队式学习与交流,增强了学生的团队合作精神,推动了外语专业大学生与经管文史专业彼此

合作,有效地实现了北京二外十个语种的外语教学优势和经贸、管理、法学、文史等特色专业的优势互补。

四是复合化创新人才需求与职能化模块化教育体系的矛盾。传统经济管理类教育过分强调分职能模块化教育,无法培养具有整合性知识和综合性管理能力的创业人才。该培养模式发挥了外语院校外语学科齐全的优势、国际交流频繁的优势以及管理学院创业教育师资雄厚的优势,通过构建跨学科的教师队伍以及综合性的创业知识集成式实践教学体系,使知识转化为异质性能力的效率大大提高。该模式通过系统性的案例教学、模拟教学以及创业导师引领的情景实习,极大地改善了大学教育与社会需求相脱节的矛盾,提升了学生在创业实际操作方面资源整合能力不足的矛盾,满足了部分学生毕业后自主创业与创新实现的需求。

为了总结这几年我校营销专业创新创业教育实践中的经验,我校营销系的老师们主编了这套《大学生创新创业案例》系列。主要目的是让所有关心大学生创新创业的人们,尤其是怀有创新创业梦想的同学,从我校部分大学生创新方案的构思和创新作品的撰写中,感受他们的创新创业精神和创意思路,让大学生接受大学不断发展的创新创业文化的熏陶,让创新创业的精神在大学校园里得以广泛传播弘扬。我也希望通过这套案例系列丛书的出版,能与教育界同仁共同探索新时代大学生创新创业教育的方法和创新型人才的培养模式,为中国大学教育事业贡献绵薄之力。

邱 鸣

博士 教授

北京第二外国语学院副校长

2013年6月

前言

组织本科学子撰写创新创业方案,参加各种创业方案和营销策划大赛,最初源于我和骆欣庆副教授、范军副教授、李凡副教授、欧海鹰博士、陈倩博士、郭斌博士等同事对于如何进行市场营销学教学以及在新的形势下如何对营销专业人员进行创新创业教育的一些思考和探索。

(一)

市场营销学是教育部规定的工商管理学科9门核心专业课之一。从课程性质来看,市场营销学的研究对象主要是企业的营销活动及其规律性,重点研究卖主的产品或服务转移到消费者和用户手中的全过程,也就是企业如何在分析营销环境——包括宏观环境分析、消费者购买行为分析以及竞争对手分析——的基础上,通过合理的市场细分、科学选择的目标市场、准确的市场定位来确定营销战略,进而实施与之相匹配的产品、定价、销售以及促销等营销策略,满足顾客的价值需求,实现企业经营目标的过程。可以说,市场营销学要分析企业从市场调查预测开始到售后服务反馈结束,实现产品交换的全过程。

而营销学的教学目的,就是要通过对“市场营销”理论与方法的介绍,增强学生对企业营销活动过程的感性认识,进而培养学生分析问题和解决问题的能力。但要提高本课程的教学效果,必须从本课程的特点入手。在营销学教学过程中引入创新创业方案的撰写以及后来的参赛,正是基于营销学课程的特点展开的。

从近几年营销课程的教学实践来看,本课程主要有以下四个特点。

一是系统性。营销学课程实际上既系统介绍了从营销的基本概念和市场营销的基础理论到整体营销战略、整个营销组合策略,构建了企业营销活动的系统框架,也为营销活动提出了一套完整的行动方案,向学生传授企业从分析经营环境到提出经营对策与实施控制反馈的各个环节的知识,可以说是要学生在课堂上跟着老师的授课思路全程体验一回企业经营的全过程。

二是实战性。市场营销绝不是一门纯理论性的课程,其内容都从营销实战问题出发,授课中众多的营销实战案例分析,都可以使学生十分贴近如何解决公司和市场的实际问题。从中国的现实以及培养学生的需求出发,我们需要新思想和

新观念,也更需要解决问题的素质和“如何做”的能力,在营销这种应用性强的专业领域中尤其如此。经济管理类专业学生的专业素质之一,就是有一套过硬的透过现象看本质的分析技能。对从校门到校门的在校学生来说,要掌握这些分析技能,最缺乏的就是感性认识。如果能引导学生注意考察身边的经济现象,就能大大弥补学生自身的不足。面对星罗棋布的众多企业特别是中小企业,学生可利用课余时间随时找到考察对象或实习对象。只要学生能与企业业主沟通,就有可能了解各企业营销活动的基本规律和营利模式。这些企业的营销活动过程都有可能成为学生学习本课程的活教科书。

三是新颖性。营销学是一门与时俱进的课程,企业经营实践中所产生的营销新概念、新思想、新策略、新方法,如电子商务、网络社区、虚拟广告、网上竞拍等,都应该及时吸收到教学当中去,这就使得本课程必须在保持基本逻辑体系前提下不断更新授课内容、授课方法。授课教师自身必须及时了解营销理论的新的进展、企业营销活动的新模式,这样才能在课堂上有与时俱进的生动讲解;只有引入大量鲜活的经典案例,才有可能激发学生学习的热情。

四是影响大。营销不仅是一种经营技能与方法,更主要的是一种思维方式和理念。在本课程教学过程中,授课教师的思想理念引导,大量经典案例的介绍,都可能使学生在学习过程中分享创业者成功的经验,铭记前人失败的教训,树立正确的经营观念和商业伦理,这些都将对学生毕业后的创业产生深远影响。同时,也因为学生与企业业主的深入接触,使学生切身体会到企业营销的运作规律、营利模式、管理方法及创业的魅力,所以可以使学生的学习过程由被动变主动,进而大大激发学生创业的热情。

正是基于上述营销学课程的性质和特点,为组织好本课程的教学,我们尝试将创新创业教育融入本课程教学的始终,探索如何形成将本课程教学与创新创业教育融为一体的教学模式。

(二)

作为融合于专业课程教学的创新创业教育的模式和途径,其实质是围绕创新创业教育的目标与内容对各种专业教学因素和措施进行系统归并和重新组合,以充分体现出创新创业教育的思想和观念、价值和目的、规范和要求,同时又规定、控制、组织、指导着教育教学的微观运行,形成教育教学过程中教师行为和学生行为的规范程序。我们在教学过程中,采取了如下六项做法。

1. 明确目标,确定内容

创新创业教育的目标和内容决定了在特定时空范围和领域中实施创新创业教育的价值取向和最终目的,为不同领域创新创业教育的课程设置提供了基本依据,

并决定了创新创业教育的方式与途径。对于“市场营销”课程而言,可根据本课程性质的特殊性,确定相应的教学目标。经过比较,我们将本课程创新创业教育的目标确定为侧重于创业能力的训练、创业方法的指导和创业意识的培养,并以学生最终完成创业策划书的撰写作为本课程创新创业教育内容的结束。

2. 明确方式, 选准路径

我们实施了基于工作流程的宏观教学设计,即根据企业市场营销活动的实际过程来设计教学内容,以一个问题或目标为主线,把整本教科书和整个课程的教学演变为一套连贯的、实际操作的业务训练,按照“分析市场环境——发现营销机会——进行营销规划——设计营销组合——计划营销方案”的步骤设计教学。通过模块,把整个市场营销实务课程和实际运作紧密结合起来,形成了一个以“工作程序”为主线的“ROGDEP”营销实战法。其中,R代表“Registration”,表示学生要先注册模拟公司;O代表“Operation”,表示学生根据模拟公司的业务流程,运营相应任务;G代表“Guide”,表示在学生设计和执行公司业务方案过程中,教师以及外请的业界企业家导师不断地给予指导;D代表“Discuss”,表示学生完成项目后进行讨论和交流;E代表“Estimate”,表示在每个业务流程结束时,学生都要针对结果进行评估;最后的“P”代表“Program”,表示学生在全部课程结束后,应提交一份完成的创新创业方案。

首先,在上第一次课时就要求每个班组建三个8~10人的“虚拟公司”,每个公司自己“注册”名字,并确定公司的使命、主要业务和产品与服务项目,然后依托这个模拟公司开始营销的“业务运作”。从利用市场调研方法和手段分析公司市场环境、消费者行为、竞争者情况开始,然后选择目标市场,制订营销规划,最后到具体营销策略的实施、管理及控制。在每一个环节上学生都在教师和外聘业界企业家导师的指导下完成相应的实训,并提交阶段性报告。

同时,每个阶段性任务都是一个大项目,每个大项目又有若干小项目,大项目套小项目,环环相扣。按照布置的阶段性任务,教师将整个课程设计成一个训练课,通过实践教学使学生学习、消化、掌握理论知识,使庞杂的理论教学转化为生动的实战训练。当全部课程结束后,学生的分析资料就整合成一本完成的营销策划书。到目前为止,所授课的学生已经完成了60多个创业策划书或者项目营销策划方案。

于是,全部营销课程的教学变成了一个实战的“营销业务流程”,每一个环节学生都在教师的指导下完成,并做出相应的报告。实践教学使学生生动地学习、消化、掌握、反馈了理论知识,使庞杂的理论教学转化为生动的实战训练。按照业务完成情况,实施行进性同步考核。

3. 案例示范，强化效果

对于大多数在校学生而言，最缺乏的是对企业的亲身感受。作为创新创业教育的实施者——任课老师，应从身边的事例启发学生从创业的角度去分析身边的经济现象，并寻找相应经济现象产业化的切入点。为此，在课堂教学过程中，任课老师不仅要介绍大型企业创业者成功的过程，更要介绍中小企业，特别是以微型企业为创业起点的成功案例，然后让学生将成功案例与自己注册的模拟公司进行比较分析，找出与之的差异。到目前为止，营销课程已经总结选编了 120 多个音像案例，而且每个章节的每一部分内容都有相应的公司现实案例作为参考。让学生在本课程教学过程中不仅能学到专业知识，更能体会到创业不仅是辉煌人生的开始，更是一种可亲身体验的实践过程。

4. 课堂讨论，相互启发

根据设计的路径，在学生完成模拟公司注册后，任课老师针对公司的每一个经营环节都组织学生进行课堂讨论。讨论时，在听取项目选择人充分陈述选择的理由后，由全体同学发表各自意见并进行评分，最后老师加以点评，指出项目选择的可取之处和不足之处。讨论结束时，由学生根据讨论的结果，相应修正自己的项目选择或业务策划。

5. 业界讲座，答疑解惑

创业作为一项系统工程，需要创业者对创业过程中的每个环节都做到心中有数。但从校门到校门的学生往往对此缺乏足够的感性认识。特别是对拟创业项目未来的业务模式以及经营策略等一些非常具体的问题不知如何解决（许多教师由于缺乏企业工作经历，也不能予以解答）。为弥补这一不足，任课老师会聘请校外企业家和营销实战工作者进入课堂举办专题讲座，为学生讲授当前营销活动中的热点问题，生动、直观地介绍实际营销经验与创业经历，并对学生选择项目中存在问题给予答疑解惑。

6. 组织参赛，增强信心

创业竞赛活动是大学生创业活动的试验场和演习所，对于激发学生创业欲望，提高学生创业能力有着重要作用。我们不断推荐优秀的创新创业方案参加各级竞赛，并形成了校级、省市级、国家级、国际级“四级”互动创业计划竞赛培训机制，使得竞赛穿插在日常教学和课外实践中，形成“模拟公司经营大赛+项目营销策划大赛+创业计划大赛+创新项目大赛”的创业竞赛学习机制。截至 2014 年 12 月，营销专业学生共获得各类创新创业竞赛奖励 67 项。本书所收集的创新创业方案，均是在课堂模拟公司运营的基础上不断修改完善而成的。

这些赛事都有利于锻炼和提高学生的观察力、思考力、创造力和动手操作能力，同时，竞赛中选拔出来的部分应用性强的创业方案，通过改进、提高、推广

并最终走向产业化,也有利于造就浓厚的创业氛围。

(三)

经过几年的教学实践,我们逐渐将创新创业教育从营销课堂教学推广到整个营销专业的培养计划中,在创新创业教育目标、内容、途径上均有大的改进和拓展,并逐步探索出一套以“国际化+服务化+北京化”为特色,以掌握外语知识和专业知识为基础,以培养创新创业综合素质为导向,以提高学生创新创业能力为目标,以参与式、体验式教学为方法的“三大特色”+“四位一体”的“实践型创新创业教育模式”(“PRACTICE” Entrepreneurship Learning Model,简称PELM)。

PELM模式的主要内容与特征可以用“P-R-A-C-T-I-C-E”来表征。

1. P: Participation Learning。引入体验式教学模式,实施“三合一”教学。一是组织学生实地考察公司,实地调研分析;二是引导学生分组组建模拟公司,通过管理和营销实训软件,按照公司业务流程模拟公司运营并进行经营对抗;三是引导学生参加实际创业项目,即每个班级成立2~3个小组,给每组学生500~1000元的小型启动资金,让他们实际“做生意”,进行商务活动,按照盈利率来进行评价,培养学生的创业精神,让他们真正了解经营,真正体验经营企业的艰辛与成功盈利的快乐。从实际运行效果来看,平均每个小组均能盈利2600元以上。

2. R: Role-playing and Interactive Learning。通过角色扮演和互换学习激发学生团队学习的主动性、合作性和实践性,在模拟公司运作中,小组成员轮换充当总经理、采购总监、销售总监、财务总监等角色,在具体运营过程中体会公司中各类职员的职能和责任,注重在激烈复杂商业竞争情景下的角色扮演与互换,极大地激发了学生团队学习的主动性、积极性和开拓创新性,与时俱进的商业竞赛机制培养了学生在复杂环境下的开拓能力并培养了良好的创业心理品质与创新精神。

3. A: Application of Knowledge Integrated。PELM克服了以往教育中过分强调分职能模块化教育的缺陷,强调专业知识和创新素养的整合应用学习,每年举办20多场“产业领袖大讲堂”和“学术精英大讲堂”,邀请20多名企业界高管和营销管理学界专家进行专题讲座和创业技能与企业运营的辅导,为学生的职业发展提供全程咨询、辅导和帮助,帮助学生创业与择业,此外还邀请解放军军官作为辅导员,进行艰苦奋斗、敬业爱国、自强不息的创新创业精神教育。

4. C: Competition Learning。通过科学地组织和有针对性地参加各类创新创业竞赛,培养学生的竞争意识和创新能力。

5. T: Team-based Learning。团队式创业是当今创业的主流形式,但是被动地

以个体为单元的学习模式无法适应社会对团队式创业模式的迫切而广泛的需求。通过 PELM 模式平台的搭建,实现了从过去的以“教”为主导的个人学习模式,向以“学”为主导的团队学习模式的顺利转变;通过全校范围内各类模拟教学活动的展开和竞赛学习团队的组建,改变了学习者之间缺乏合作、个体封闭式独学的现象,培养了创业者的团队合作精神。现在所有的体验式教学项目均以团队形式进行,最后考核整个团队的业绩。

6. I: International Environment Learning. 经济全球化要求营销专业学生必须具备开阔的国际化视野。PELM 模式充分借助北京第二外国语学院作为外语院校的优势(拥有英语、日语、俄语、德语、法语、意大利语、西班牙语、葡萄牙语、阿拉伯语、朝鲜语 10 个外语本科专业、经常性的教学科研和对外交流活动),引导学生强化外语学习,鼓励学生要达到英语专业四级和八级水平,达到顺利交流的水平;拓展国际化视野,每年邀请不少于 4 位外国专家举办为期两周的校外名师讲学,组织学生参加国际小学期等国际交流项目,利用假期赴美国迪斯尼、芬兰邮轮公司实习,以全面强化他们对国际政治、经济、社会等方面知识的学习,培养学生国际化创业视野。

7. C: Cooperative training. PELM 教学的目标是系统培养一大批具有创新能力的创业人才,同时持续培养一批具有创新创业素养和知识的师资队伍,建立一批学生创新创业实训基地。几年来,我们已经建立了校级学生创新实训基地,与包括北京锋创科技集团、青岛思锐物流公司、首旅集团、山东电视台、内蒙古陶尔斯集团、聊城市旅游局在内的共 14 家机关企事业单位合作建立了本科生实习基地。

8. E: Entrepreneurship Chain Learning. PELM 打造了一条“创业精神培育+创业素质提升+创业知识传授+国际交流能力培养+国际化视野拓展+国际化知识的丰富+模拟公司运营活动+商业经营实践+企业家全程辅导+创新创业项目参赛+创新创业项目企业采用+实际项目投入运营”的创业知识与成果转化的学习链。

经过几年来的探索和推广,PELM 不仅有效地引导学生培养创新创业精神,激发学生创业活力,投身创业实践,而且有效地引导大学生转变就业观念,使大学生在参与中接受创新创业教育,体验创业磨炼的经历,实现创业梦想,以创业促就业,实现自身价值。据统计,5 年来我们的整个教学团队共获得各种实践性教学成果奖励 45 项;同时,参与全球(国际)、国家级、省级的各类营销创新创业计划大赛或竞赛的获奖大学生就业率达 100%。许多学生在接受了 PELM 模式教育后,积极参加社会实践活动,他们充分利用暑期专业实习的机会,为不同类型企业编制《创业计划书》、制定《内部管理制度》、制订《员工培训计划》和《创

新产品推广计划》等，获得社会广泛好评。

（四）

本书中所选编的学生创新创业方案，都是二三年级大学生的作品。这些方案尽管经过老师们的多次辅导，但总体上看应该说还显得非常稚嫩，无论是市场定位、产品设计、营利模式、推广方案还是财务预算，都存在不少欠缺之处甚至某些方面还存在“硬伤”。但可能也正是因为这种稚嫩，反而使学生们在创意思路和产品服务设想方面摆脱了惯性思维的桎梏，其创业方案更为新颖和大胆。我们不要忘了，少年比尔·盖茨的创业方案当年在世人看来不也是异想天开、不着边际吗？正是基于这种考虑，对这些创业方案和策划书，我们只是在文字和用词上稍微做了调整和修正，而对于整个文案的结构和内容不做任何删改，以期保持学生作品的“原汁原味”。从这些原创作品，我们既可以领略到青年学子们的活跃思维和大胆创意，也可以发现其中存在的问题和缺陷，这样反而会更有利于我们找出创新创业教育过程中存在的不足，特别是便于发现创业知识传授方面的“瓶颈”或缺项在哪里，为今后的教育实践提供借鉴。

创新创业教育是一个系统工程，涉及整个教学方案改革、课程设置、教材选编、教学计划安排、师资队伍培养、实习基地和创新创业实验区建设、业界导师队伍组建、创业资金支持等一系列问题。这些工作绝非一支教学团队所能完成，而是离不开学院和学校两个层面的支持，特别是学校各职能部门尤其是教务处的鼎力协助。我们要感谢学校邱鸣副校长、李小牧副校长、教务处张喜华处长、宋强副处长、华楠老师等给予我们的鼓励和帮助，其中每年几万元专项资金作为实实在在的支持，使我们在探索实施创新创业教育活动中不至于捉襟见肘；我们要感谢国际商学院黄少敏院长、倪宏志书记、辛辰老师、潘镜明老师对我们组织学生进行创新活动给予的理解与协助，还有张娟老师为开展各种活动所提供的周到服务；我们更要感谢学生们的创新创业激情、敢于“下海”的勇气与坚韧不拔的毅力。在冬季凛冽的寒风中他们在校园里摆摊叫卖创意产品的令人感动的情景一直铭记在我的脑海中，而在工人体育场外面兜售产品时被城管追得沿街跑，为了进女生宿舍楼推销圣诞节礼品对楼管大妈施以软磨硬泡、声东击西、调虎离山的“战术”，至今想起来仍让我忍俊不禁。

新形势下的创新创业教育任重道远，我们还只是一种探索，毕竟学生在求学期间能够实施实际创业活动的只是少数。能够引导学生实际做生意，进行商务活动，让他们真正了解经营，真正体验经营企业的艰辛与成功赢利的快乐，实现从纸上谈兵到实际操作，这将是一个大的跨越。我们期待学生能够获得更大成功——实现学业上与经营上的双赢。这也是我从事营销教学近 20 年始终不渝的一个观

点，营销专业人才培养的基本目标是造就合格的职业经理人，而终极目标是造就优秀的企业家。

“营销专业”实现了从过去的以“教”为中心向以“学”为中心的转变。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

教学模式和教学方法，使学生掌握营销专业知识和技能，培养其职业素养。

“营销专业”为市场营销专业人才培养的核心理念，通过“教、学、做”三位一体的

目 录

总 序	
前 言	
第一章 BB 教育项目策划案	1
一、项目背景与基本创意	1
二、公司及团队介绍	3
三、市场环境分析	8
四、营销策略及营利模式	14
五、财务分析	18
六、专家评语	23
附 录	25
第二章 “街巷在线”实体店网上零售平台策划案	32
一、执行纲要	32
二、公司及团队介绍	33
三、产品及经营模式	35
四、市场分析与营销策略	47
五、财务计划	57
六、专家点评	63
第三章 SOL 香水个性定制体验馆商业计划书	65
一、项目简介	65
二、公司及团队介绍	67
三、产品与服务	71
四、市场分析及营销策略	80
五、融资及财务析	90
六、专家点评	101
第四章 MPC 文化创意有限责任公司策划案	104
一、策划摘要	104
二、公司概况	106