

《0-1 创业基础实践》课程教学大纲

一、基本信息

课程编码：CX32249

课程类型：公共选修课

学时：24 学时

学分：1.5

适用专业：全校所有专业

开课单位：创新创业学院

二、课程性质与任务

《0-1 创业基础实践》是一门以创新能力培养为目标的全校性公共选修课，对于激发学生创业思维、提高学生创业能力有重要的作用。

本课程通过创新创业理论，创新创业案例讨论及创业经验分享的形式，让学生了解创新创业的内涵，激发创新创业意识，加深学生对创业的理解。从真实案例出发，分组展开分析、讨论及相关实践，实现对创业理论到创业实践的升华。课程注重培养学生的实际操作能力和解决问题的能力，使学生能够综合运用所学知识和技能，进行实际问题分析和解决。

三、课程目标

学生通过本课程学习应达到如下目标：

（一）知识与技能目标

课程目标 1：了解创新、创业的基本内涵，具备创新的思维能力。

课程目标 2：理解并掌握创业项目要点，具备一定的团队协作能力。

课程目标 3：掌握创业的实质内涵，将创新创业理念融入所学专业，激发学生的创业激情，提高学生的实际操作能力和解决问题的能力。

（二）思政育人目标

课程目标 4：以正确的价值观引领学生的健康成长，培养新时代大学生的创新意识，激发学生勇于思考、勤于创新、敢于创业的精神。

四、课程教学内容、教学要求及学时分配

（一）创新创业含义、创新方法（4 学时）

1. 教学内容

（1）创新创业基本概念及内涵。（1 学时）

（2）创新的价值。（1 学时）

（3）创业项目识别。（2 学时）

2. 教学要求

（1）理解本课程的内容与学习目的。

(2) 了解创新的价值，理解创业的基本要素。

(3) 通过课程学习要求，强调学生重视创新创业的意义，识别创业的机会。

3.教学重点与难点

教学重点：创新创业的内涵。

教学难点：创业项目识别。

4.对应课程目标

课程目标 1。

(二) 认识客户需求、开展产品设计 (4 学时)

1.教学内容

1.客户需求探索。(2 学时)

2.产品设计。(2 学时)

2.教学要求

了解市场调研方法卷、访谈法。

掌握竞争对手分析要点：产品、市场、服务竞争对手调研；客户的特征是什么客户到底要什么
客户需求访谈问题设计。

通过需求挖掘，进行需求转化，满足用户需求设计产品。

3.教学重点与难点

教学重点：市场调研。

教学难点：需求挖掘、产品设计。

5.对应课程目标

课程目标 1；课程目标 2；课程目标 3。

(三) 商业计划书 (12 学时)

1.教学内容

商业计划书的撰写。(12 学时)

2.教学要求

(1) 了解商业逻辑概念；

(2) 理解商业模式的内涵。

(3) 选择项目，撰写商业计划书。

3.教学重点与难点

教学重点：商业模式。

教学难点：商业计划书撰写。

5.对应课程目标

课程目标 1；课程目标 2；课程目标 3。

(四) 成果总结 (4 学时)

1.教学内容

小组总结并汇报成果。(4 学时)

2.教学要求

- (1) 熟悉成果汇报的思路；
- (2) 掌握成果汇报、项目路演的技巧。
- (3) 通过成果分享，培养学生团队协作精神及沟通协调的能力。

3.教学重点与难点

教学重点：项目路演技巧。

教学难点：成果总结。

5.对应课程目标

课程目标 1；课程目标 2；课程目标 3。

五、课程考核及成绩评定

本课程考核环节包括过程考核和期末作业，总评成绩以百分计，满分 100 分。各考核环节所占分值比例可根据具体情况进行微调。建议值及考核要求如下。

考核项目		建议比例 (%)	考核要求
过程考核 60%	课堂表现	40	(1) 按百分制单独评分，每缺课 1 学时扣 4 分，最终成绩并按比例计入课程总评成绩； (2) 缺课学时超过课程总学时三分之一及以上者，取消该门课程的选修资格。 (3) 根据课堂提问及互动情况，计入该项成绩。
	实践作业	60	根据教学内容布置对应的实践作业，根据作业质量评分。
期末考核		40	(1) 期末考核为小组汇报、课程作业均可，总成绩 100 分。作业成绩按比例计入课程总评成绩； (2) 考核以课程相关实践为主。

六、建议教材和参考资料

建议平台：

投掷圈平台，课程实践资料。

参考教材：

李巍,吴朝彦. 创业基础-数字教材版. 出版地：北京，中国人民大学出版社，2021

执笔人：李琰

系（教研室）主任：王秀梅

主管院长（主任）：郭宁