**本次课教学组织与设计**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课 次 | 第3次课 | 授课时间 | 第 周  |
| 章 节名 称 | 创业机会识别与评估 |
| 授 课方 式 | 面授 | 教学时数 | 2学时 |
| 教学目标与要求 | 知识目标：了解创业机会的来源与特征能力目标：掌握创业行业选择策略和技巧态度目标：理性寻找与分析适合自己的创业行业与项目 |
| 教 学重 点难 点 | 教学重点：业行业和项目的选择。 |
| 教学难点：创意与创业机会的内涵，创业机会的来源 |
| 教 学方 法手 段 | 1.讲授法：对课程知识点进行讲授和强调，帮助学生理解，启发学生思维。2.案例分析法：分析案例“瓜果书”，导入新课，引发思考。3.举例讲授：结合案例进行讲授，真实具体的展现创业机会的来源，使学生对该知识点有直接的感受。4.课堂活动法：各种形式的课堂活动，可以活跃课堂气氛，调动学生积极性，在互动与实践中，掌握和提升技能。5.归纳（总结）法：对重要知识点进行归纳、总结，强化学生的认知。 |
| 讨 论练 习作 业 | 趋势带来的创业机会开启创业之旅 |
| 主要参考书目、资料 | 1.徐俊祥.创未来——大学生创业基础知能训练教程.现代教育出版社，2017.2.李家华.创业有道——大学生创业指导.高等教育出版社，2011.3.当年国家有关大学生创业、就业相关文件 |
| 教 学后 记 |  |

**教 案 讲 稿**

**教学时间:**

90分钟

**时间安排:**

1.课程导入 10分钟

2.创意≠机会 5分钟

3.创业机会的内涵 5分钟

4.课堂活动——趋势带来的创业机会 20分钟

5.创业机会的来源 20分钟

6.创业行业选择与评估 5分钟

7.大学生寻找项目的方法 5分钟

8.课堂活动——开启创业之旅 15分钟

9.布置作业，总结课程 5分钟

**主要内容：**

**一、****课程导入**

同学们，本节课，我们进入创业过程的第一个阶段，机会识别。

我们先来看一段视频，还有一个案例，然后思考一下这四个问题：

1.什么是创意？

2.什么是机会？

3.创意=机会？

4.创意如何成为机会？

播放创意纸椅子的视频片段；

请学生观看教材上的案例——“开花结果”的书——瓜果书；

学生讨论、回答……

好，谢谢同学们的分享，并不是所有的创意都是创业机会！创意和机会到底是什么？他们之间如何转化？我们来看一下。

**二、创意≠机会**

**创意**是一种思想、概念或想法。我们可以看一段创意集锦的视频：

播放视频……

创意活动是创业的开端，一个好的创意，就像一颗优秀的种子，是创业成功的前提条件。刚才同学们看到的案例瓜果书，就是创意设计的典型代表。一般来说，创意来源于三个方面：趋势的把握、没有解决的问题、闲置的资源。

要注意的是，创意与点子不同，创意具有创业指向，进行创业的人在产生创意后，会很快把创意发展为可以在市场上进行检验的商业概念。商业概念既体现了顾客正在经历的也是创业者试图解决的种种问题，还体现了解决问题所带来的顾客利益和获取利益所采取的手段。比如，帮助球手把打丢的球找回来是一个创意，容易把球打丢是实际存在的问题。而有人试图要解决这个问题，在高尔夫球内安置一个电子小标签，开发手持装置搜索打丢的球是解决问题的手段。

**机会**则是营造出对新产品、新服务或新业务需求的一组有利环境。

机会具有很强的时效性，甚至瞬间即逝，一旦被别人把握住也就不存在了。而机会又总是存在的，一种需求被得到满足，另一种需求又会产生；一类机会消失了，另一类机会又会产生。大多数机会都不是显而易见的，需要去发现和挖掘。如果显而易见，总会有人开发，有利因素很快就不存在了。所以，机会有四个本质特征：有吸引力、持久性、及时性，并依附于为买者或终端用户创造或增加价值的产品、服务或业务。

相对比来说：

创意是一种思想、概念或想法，它可能满足也可能不满足机会的标准。

而对机会的识别又源自创意的产生，所以，在创意没有产生之前，机会的存在与否意义并不大。

**总的来说，**创意可以漫无边际，但它不一定会注重实现的可能性，而市场机会必须实实在在的，能够真正为企业带来价值，**所以，市场机会可以来源于创意，但创意并不必然等于市场机会。**

所以，同学们在从需求和创意中发掘机会时，需要注意区分，一般来说，有价值潜力的创意一般会具有3个基本特征：

第一、独特、新颖，难于模仿。创业的本质是创新，创意的新颖性可以是新的技术和新的解决方案，可以是差异化的解决办法，也可以是更好的措施。另外，新颖性还意味着一定程度的领先性。不少创业者在选择创业机会时，会关注国家政策优先支持的领域，这其实就是在寻找领先性的项目。不具有新颖性的想法不仅将来不会吸引投资者和消费者，对创业者本人都不会有激励作用。新颖性还可以加大模仿的难度。

第二、客观、真实，可以操作。有价值的创意绝对不会是空想，而要有现实意义，具有实用价值，简单的判断标准是能够开发出可以把握机会的产品或服务，而且市场上存在对产品或服务的真实需求，或可以找到让潜在消费者接受产品或服务的方法。

第三、有潜力的创意还必须具备对用户的价值与对创业者的价值。创意的价值特征是根本，好的创意要能给消费者带来真正的价值。创意的价值要靠市场检验。好的创意需要进行市场测试。同时，好的创意必须给创业者带来价值，这是创业动机产生的前提。

如果我们看到机会、产生创意并发展成了清晰的商业概念，这意味着我们识别到了机会，但是，发展出的商业概念是否值得投入资源开发，是否能成为有价值的**创业机会**，还需要认真的论证。

接下来，我们就来看看，什么是创业机会。

**三、创业机会的内涵**

创业机会有几种不同的定义方式：

它是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。

也是引入新产品、新服务、新原材料和新组织方式，并能以高于成本价出售的情况。

还是一种新的“目的-手段”关系，它能为经济活动引入新产品、新服务、新原材料、新市场或新组织方式。

还可以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。

综合以上观点，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。

创业学的先驱蒂蒙斯认为，创业机会有四个特征：

1.吸引力，是创业者所要提供的产品和服务，对于消费者来说应该是具有吸引力的，消费者愿意消费该产品和服务。

2.持久性，是说创业机会应当具有持久性，能够得到进一步的发展，具体来说，市场能够提供足够的时间使创业者对创业机会进行开发。创业者进行创业机会分析时，应把握创业机会的这一特征，以免造成对资源和精力的浪费。

3.适时性，适时性与持久性相对。创业机会存在于某个时间段，在这个时间段进入该产业是最佳时机，这样一个时间段被称作“机会窗口”。换句话说，创业机会具有易逝性或时效性，它存在于一定的空间和时间范围内，随着市场及其他创业环境的变化，创业机会很可能消失和流失。

4.创造顾客价值，创业机会来源于创意，创意是创业机会的最初状态。创意是一种新思维或者新方法，是一种模糊的机会，如果这种模糊的机会能为企业和顾客带来价值，那么它就有可能转化为创业机会。

那么，创业机会来自哪儿呢？

**四、课堂活动——趋势带来的创业机会**

我们进行一个头脑风暴，主题是“未来的趋势”。请同学们思考一下未来5年、10年、20年内产品和服务的发展方向。

学生分享，教师生成一个趋势列表。

接下来，请同学们进行小组讨论：每个小组从趋势列表中选择三个趋势，讨论这些趋势会如何影响顾客细分和顾客关系、产品或服务设计，以及组织业务流程的新方法，如产品和服务的分销，从而发现机会空间，最终开发出小组的未来世界蓝图。小组需要在纸上把自己的未来情境描绘出来。

小组汇报：自身小组的三种趋势、未来情境以及如何利用新兴趋势和机会空间。

通过活动，同学们可以看到，趋势可以带来机会，创造市场！

**五、创业机会的来源**

那，为什么有的人能够挖掘出机会成功创业？而有的人却看不到呢？创业机会到底在哪儿？其实，当代社会并不缺少机会，只是缺少发现机会的眼睛！我们来看一个视频：

播放视频……

创业机会其实有四大核心来源。

**第一个来源是未被解决的问题与未被满足的需求**。

创业的根本途径是满足顾客的问题与需求。

所谓问题，就是现实与理想的差距。比如，顾客需求在没有满足之前就是问题，而设法满足这一需求就抓住了创业机会，像大学生段利军，是微信学车的创始人，他发现的创业机会就是来源于大学生面临的现实问题，他发现身边很多同学都需要参加各类证书的考试，尤其是驾照考试。但是报名参加考试的同学经常抱怨，各科目的考试时间与上课时间冲突较大，教练态度差，隐形收费多等等。面对这些问题和痛点，段利军发现了创业机会，随后就推出了微信学车。

所以，创业者可以通过寻找自己和他人未被满足的需求或生活中遇到的问题与难处，在问题需求中发现创业机会。

比如，我们有一个同学发现很多高校的新校区建在远离市区的偏远郊区，师生往返市区十分不便，便萌生解决该问题而创办客运公司的想法。这就是通过发现问题和需求，进而找到创业机会。

马云说：“这个世界上充满了抱怨，如果大部分人都在抱怨一个问题，那就是机会所在。机会就在那些被抱怨的地方，我永远相信这点，我们也是这样一步步走到今天的。”哪里有抱怨，哪里就有机会。每一个问题与“痛点”需求，都是一个机会。

很多行业产业的兴起与发展，都源于人们生活的“痛点”，比如，很多商务人士嫌豪华酒店太贵，而普通旅馆安全卫生又没有保障，于是如家、汉庭诞生了；人们感觉打车难、出租车不方便，于是出现了滴滴；人们没时间逛超市和商城，买东西耗时费力，于是有了淘宝和京东。

**创业机会的第二个来源是社会发展趋势与市场环境变化**。

创业机会本质上来源于变化和创新。

著名管理大师彼得·德鲁克将创业者定义为那些能“寻找变化，并积极反应，把它当作机会充分利用起来的人”。

这种变化，既包括宏观层面的环境变化、政策变化、人口变化和科学技术发展，中观层面的产业结构调整、产业升级、行业新增与发展和区域经济发展，也包括微观层面的个体知识创新与升级、具体技术创新及发展和垂直市场细分等。

比如互联网技术的发明与提高，诞生了电子商务、网络社交、行业信息化等诸多创业机会。还有社会发展衍生的技术创新，像现在大学生的毕业照问题，以前都是通过传统的照相机摄像机来拍摄，无人机技术出现后，有些创业者发现这一创业机会将无人机用于拍毕业照的拍摄，这也就衍生出许多毕业照拍摄公司。

所以，许多创业机会产生于不断变化的市场环境。需要创业者不断的进行信息搜索和分析，凭借敏锐的嗅觉，从政治法律社会等宏观变化宏观环境的变化中却发现创业机会。

说到这里，你像今年，有一个比较火的词，地摊经济，学校周边的地摊经济其实一直很火热，同学们可以讨论一下，如果让你们小组组成一个团队去摆地摊，你们会做什么？

学生讨论，分享……

**创业机会的第三个来源是行业知识技能与工作经验能力。**

关于这点，一方面，创业者个体所拥有的行业经验、工作经验、专业知识和技能、兴趣爱好及特长、能力优势、观念转变和创造力可直接创造创业机会。有调查发现，70％左右的创业机会，其实是在复制或修改以前的想法或创意，而不是全新创业机会的发现。而且，拥有在某个领域更多专业知识的人，会比其他人对该领域内的机会更具警觉性与敏感性。这也就是说，创业者自身所拥有的知识经验等可以直接创造或转化为创业机会。比如，一位计算机工程师，就比一位律师对计算机产业内的机会和需求更为警觉与敏感；从商学院毕业的硕士研究生杨远澄，通过养牛带动大产业，引领乡亲脱贫致富的案例。

另一方面，创业者利用其拥有的生活阅历、经验技能、能力特长和创造力，更容易发现和识别潜在的创业机会。比如，牛根生利用伊利的工作经验，创建了蒙牛；比尔盖茨基于个人能力优势和创造力，创建了微软帝国；李彦宏发挥个人专业优势，创办了百度……

**创业机会的第四个来源是创业者拥有的独特资源与社会网络。**

很多创业者的创业活动源于自己拥有相应的资源和社会网络。比如优质的人脉网络、独有的业务渠道、技术资源优势和客户资源等，都有利于创业者利用这些资源，找到适合自己的创业机会。

比如，雷军利用个人资本积累与投资圈人脉关系，创立了小米；赵本山利用个人品牌资源和演艺圈人脉资源，创办了本山传媒；郭德纲利用个人“技术资源”创办了德云社……

同学们也拥有很多创业相关资源，比如高层次的专家导师与科研技术资源，大学校园的市场资源，政府与高校对创业扶持的政策资源和低成本的校园人才等资源。

充分挖掘并利用这些资源，有利于同学们找到创业机会。

那么，同学们如何选择行业呢？

**六、创业行业选择与评估**

从理论上说，制约同学们行业选择的因素主要分为外在因素和内在因素。外在因素主要包括该行业的发展前景和潜力，具体为利润率、风险性与创新性，竞争的激烈程度，政府对与该行业的政策扶持力度等。内在因素则是同学们自身的因素，包括大家所学的专业特色、自身的兴趣爱好、自身的特长等等。

概括起来，创业行业的选择，主要从6个方面进行评估：

第一个，行业发展的前景。当今时代，在选择创业行业的时候要认识到选择创业行业不能只注重行业现在的发展情况，还要根据该行业现在的发展势头、政府的相应政策、世界经济的发展趋势、高科技产业的发展速度、该行业自身的特色和经营模式等一系列外在因素综合考虑该行业在未来的世界发展浪潮中所占据的位置。

第二个，行业利润率。大学生创业者在创业初期对于利润率要有一个比较理性的认识，不应盲目地把利润率的高低作为衡量行业优劣的标准。简言之，利润率在行业选择的影响因素中占有一席之地，但不应是唯一的因素。

第三个，启动资金。资金一般是创业者目前创业活动中遇到的最大障碍，也是制约他们行业选择的主要因素。同学们应该根据自己的资金状况来选择相应的行业，尽量使自己在未来的发展中可以处于行业的较高水平，获得高额利润。

第四个，竞争程度。创业者应考虑所选行业的竞争程度。研究表明，现在有很少的创业者会抓住行业的空白进行创业，如果所选的行业比较传统，行业的竞争度就比较高。竞争度的高低决定企业未来在行业中的发展水平。

第五个，兴趣和爱好。众所周知，兴趣是最好的老师，爱好是不竭动力的源泉。创业者在创业时如果能结合自己的兴趣，通过创业的方式让自己的爱好转变成现实中的一种职业，将有助于创业的成功。

第六个，自身的优势。同学们在创业的时候可以尽量结合自己大学所学的专业知识，知识和技能对于经济发展和社会进步的推动作用是巨大的。

**七、大学生寻找项目的方法**

所有的创业行为都要落实在一个个具体的创业项目之上。创业项目的寻找和选择至关重要，同学们在探寻创业项目时要舍得花工夫。这里给同学们介绍五个方法：

一，基于解决别人困难，选定创业项目。别人的困难往往就是企业成功的机会。比如，北大方正公司创始人王选先生为解决印刷行业困难，发明了激光照排系统，一举创业成功；有人针对大城市中的三口之家，夫妻两人上班经常为接送孩子上学和孩子吃饭的事发愁这一困难，开办托教服务项目，投资少、见效快，也取得了成功。

二，分析已有商品存在的问题，选定创业项目。市场上销售的商品总会存在这样或那样的问题。创业者经过调查分析，针对这些商品存在的问题，进行改进、完善、提高，以此作为创业项目往往成功率很高。比如，美国迪斯尼乐园的创始人迪斯尼，就是针对当时市场上卡通影片存在的问题，通过改进技术创业的。

三，透视热销商品背后隐藏的商机，选定创业项目。以热销商品为导向，认真分析热销商品背后隐藏的商机，再选定创业项目进行经营。例如，当看到市场上鸡蛋热销时，分析预测鸡蛋热销背后隐藏的商机：一是马上会兴起养鸡热，二是当养鸡热兴起后，鸡饲料将会供不应求。因此，既不去卖鸡蛋也不去养鸡，而是跳过两个阶段去生产鸡饲料。这样当养鸡热兴起后，自然就会财源滚滚。

四，基于市场供求差异分析，选定创业项目。如果发现哪个产品或服务的市场供给不足，就可以从中找到创业机会，选定创业项目。市即使有时市场供求总量平衡，但结构也会出现不平衡，这样就会有需求空隙存在。比如，我国饮料市场的供求状况总体上看是供过于求的。但广东三水酒厂厂长李经纬先生，当年创业时就是在这供过于求的市场状态中，通过分析供需结构差异发现了创业机会，开发出运动保健饮料，起名“健力宝”，一举打开市场，不断发展壮大为今天的健力宝公司。

五，利用市场细分，选定创业项目。市场细分就是根据整体市场上顾客需求的差异性，以影响顾客需求和欲望的某些因素为依据，把某种商品的整体市场划分为若干个消费者群。属于同一子市场的消费者对同一商品的需求极为相似；分属不同子市场的消费者对同一商品的需求则存在着明显的差异。所以，进行科学的市场细分有利于发现市场机会，选定目标市场，确定创业项目。

**八、课堂活动——开启创业之旅**

创业者的创业之旅，一般始于三种情况：

1.拥有创意：有可以改变世界的新点子或是能够改善现有做法的新思路，而且非常乐于加以实施。

2.拥有技术：掌握了某种技术突破，希望进行商用；知道如何对技术进行快速配置，从而对社会造成积极影响；或者了解一种技术成就，希望通过创业使其发挥巨大潜力。

3.拥有激情：自信乐观，希望以最全面的方式拓展自己各方面的能力，认为创业是积极影响世界的最好方式。

同学们以小组为单位，一起思考这些问题（PPT）：

知识：你的教育或职业中侧重哪些方面的知识？

能力：你最擅长做好哪些工作？

人脉：你是否认识在不同行业中拥有专业能力的人？是否认识其他创业者？

资金：你能否吸引大量资本？还是依靠微薄的个人存款创业？

特长：你和你的合作伙伴有哪些专业特长，甚至是专业里的知名人士？

经验：在以往的学习或工作经验中，你有哪些低效行为或存在哪些“痛脚”？

针对特定市场的热情：你对哪些行业的改善情有独钟？

承诺：你是否拥有努力改变现状的时间？是否做过尝试？有没有准备好针对上述目标创建新企业？

通过回答以上问题，同学们会发现自己的创业团队正倾向甚至热衷于某些行业或项目，现在请各位小组来分享以下自己小组倾向的项目是什么？

小组分享……

谢谢各位同学的分享，希望各位同学能把对某个行业或项目的意向和创业的激情，发展为拥有创业所需的创意或技术。

好了，此次课程就讲到这里，本节课我们主要讲到了：创意、机会、创业机会的内涵，创业机会的来源，创业行业选择与评估，大学生寻找项目的方法等等内容，希望同学们通过本次课程的学习，能够理性寻找与分析适合自己的创业行业与项目。

课后呢，希望同学们仔细观察并思考大学校园内有哪些创业机会，下次课，我们将一起学习如何识别和确定创业机会，谢谢大家。