

教学大纲

课程名称（中文）：创新思维训练和创业进阶实训

课程名称（英文）：Innovation Thinking Training and Entrepreneurial Advanced Training

课程性质：专业选修课 学分： 2

学时：36，其中理论学时（含案例分析、课堂训练）：30，实践学时：6.

授课对象：全校本科生

授课语言：中文

开课院系：创新创业学院

课程网址：<http://sie.ecnu.edu.cn/18067/list.htm>

主讲教师：阮平章、顾礼华

一、 课程简介

本课程通过方法传授、案例分析、课堂训练、课外实践等多途径，培养学生创新创业意识、熟悉创新思维工具，了解商业模式画布、用户调研、设计思维等方法，养成结构性、交叉性创新思维习惯，系统辨识创业机会，体验原型设计、测试迭代、项目落地等实践过程，完成计划书的撰写和创业项目的实施。

二、 课程目标

1. 通过创新思维工具和创新创业方法、案例学习，培养创新意识、创新思维 and 创新创业能力；
2. 通过创业项目从机会识别、计划书撰写到项目落地全过程指导，培养大学生创新创业实践能力和综合素质。

三、 教学内容、学时分配和作业要求

第一章：创新创业和人生发展（3 学时）

[教学目的与要求]

引导学生善于发现问题并用创新思维去解决问题的意识，培养大学生创业意识、创新精神，提高创新创业能力和职业发展竞争力。

[本章主要内容]

- 一、创新创业离我们有多远？
 - 1.1 案例分享：创新创业在我们身边
 - 1.1.1 分享身边的创业故事
 - 1.1.2 知名校友创业案例
 - 1.2 课堂讨论：创新创业认知
 - 1.2.1 创业成功或失败案例分析、讨论
 - 1.2.2 为创业成功者画像
 - 1.2.3 为何要创新创业？
- 二、创新创业与职业发展
 - 2.1 分组讨论：自我认知和职业规划
 - 2.2 职业发展的能力要求
 - 2.2.1 INACE2017 毕业生应聘者能力要求
 - 2.2.2 岗位能力需求数据分析
 - 2.2.3 QS “21 世纪的全球技能差距” 报告
 - 2.3 创新创业与职业能力提升
- 三、创新创业与能力素质培养
 - 3.1 创业素质和能力要求
 - 3.2 创新创业素质能力培养
 - 3.2.1 创新创业思维培养
 - 3.2.1.1 传统思维和创新思维：案例分析、课堂训练
 - 3.2.1.2 科学思维和创业思维：案例分析、课堂训练
 - 3.2.2 创新创业精神培养：课堂训练
 - 3.2.3 创新创业意识培养：课堂训练

三、结论

[本章重点]

1. 创新创业与职业能力提升
2. 创新能力素质培养

[本章难点]

创新创业素质能力培养

第二章 创新与创业（3 学时）

[教学目的与要求]：

1. 让学生对于创新及创业有清晰的认知，并且了解其中的异同。
2. 以小组为单位，挖掘讨论出各自小组的创业项目，为后续课程做准备。

[本章主要内容]：

- 2.1 创新概述
 - 2.1.1 创新的科学定义
 - 2.1.2 创新的两大要点
更新

- 改变
- 2.1.3 创新的六大原则
- 2.1.4 创新的误区
- 2.1.5 创新的能力
 - 发现问题
 - 构思创意
 - 解决问题
- 2.2 创业概述
 - 2.2.1 创业的科学定义
 - 2.2.2 创业的两大要点
 - 优化
 - 整合
 - 2.2.3 创业的四大特征
 - 自觉性
 - 风险性
 - 利益性
 - 曲折性
 - 2.2.4 创业的一般过程
- 2.3 创新与创业的区别
 - 创新 不等于 创业
 - 创新 不一定 产生经济价值，而创业一定产生经济价值
 - 创新更多侧重于思维方式，而创业更多侧重于资源整合。
- 2.4 案例分享：非洲机王 - 传音手机

[课堂活动]:

活动一：头脑风暴：以小组为单位，思考大学校园内的创业机会，进行讨论并且分享彼此思考的成果。

活动二：课堂分享：以小组为单位，分享各自小组选择的创业机会，并阐述原因。

[本章重点]

1. 创新与创业的定义、知识点与区别
2. 用案例“传音手机”来深入理解创新与创业相互之间的关联性和差异性。

[本章难点]:

1. 头脑风暴身边的创业机会并形成小组的初步想法，为后续创新思维课程提供实训的项目素材

第三章 创新思维工具——设计冲刺（3学时）

[教学目的与要求]:

让学员快速体验设计思维的流程，掌握国际最前沿的创新创业的方法。向学生传播“以用户为核心”以解决用户真实需求为目的的创新创业思想。

创业不是有一个好的想法就可以了，创业这条路也是有迹可循的。学会运用 DESIGN THINKING 的方法推导创新方案：通过实际的调研、洞察用户需求、找寻创新机会点、头脑风暴形成创新概念方案、制作原型并验证、完善及实现解决方案，要知道创新不是一次就可以成功的，是需要不断迭代和完善的过程。

[本章主要内容]:

- 3.1 创业的“终极目标”
- 3.2 Design Thinking
 - 3.2.1 设计思维核心要素
 - 3.2.2 设计思维方法介绍
 - 3.2.3 设计思维案例介绍
- 3.3 体验设计思维流程

[本章重点]:

1. 创新三要素：以人为核心、技术可行性、商业价值
2. 设计思维流程：理解课题、用户调研、需求洞察、创意发散、概念方案、搭建原型及验证、实施完善

[本章难点]:

1. 认识创业者如何为创业做准备
2. 理解创新三要素
3. 学会运用设计思维审视项目

第四章 创新思维工具——创新机遇识别（3 学时）

[教学目的与要求]:

运用用户调研的定性工具，帮助学员搞清楚创业的第一步：“创新机会”的识别，如何快速识别出有价值的创业机会，让创业者少走弯路，是这节课的主要目的。学员通过分析原有市场及竞争者，弄清楚现有商业模式的优势与不足，找到新的突破点；所谓“知己知彼，百战不殆”。通过分析用户的需求点及市场大小、商业可实现性、技术可实现性等角度来分析判断这是不是有价值的“创新机会”。

在这门课程中学员还将会学会如何去发现问题：

- 如何去做用户的访谈及调研？
- 如何记录用户调研的关键信息？
- 如何从调研信息中洞察用户的真实需求？

[本章主要内容]:

- 4.1 创新方案分享
- 4.2 如何做好用户调研
 - 4.2.1 桌面调研方法
 - 4.2.2 用户调研方法
- 4.3 用户调研计划制定

- 4.3.1 调研对象选择
- 4.3.2 现场调研工具与技巧

[本章重点]:

1. 确定创新小队和项目方向：学员从创新方向可能性、市场占有率、政府政策发展方向三个维度来分享各自的创新方案
2. 用户调研方法：访谈、问卷、观察、民族志、影随、焦点小组等
3. 现场演练用户调研方法及注意事项：
 - 用户访谈时的技巧
 - 人员的分配及各自的工作任务
 - 访谈问题的设定
 - 如何去挖掘潜在需求，事实 --- 背后的意义

[本章难点]:

1. 了解并学会选择用户调研方法
2. 掌握用户访谈技巧
3. 通过用户调研挖掘需求

第五章 创新思维工具——创业机遇落地（3学时）

[教学目的与要求]:

当我们收集了足够多的用户调研信息后，我们需要对这些信息进行梳理与加工，从中识别出我们想要的机会，这些机会通常也就是用户的痛点/困惑/潜在需求。在这节课中我们将会带领大家掌握三个梳理调研信息的工具：用户原型、利益相关者和用户旅程图，通过这些工具的运用精准的找到我们的核心用户，以及用户的潜在需求；并学会用 HMW 工具提出创新性问题。

当我们找到创新机会点之后，就要开始针对创新机会进行头脑风暴提出解决方案了。创新机会不是拍脑袋来的，而是从“创新机会”点头脑风暴出来的。在这个章节将教会学生用金字塔、10X10 头脑风暴的方法，产生足够多的创新点；并将创新点组织成完整的创新概念，并制作原型并邀请用户验证，并不断优化及迭代方案。

[本章主要内容]:

- 5.1 构建“用户原型”（persona）
 - 5.2 用户需求挖掘
 - 5.2.1 分析利益相关者地图
 - 5.2.2 搭建用户旅程图
 - 5.3 产出创新想法
 - 5.3.1 针对用户的痛点需求，提出 HMW Question
 - 5.3.3 进行头脑风暴
- 以 10X10 头脑风暴法和探索落地可行的金字塔风暴方法为例。

[本章重点]:

1. 确定创新小队和项目方向：学员从创新方向可能性、市场占有率、政府政策发展方向三个维度来分享各自的创新方案
2. 利益相关者地图和用户旅程图的搭建
3. 头脑风暴原则：职责分工、暂缓评论、建立在别人基础上、准确使用便利贴，先发散再收敛等原则
4. 头脑风暴方法：
-10X10 头脑风暴法&金字塔风暴方法：运用可行性与价值象限来对点子进行排序，选择出最有价值最易于实现的点子进行推进

[本章难点]:

1. 通过用户画像确定主要目标用户群体
2. 搭建并分析利益相关者地图和用户旅程图，洞察用户需求
3. 成员掌握头脑风暴原则和方法，并提出解决方案

第六章 最小原型设计及测试 (3 学时)

[教学目的与要求]:

当我们已经形成了创新概念，这些概念并不建议直接去实施，因为没有经过验证的想法多半是不靠谱的，如果贸然行动必然会浪费大量的人力、物力、资金等资源。设计思维的另一大核心思想就是“不断验证与迭代”。在这个过程中我们将会给大家 MVP 最小原型验证的方法，对我们的创新概念进行迭代。

[本章主要内容]:

- 6.1 快速原型设计目的及方法
- 6.2 原型的测试及验证
 - 6.2.1 搭建原型测试场景
 - 6.2.2 测试用户招募
- 6.3 其他获得用户反馈的方法

[本章重点]:

1. 做原型设计的目的不是为了做的好看，而是用可视化的方式把我们的创新方案快速的呈现出来，并进行验证——快速试错，快速迭代。
2. 快速原型方法：纸原型、立体 3D 原型、乐高等
3. 如何开展原型设计测试，获得有效用户反馈
4. 了解“即兴”表演式用户反馈测试

[本章难点]:

1. 明确原型测试的目的是发现问题，优化解决方案
2. 了解如何开展原型的可用性测试
3. 成员用自己的原型方案进行可用性测试，完成迭代

第七章 创业资源整合（3学时）

[教学目的与要求]:

1. 让学生对于创业资源有清晰的认知。
2. 让学生了解创业资源整合的方式方法。
3. 通过课堂活动的形式,让学生以小组为单位,体验面对创业资源的选择、取舍、资金使用、规划等各方面时的具体情形。

[本章主要内容]:

- 7.1 创业资源
 - 7.1.1 创业资源的定义及内涵
 - 7.1.2 创业资源的分类
 - 有形和无形
 - 直接和间接
 - 7.1.3 创业资源的作用
- 7.2 创业资源整合
 - 7.2.1 资源整合
 - 善用资源整合技巧
 - 发挥资源杠杆效应
 - 设置合理利益机制
 - 7.2.2 有限资源的创造性利用
 - 充分利用已经拥有的创业资源
 - 有限资源的创造性利用

[课堂活动]:

- 体验活动一：创业资源的选择与整合
体验活动二：创业资源的取舍
体验活动三：创业所需资金预算
体验活动四：创业资源整合计划

[本章重点]:

1. 创业资源的定义、知识点
2. 体验面对创业资源的选择、取舍、资金使用、规划等各方面时的具体情形

[本章难点]:

1. 创业资源整合计划的设计
2. 理解资金预算的初步概念

第八章 商业模式画布（3学时）

[教学目的与要求]:

在这节课程中我们将从“技术可行性”和“商业价值”的角度来帮助创业方案进一步的升级。当创新方案在测试的过程中得到了用户的正面反馈,那接下来

要做的就是需要来自各个领域的专家进行评估技术的可实现性,以及是否有更好的解决方案。在这个过程中我们需要站在商业者的视角考虑起项目的商业模式。如何推进、如何运营、如何融资、如何盈利等等一系列创业者该思考的实际问题。

[本章主要内容]:

- 8.1 什么是商业模式?
- 8.2 结合案例讲解商业模式画布
 - 8.2.1 商业模式画布的四大步骤和九大模块
 - 8.2.2 竞品战略及增长战略
 - 8.2.3 构建项目的商业模式画布
- 8.3 利益相关者分析
- 8.4 规则颠覆者的四种创新模式及案例分析
 - 8.4.1 秩序破坏型
 - 8.4.2 市场创造型
 - 8.4.3 业务创造型
 - 8.4.4 流程改革型

[本章重点]:

- 1. 理解商业模式的概念,学习 Uber 的商业模式
- 2. 理解商业模式画布的 4 步骤和 9 模块,了解内在逻辑顺序:
客户细分-价值主张-渠道通路-关键业务-收入来源-核心资源-成本结构-重要伙伴-客户关系
- 3. 实践商业模式画布构建,并找出应对竞品的战略,设计增长战略
- 4. 视觉化呈现创业项目的利益相关者和利益交换,思考他们如何影响项目
- 5. 学习 4 种颠覆式创新模式及案例

[本章难点]:

- 1. 理解商业模式的概念
- 2. 理解商业模式画布九个模块之间的逻辑关系
- 3. 实践商业模式画布构建,从商业模式的维度思考利益相关者及利益交换
- 4. 学习 4 种颠覆式创新的模式,吸取灵感来优化项目

第九章 创业计划及创业计划书的撰写 (3 学时)

[教学目的与要求]:

- 1. 让学生了解创业计划的必要性
- 2. 让学生了解创业计划的具体内容及构成
- 3. 让学生学习创业技术书的撰写

[本章主要内容]:

- 9.1 创业计划的准备
 - 9.1.1 创业计划书的必要性
什么是创业计划书

- 创业一定要准备创业计划吗?
- 9.1.2 创业计划书的短期作用
 - 大学生创业，为什么要写创业计划书？
- 9.1.3 创业计划书的长远意义
 - 如何做好创业计划书的持续迭代
- 9.2 创业计划书的构成及撰写技巧
 - 企业执行总结
 - 产品与技术
 - 市场营销与发展战略
 - 竞争分析
 - 机遇与风险评估
 - 企业退出战略
- 9.3 创业计划书与商业计划书的区别

[课堂活动]:

头脑风暴：搜集和处理信息是创业计划前段必要准备工作，处理好信息能帮助创业者降低创业风险，处理不当有可能会延误良机或者错失良机，甚至做出错误决策。因此，在处理信息时要尽可能地将错误极小化。那么，如何规避信息处理的陷阱呢？

[本章重点]:

1. 创业计划的信息收集陷阱及规避方法
2. 创业计划的格式、内容等要求

[本章难点]:

1. 理解大学生创业计划的必要性
2. 理解创业计划书与商业计划书的不同用途及不同应用场景

第十章 商业计划书的撰写（3学时）

[教学目的与要求]:

1. 让学生了解商业计划书的基本逻辑，基本要素。
2. 让学生学习撰写商业计划书

[本章主要内容]:

- 10.1 商业计划书的用途
- 10.2 商业计划书的主要内容
 - 项目定位
 - 提出问题（市场痛点）
 - 解决方案（产品与服务）
 - 市场分析（市场容量）
 - 进入策略（如何启动）

- 竞争优势（竞争对手）
- 核心团队（团队背景）
- 执行现状（已做的事）
- 计划目标（未来愿景）
- 商业模式（如何赚钱）
- 股权结构（如何分钱）
- 融资计划（需要多少钱）

10.3 商业计划书的禁忌及建议

[本章重点]:

1. 商业计划书的十二个基本要素
2. 股权结构设计的基本概念和内在逻辑
3. 股权融资的目的及方式方法

[本章难点]:

1. 项目定位对于整个项目起着直接的引导作用，学习项目定位的清晰描述。

教学时数分配:

章次	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十
学时	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

实践教学大纲（6学时）

- 大学生创业企业参访+大学生创业者分享（3学时）
- 大作业PK（3学时）

四、课程参考教材及主要参考书

[课程主要参考书]:

1. 《商业模式新生代》；亚历山大·奥斯特瓦德；机械工业出版社
2. 《斯坦福设计思维课：认识设计思维》；哈索·普拉特纳；人民邮电出版社
3. 《意义创新》；罗伯托·维甘提；中国工信出版集团
4. 《重新定义公司：谷歌是如何运营的》；埃里克·施密特；中信出版集团

五、课程考核方式与评价结构比例

小组大作业 + 平时作业

课堂成绩：30%

小组成绩：50%

个人成绩：20%

