

管理教材译丛



PEARSON

第3版

创业管理

成功创建新企业

Entrepreneurship

Successfully Launching

New Ventures (3rd Edition)

布鲁斯 R. 巴林格 (Bruce R. Barringer)

俄克拉何马州立大学

(美)

R. 杜安·爱尔兰 (R. Duane Ireland)

得克萨斯农工大学

著

杨俊 薛红志 等译

张玉利 审校



机械工业出版社
China Machine Press

管理教材译丛

第3版

创业管理

成功创建新企业

Entrepreneurship

Successfully Launching

New Ventures (3rd Edition)

布鲁斯 R. 巴林格 (Bruce R. Barringer)

俄克拉何马州立大学

(美)

R. 杜安·爱尔兰 (R. Duane Ireland)

得克萨斯农工大学

著

杨俊 薛红志 等译

张玉利 审校



机械工业出版社
China Machine Press

本书以机会开发和实施为主线,紧扣机会与富有创业精神个体之间结合的本质,按创业过程逐步展开论述,从新企业创意产生、可行性分析、产业分析,到整合开发机会所需的资源(团队、融资等),再到创建企业、管理成长等,准确识别了创业每个环节中可能遇到的关键问题并分析成因,进而根据实践经验提出切实可行的解决措施。本书并没有执著于深奥理论的探讨,而是通过案例和提出问题启发读者思考,促使读者主动探索未知领域内的现实问题。

本书阐述清晰、分析透彻、内容丰富,不仅提供了许多实用的工具和分析方法,还提出了诸多中肯建议,揭示了许多认识谬误,尤其适合于本科学生和实际创业者阅读,是一本非常优秀的创业学教材。

Bruce R. Barringer, R. Duane Ireland. Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, 3rd Edition.

ISBN 978-01-3608-3535

Copyright © 2010, 2008, 2006 by Pearson Education, Inc.

Simplified Chinese Edition Copyright © 2010 by China Machine Press.

Published by arrangement with the original publisher, Pearson Education, Inc. This edition is authorized for sale and distribution in the People's Republic of China exclusively (except Taiwan, Hong Kong SAR and Macau SAR).

All rights reserved.

本书中文简体字版由 Pearson Education (培生教育出版集团) 授权机械工业出版社在中华人民共和国境内 (不包括中国台湾地区和香港、澳门特别行政区) 独家出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

本书封底贴有 Pearson Education (培生教育出版集团) 激光防伪标签, 无标签者不得销售。

封底无防伪标均为盗版

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号: 图字: 01-2009-6777

图书在版编目 (CIP) 数据

创业管理: 成功创建新企业 (原书第3版) / (美) 巴林格 (Barringer, B. R.), (美) 爱尔兰 (Ireland, R. D.) 著; 杨俊, 薛红志等译; 张玉利审校. —北京: 机械工业出版社, 2010.7 (管理教材译丛)

书名原文: Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures

ISBN 978-7-111-31277-2

I. 创… II. ①巴… ②爱… ③杨… ④薛… ⑤张… III. 企业管理—教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 133551 号

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 蒋桂霞 版式设计: 刘永青

北京京北印刷有限公司印刷

2010 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

184mm × 260mm · 21.75 印张

标准书号: ISBN 978-7-111-31277-2

定价: 48.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210; 88361066

购书热线: (010) 68326294; 88379649; 68995259

投稿热线: (010) 88379007

读者信箱: hzjg@hzbook.com

Preface 译者序 I

创业在推动我国改革开放进程及经济社会发展中发挥了重要作用。创建创新型国家的发展战略，树立科学发展观、构建和谐社会等发展方略，使创新与创业的作用进一步凸显。全球金融危机爆发以来，之前提出的以创业带动就业的口号得到进一步重视，国家部委和地方政府纷纷出台了一系列鼓励和扶持创业的政策；越来越多的高等院校开设了创业教育课程，教育部在创业教育试点院校的基础上进一步倡导创业教育类人才培养模式创新实验区建设项目。我国在全社会形成了有史以来最为强劲的、旨在重视和鼓励创业的热潮。

创业不仅关乎国家兴衰，更是企业价值创造和保持竞争优势的重要手段。针对《财富》500强公司的一项研究表明，在产品创新方面名列前100位的公司中，有65%采用了创业机制，而500家公司中平均只有25%采用创业机制。创业能够促进组织内的新事业开发、组织变革、战略更新，从而使企业在高强度竞争和趋同压力下将资源、机会与有创业精神的创业者结合起来，促进组织灵活性与稳定性，进而不断更新组织的竞争优势来源。显然，社会转型驱动了管理理论和实践转型，塑造组织创业精神是成功企业和追求成功的企业所追求的重要目标。

如何管理创业活动？这是一个很重要但仍在不断深入探索的问题。20世纪90年代末期，美国创业学者 Paul Reynolds 教授发起、组织并实施了具有划时代意义的“创业动态跟踪调查”（PSED），PSED项目面向美国成人群体随机抽取正在创业但仍未创办出新企业的新生创业者（nascent entrepreneur）为对象，在两年内连续跟踪他们的创业过程，采集的一手数据支撑了一大批高水平研究成果。2009年，南开大学创业管理研究中心采用相似的研究设计与抽样方案，在国内8个代表性城市发起并实施了“中国创业动态跟踪调查”（CPSED）。这些研究成果表明，创业是由多个事件有机组合而成的行为过程，关键事件的不同组合方式形成了现实中不同的创业过程，管理创业活动的重点集中体现在管理关键事件实施效果以及关键事件之间的组合方式，进而实现对创业过程的管理。这种认识有助于进一步强化创业管理是对创业过程管理的理性认识，鼓舞学术界从多重理论视角把握创业规律，提供接近现实的学术观点和成果。本书有助于读者获得对创业过程中所需技能、知识和规律的深刻理解，对创业过程中的关键事件管理方式形成较全面的认识。

本书的两位作者在创业研究和战略管理领域著述颇丰，他们在吸收大量新近研究成果的基础上，对创业过程进行了清晰阐述，分析透彻，内容丰富，文字简约，创作了这

本不可多得的创业学教材。翻译的过程本身也是很好的学习过程，在此我们愿意将一些心得体会与广大读者朋友分享。

第一，作者对创业研究的基本问题和关键概念进行了清晰的表述。例如，作者巧妙地将机会与创意进行对比，指出创意需要满足四个基本特征才能成为可利用的机会。根据这些标准，读者能较易判断出什么是机会，什么不是机会。这种对比方法在本书中应用很多，比如成功企业与失败企业，正确做法与错误做法，正确观点与错误观点等，通过比较，读者能够更快地理解知识内涵并记忆深刻。本书还有一个特点，即它具有综合性。比如，对于机会识别，作者综合学术界的机会发现观点与机会创造观点，在承认先前经验和创业警觉影响机会识别的基础上，指出机会识别的“走廊原理”和“创造元素”，使读者能更清晰地把握复杂的机会识别问题。

第二，本书以创业过程为主线，将创业者的角色有机地嵌入创业过程之中，把握了有价值机会与富有创业精神个体之间结合的本质，从创业活动前端的创意产生、机会识别、可行性分析、商业计划与产业分析，到整合开发机会所必需的资源（团队、融资等），再到创建新企业、管理成长等，准确识别了创业过程每个环节所可能遇到的关键问题并分析成因，进而结合针对性的案例分析提出切实可行的解决措施。本书并没有执著于深奥的理论探讨，而在于通过案例和提出问题启发读者思考，促使人们主动探索未知领域的现实问题。

第三，本书体现出创业学的多学科知识交叉整合的特点。创业过程涉及企业运作的各个方面，创业者作为最终的决策者，必须对财务金融、市场营销、管理学、经济学甚至国家政治都有所了解；而且，为了克服自身认知和心理障碍，未来创业者也需涉猎心理学和认知科学的知识。通读本书，将使你获得多学科知识的熏陶，了解创业学课程的广泛内容，更好地为将来从事创业实践奠定基础。

本书通俗易懂，可读性很强，尤其适合于本科学生和实际创业者阅读。作者始终以问题为出发点，用浅显的语言揭示复杂本质，从而不断激发起读者的学习兴趣，提醒读者着重关注的知识要点。对于本科学生来说，本书提供了理解和认识创业过程及其管理手段的基本框架，提供了针对创业过程中不同关键活动所需要的技能和知识，有助于他们将所学的知识和实际相结合，激发创业和创新精神，培养创业所需的基本能力，培养用不断创新、超前行动、敢于承担可接受风险等创业思维来展开学习和工作，真正成为适应新经济时代要求的创新型人才。对于实际创业者来说，本书提供了许多实用的工具和分析方法，勾勒了不同关键活动之间的逻辑关系与组合方式，提出了诸多中肯建议，揭示了许多认识谬误，这些都是创业者的宝贵精神财富。

诚然，本书作者均为美国人，关注美国企业事务的倾向在所难免，特别是法律、财务、国家政策、创业环境等方面与我国实际有着不小差异，读者有必要理解这种差异性。即便如此，知识的价值体现为思维逻辑而不是思考结果，了解本书所奉献知识背后的思维逻辑，仍是相当重要的。

本书翻译工作由南开大学创业管理研究中心承担，并具体在中心主任张玉利教授的指导下完成的。王伟毅、杨俊、薛红志分工完成初译，张玉利对全书初稿提出了大量修改意见，杨俊和薛红志完成了二稿。由于水平有限，书中错讹拗口之处恳请广大读者朋友批评指正。

南开大学创业管理研究中心（www.ebg.org.cn，中文域名力南开创创业网）于2003年成立，中心将工作重点定位于：引领创业研究，追求理论创新；推动我国创业教育发展，鼓励创业精神，服务创新型国家建设；激发人们利用创业思维开展工作，把握机会。为此，我们一直视推动并深化我国创业研究与教育工作为己任。2003年以来，我们独立或合作组织了包括“首届创业学暨企业家精神教育研讨会”、“创业研究与教育国际研讨会”、“创业案例研讨会”等在内的多次高水平学术研讨会；中心承担国家自然科学基金重点课题“新企业创业机理与成长模式研究”（这是2007年首次面向创业设立的重点课题），承担自然科学基金面上青年课题6项，教育部人文社会科学青年基金课题4项，以创业创新教育为核心的工商管理专业建设2008年被教育部确定为“第二类特色专业建设点”，联合申报的“大学生就业创业教育研究”课题2009年被列入教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目；中心面向本科生讲授的“创业管理”课程2008年被评为国家级精品课程，课题组成员为主体编写的《创业管理》（2008年1月机械工业出版社出版）教材被列入“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”，教学成果“产学研互动的创业管理课程体系及实践基地建设”2009年获得天津市优秀教学成果二等奖。

机械工业出版社华章公司在引进外版教材、推动国内管理教育事业发展方面的贡献是有目共睹的。他们系统引进了优秀的创业管理教材，积极推动我国的创业教育工作，在促进我国创业管理教材丰富化和创业管理课程系列化方面做出重要贡献。共同的志向使得我们之间的合作非常愉快。在本书即将出版之际，我们感谢机械工业出版社华章公司为我们创造的学习机会，感谢责任编辑蒋桂霞女士在编辑、出版方面的贡献。

先进国家的发展实践一再表明，创新与创业紧密关联。没有创新的创业不可能有很好的发展，没有创业精神支撑也难以实现伟大的创新。愿广大同道之士共同促进我国创业研究、实践和教育的发展，共同建设我们美好的家园。

杨俊 薛红志

2010年5月于南开大学

| 作者简介 About the Author

布鲁斯 R. 巴林格

布鲁斯 R. 巴林格是俄克拉何马州立大学斯皮尔斯商学院创业与新兴企业系的约翰尼·普波讲席教授，他曾经任教于佛罗里达中央大学。他从密苏里大学获得博士学位，并在艾奥瓦州立大学取得 MBA 学位。他的研究兴趣包括可行性分析、商业计划、企业成长和公司创业等。

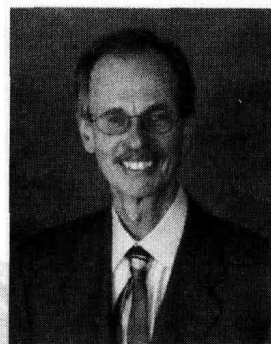


他所做的研究，发表在 *Strategic Management Journal*、*Journal of Management*、*Journal of Business Venturing*、*Journal of Small Business Management*、*Journal of Development Entrepreneurship* 等期刊，以及其他许多杂志。除了本书，布鲁斯还是另外三本书的作者或合著者，即《准备有效的商业计划》（*Preparing Effective Business Plans*）、《创建企业的真相》（*The Truth About Starting a Business*）、《何事阻挡了你？破除妨碍人们创建企业的 9 条谬见》（*What's Stopping You? Shatter the 9 Most Common Myths Keeping You From Starting Your Own Business*）。

他的户外爱好有跑步、越野骑行和游泳。

R. 杜安·爱尔兰

R. 杜安·爱尔兰是管理学著名教授，在得克萨斯州农工大学梅斯商学院担任工商管理学福曼 R. 与鲁比 S. 班尼特讲席教授。在此之前，他曾执教于里士满大学、贝勒大学和俄克拉何马州立大学。他的研究兴趣有战略创业、战略联盟、组织资源的有效管理等。



他所做研究发表在许多杂志上，诸如 *Academy of Management Journal*、*Academy of Management Review*、*Academy of Management Executive*、*Strategic Management Journal*、*Administrative Science Quarterly*、*Journal of Management*、*Journal of Business Venturing*、*Decision Sciences*、*Human Relations*、*Entrepreneurship Theory and Practice*、*Long Range Planning*、*British Journal of*

Management 等。他是多本学术著作和教科书的合著者，其中包括一本极为畅销的《战略管理》教材。杜安与迈克·莫里斯（Mike Morris，俄克拉何马州立大学）一起，是 Prentice Hall 创业系列丛书的主编。这套创业系列丛书已有一些出版，包括布鲁斯·巴林格的《创业的商业计划》，其他书籍不久也将出版。每本系列丛书，都提供了有关某个创业主题的深刻见解。

杜安是 *AMJ*、*AMR*、*AME*、*JOM*、*JBV*、*ETP*、*European Management Journal* 和 *Journal of Business Strategy* 等期刊的编审委员会委员。他是 *AMJ* 杂志的现任编辑，而且作为 *AMJ*、*AME* 副主编以及 *ETP* 顾问编辑，已经完成了多个任期。他还为 *AMR*、*AME*、*SMJ*、*Journal of Engineering and Technology Management* 和 *Organizational Research Methods* 的特刊担任过客座联合主编。他是美国管理学会会员，并在管理学会董事会担任董事职务。他获得过多项教学与研究奖励。

跑步、阅读、聆听各类音乐、与家庭和儿孙共享天伦，构成杜安的业余生活。

| 前言 Preface

引言

我们对本书新版及其带给你的许诺感到很兴奋，主要原因是再也没有比学习创业课程更使人激动不已的了。世界各地的创业企业，正在创造新的产品和服务，使我们生活得更舒适，并且提高了工作效率，改善了健康状况，以新方式提供了娱乐；它们甚至在全球范围向各种经济条件进行挑战。在本书中你将看到，创业者是最充满激情的一群人。这也是为什么成功企业会在各种意想不到的地方创建起来，比如车库、拥有“无线热点”的咖啡屋等。我们无法知道坐在自己身旁喝咖啡的人，若建立一家创业企业会取得多大成功。

正如你所料，创业者对其商业创意的激情，是新创企业获得成功的首要预测因素。这种激情，超越了对优厚工作或其他事务的兴趣。然而，缺乏激情却常常导致创业失败。

本书旨在向你们（本书读者和创业课学生）提供创业过程的全面介绍。有证据表明，创业者全面彻底理解创业过程各部分，以及如何利用它们是很重要的。在美国，大约 1/3 的新企业在前两年失败，而另有 20% 的企业在开业 4 年内倒闭，这种现实值得我们铭记在心。新企业失败率说明：对于那些受到激励而创建企业的人来说，仅有动机是不够的。强烈的动机必须与准确及时的信息、坚实可靠的商业创意、有效的商业计划、正确的执行相结合，才能使企业成功的可能性最大化。在本书中，我们讨论了许多创业企业实例，以及区分企业成功与失败的因素。

本书对成功开创并促进创业企业成长的过程，提供了深思熟虑的现实指导。为达此目的，我们向你提供了创业过程的详尽分析。在第 1 章里，我们构建了创业过程的框架模型，然后利用模型各要素来框定本书其他部分。我们特别强调了创业过程的起始阶段——尤其是机会识别与可行性分析。我们这样做是因为历史数据显示，许多创业企业苦苦挣扎或失败，不是因为企业主不负责或工作不努力，而是因为他们推向市场的创意不能成为成功的可存活企业之基础。

新版的新颖之处

我们尽力向你提供有关创业过程的可供应用的最新论述。在达到教学目的同时，我

们希望你也能被创业前景所激励，使你既能研读创业者及其企业的新经验，也能获得来自学术研究的新发现。

为了满足新颖性、翔实性和读者兴趣，我们做了如下一些重要改进，并体现在本书的第3版中：

开篇案例 每章开篇是一家创业企业的概括介绍：一个或多个大学生创建了新企业，同时完成了他们的大学水平教育。本书15个开篇案例中，13个案例是全新的，其余两个案例进行了更新。对现实生活中创业者的描述，充分说明我们中许多人即便只是在校大学生，也有能力成为一个创业者。每个案例都特别适用于该章的主题。我们对每个学生创业者都进行了广泛的访谈，以获取所需的经验资料。

学生创业者观点 在每个开篇案例结尾部分，我们给出创业者对一系列问题的回答。在问答过程中，这些边创建企业边在校读书的创业者，表达了对各种事情的观点、看法。思考这些问答的好处在于，本书读者有机会明白：他们实际上也有潜力比预想更快地创建企业。

更新的特色专栏 本版的“错在哪里”、“合作求胜”、“他山之石”等专栏，75%以上内容都是全新的，那些保留的专栏内容，也得到了更新。专栏内容体现出的新颖性，有利于读者思考当前创业企业所面临的时代问题。

更新的案例 本版许多案例是新选入的，对保留的案例也进行了更新。案例编写目的在于为读者提供练习机会，以便利用所学的特定概念识别问题、提出初创企业面临状况的解决方案等。每个案例末尾的问题，则用来激发课堂讨论。

本书的结构

为了解释创业过程及其典型的展开方式，我们将本书内容分为四个部分，共15章。创业过程模型的四个部分是：

- 第一部分 决定成为创业者
- 第二部分 开发成功的商业创意
- 第三部分 将创意转化为创业企业
- 第四部分 管理并使创业企业成长

我们认为，这种编排顺序会使你理解创业过程的旅程变得有趣而有效率。这个模型如图0-1所示。模型中的每个阶梯与每章内容相对应，能帮助读者形成每章在创业过程中处于哪个阶段的印象。

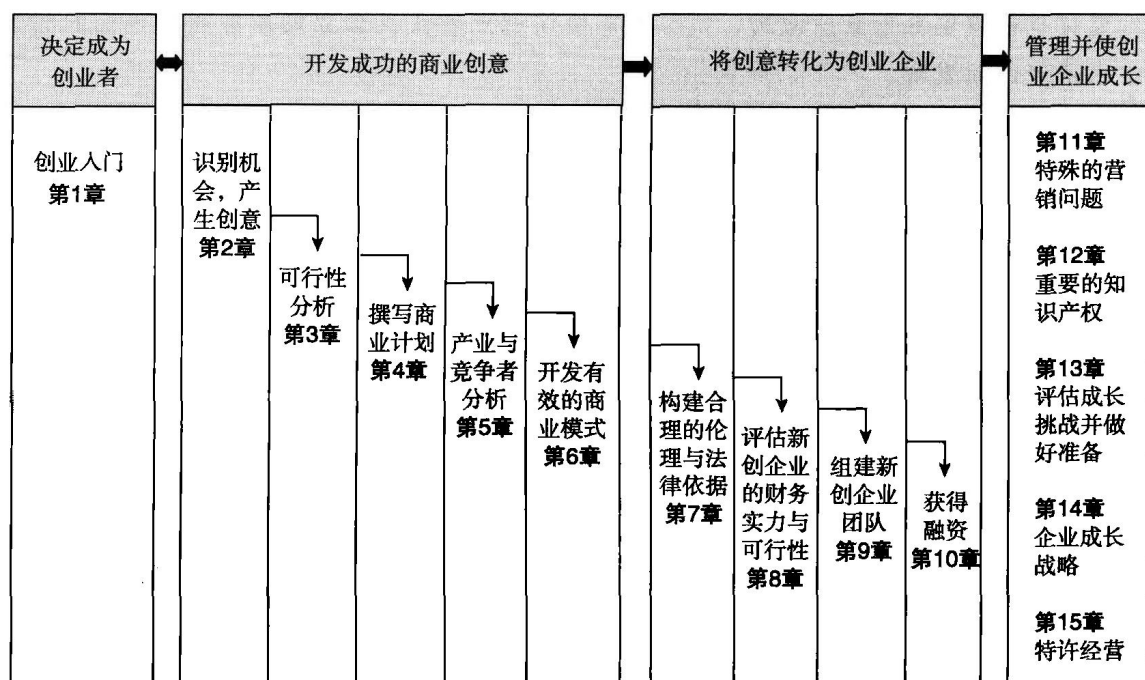


图 0-1 创业过程的基本模型

本书具有的有益特色

为了尽可能全面地对创业过程进行介绍，本书每章都包含下列诸多特色。

每章包含的特色	益处
学习目标	有助于读者集中关注每章的重要主题
每章的开篇案例	通过关注在校学生创建的企业，来介绍本章主题
关键词加黑	引起读者注意关键概念
实例与趣闻	使本书生动活泼，并且对每章所讨论的挑战提供了成功和失败的应对方法实例
20 个复习提问	使读者能够测试他们对本章材料的记忆情况
10 个应用提问	使读者能够应用他们从每章材料中学到的知识
案例后讨论题、应用题	使读者有机会利用书中学到的概念、信息，去评价创业者面临的状况，或读者可能遇到的状况

本书的独特之处

当你浏览本书的时候，我们相信你会发现下面列出的一些独特之处，作为一名研习创业与创业过程的学生来说，它们将为你提供诸多益处。

本书独特之处	解释
专注于机会识别与可行性分析	本书以有关机会识别与可行性分析的重要章节开始。这点很重要，因为机会识别与可行性分析是早在调查新商业创意时必须被完成的关键活动
“错在哪里”专栏	每章包含一个题为“错在哪里”的专栏。我们使用这些专栏解释看来很有希望的创业企业的失误。毫无疑问，你已经猜到了，这些专栏的目的是强调如果本章的基本概念未被认真理解时，事情就可能变得糟糕的事实
“合作求胜”专栏	每章包含一个题为“合作求胜”的专栏。与其他企业有效合作的能力，对创业企业成功来说日益成为一项重要特性
“他山之石”专栏	每章包含一个题为“他山之石”的专栏。这些专栏举例说明了促使创业企业成功的各种业务实践。同样，当你处于创业过程时，这些实践是你应该重点考虑的，以使企业良好运转
10个新颖的课后案例	10个中等篇幅的案例。这些案例旨在激起课堂讨论，并阐明本书所讨论的主要议题

致谢

在此，我们对那些帮助本书新版得以完成的人表示感谢，他们有下列4个群体：

Prentice Hall 出版公司的专业人员 这些人与我们一起勤奋工作，全力支持我们为研究和教授创业过程的人们写一本管用的书。我们对来自 Prentice Hall 公司的人员表示诚挚的感激之情，他们是编辑金·诺布塔（Kim Norbuta）、市场营销经理帕特里斯·琼斯（Patrice Jones）、项目主任克劳迪娅·费尔南德兹（Claudia Fernandes）。每个人都向我们提供了珍贵的指导和支持，我们感谢他们做出的贡献。

学生创业者 我们向提供开篇案例的学生创业者，致以诚挚的感谢。我们与这些人的交谈，非常令人激动、增长见闻。我们非常荣幸认识这些创业者，并祝愿他们继续成功地建设他们的新创企业（姓名略）。

学术评阅者 我们感谢那些参与审阅本书各章的同事。我们从他们那里获得许多真知灼见，在本书的最后定稿中吸取了许多建议和观点。他们都是教授创业课程的专家（姓名略）。

学术同行 我们感谢思考创业教育的大批专家学者，他们有助于本书内容和结构的形成（姓名略）。

| 教学建议 Suggestion

教学目的

本课程教学的目的在于让学生了解创业活动过程的内在规律以及针对关键活动的管理方式，了解创业过程中经常遇到的问题和障碍。具体来说，要培育学生勇于开拓和创新的意识，强化创业精神，认识新经济时代下的财富创造逻辑，培养和锻炼机会识别、创新、资源整合等创业技能，引导学生用创业思维和行为准则开展工作，强化创造性地分析和解决问题的能力。

前期需要掌握的知识

管理学、经济学、战略管理、营销学、财务管理等课程相关知识。

课时分布建议

教学内容	学习要点	课时安排	
		本科	研究生
第1章 创业入门	(1) 了解创业概念的内涵 (2) 了解不同创业类型区别 (3) 了解创业的一般过程 (4) 认识创业的贡献	3	2
第2章 识别机会，产生创意	(1) 认识机会和创意的区别 (2) 认识机会的来源 (3) 认识机会识别的影响因素 (4) 了解有助于识别机会的方法和技术	4	4
第3章 可行性分析	(1) 了解可行性分析的价值 (2) 认识产业结构与机会的关系 (3) 认识可行性分析的关键问题 (4) 掌握可行性分析的技术	3	2
第4章 撰写商业计划	(1) 了解商业计划的用途和价值 (2) 了解商业计划的结构框架 (3) 了解陈述商业计划的技巧	2	2

(续)

教学内容	学习要点	课时安排	
		本科	研究生
第5章 产业和竞争者分析	(1) 了解新企业产业分析的目的 (2) 明确新企业产业分析的独特性 (3) 了解新企业的竞争分析技巧	2	2
第6章 开发有效的商业模式	(1) 了解商业模式的构成要素 (2) 认识商业模式创新内涵 (3) 认识商业模式设计的逻辑 (4) 掌握商业模式分析技巧	4	4
第7章 构建合理的伦理 与法律依据	(1) 了解创业伦理的内涵与框架 (2) 了解创业初期的法律问题 (3) 认识所有制结构的优缺点	2	2
第8章 评估新创企业的财 务实力与可行性	(1) 认识创业企业财务管理的独特性 (2) 掌握报表编制技术 (3) 认识报表分析思路与方法	2	2
第9章 组建新创企业团队	(1) 认识新创企业团队的基本构成 (2) 掌握同质性与异质性团队的区别 (3) 了解团队组建要考虑的主要问题 (4) 掌握优秀团队的标准	2	4
第10章 获得融资	(1) 掌握步步为营的融资原则 (2) 了解新创企业的融资来源 (3) 认识权益融资与债务融资的差别	2	3
第11章 特殊的营销问题	(1) 了解产品定位方法 (2) 认识核心产品与实际产品的差异 (3) 了解创业营销的独特性	2	3
第12章 重要的知识产权	(1) 了解知识产权的含义与价值 (2) 掌握拇指原则 (3) 了解专利和商标申请的步骤	2	3
第13章 评估成长挑战 并做好准备	(1) 了解成长的含义与类型 (2) 掌握成长管理方式 (3) 分析成长挑战及其应对方法 (4) 掌握高成长企业的特征	4	4
第14章 企业成长战略	(1) 解释内部成长战略与外部成长战略的差异 (2) 了解成长战略实现方式内涵 (3) 比较不同成长方式的差异	2	2
第15章 特许经营	(1) 了解特许经营的特点 (2) 掌握特许经营的成本和收益分析 (3) 了解特许经营的管理重点	—	3
课时总计		36~48	42

说明: (1) 在课时安排上, 对于 MBA 学员可以是 36 个学时也可以是 48 个学时; 管理专业本科生是根据 36 个学时来安排的, 标注课时的内容建议要讲, 其他内容不一定讲, 或者选择性补充。非管理专业的本科生建议安排学时在 48 学时以上, 以便补充相关的专业知识。

(2) 社会实践、案例分析等活动可以在课程中穿插进行。

目 录 Contents

译者序
作者简介
前言
教学建议

第一部分 决定成为创业者

第 1 章 创业入门 2

开篇案例 克里米特公司：经典的创业故事 2

1.1 创业导言 3

1.2 创业者的人口统计学变化 12

1.3 创业的重要性 14

1.4 创业过程 16

复习题 18

应用题 18

第二部分 开发成功的商业创意

第 2 章 识别机会，产生创意 22

开篇案例 凯瑟琳·科里甘：填补 240 亿美元女鞋市场的空隙 22

2.1 识别并认识机会 23

2.2 发现市场空隙 30

2.3 产生创意的技术 36

2.4 鼓励和保护新创意 38

复习题 40

应用题 40

第 3 章 可行性分析 42

开篇案例 Think Gum 公司：验证商业创意的重要性 42

3.1	可行性分析	43
3.2	产品/服务可行性分析	46
3.3	行业/目标市场可行性分析	49
3.4	组织可行性分析	51
3.5	财务可行性分析	54
3.6	初筛	56
	复习题	56
	应用题	57
	附录 3A 初筛	58
第 4 章	撰写商业计划	60
开篇案例	群组平台网：成功商业计划的优势	60
4.1	商业计划	61
4.2	商业计划的框架结构	67
4.3	向投资者陈述商业计划	75
	复习题	76
	应用题	77
第 5 章	产业与竞争者分析	79
开篇案例	全业网：占据激烈竞争行业的独特定位，企业繁荣兴旺	79
5.1	产业分析	80
5.2	竞争者分析	92
	复习题	95
	应用题	96
第 6 章	开发有效的商业模式	97
开篇案例	Amie Street 音乐网：跨越音乐产业的鸿沟	97
6.1	商业模式	99
6.2	有效商业模式的构成要素	106
	复习题	113
	应用题	114
第三部分	将创意转化为创业企业	
第 7 章	构建合理的伦理与法律依据	116
开篇案例	RealKidz：因伦理和法律而赢在起跑线	116
7.1	新企业早期面临的伦理和法律问题	117

7.2 获得营业执照与经营许可	124
7.3 选择企业组织形式	125
本章提要	130
复习题	131
应用题	131

第8章 评估新创企业的财务实力与可行性 133

开篇案例 BLMA 模型公司：从开始就看紧现金流	133
8.1 什么是财务管理	134
8.2 财务报表和预测	137
8.3 预计财务报表	147
本章提要	150
复习题	151
应用题	151

第9章 组建新创企业团队 153

开篇案例 UNIGO：一举成功	153
9.1 组建创业团队	154
9.2 完善创业团队：专业顾问的作用	160
本章提要	164
复习题	164
应用题	165

第10章 获得融资 166

开篇案例 Bizooki 公司：多途径融资	166
10.1 获得融资的重要性	167
10.2 权益融资来源	173
10.3 债务融资来源	176
10.4 融资的创造性来源	178
本章提要	180
复习题	180
应用题	181

第四部分 管理并使创业企业成长

第11章 特殊的营销问题 184

开篇案例 Miss Misa 公司：在珠宝行业创建一个新品牌	184
--------------------------------	-----