

# 2022 年高等职业教育“课堂革命”典型 案例作证材料

案例名称：“企-学-研-创”四位一体课程教学实践

课程名称：市场营销理论与实务

授课教师：李冕鸿

推荐单位：潮汕职业技术学院

通讯地址：普宁市大学路 1 号

邮政编码：515343

联系电话：15915565131

# 目录

<b>一、科研课题相关资料</b> .....	<b>1</b>
(一) 课题结项证明 .....	1
(二) 课题论文 .....	3
(三) 公开出版教材：大学生创业基础与新媒体创业教程 .....	8
<b>二、合作企业相关资料</b> .....	<b>16</b>
(一) 合作企业营业执照 .....	16
(二) 校企合作 .....	16
(三) 与初升传媒负责人进行直播与抖音运营探讨 .....	17
(四) 挂职锻炼 .....	17
<b>三、课堂实践相关资料</b> .....	<b>18</b>
(一) 课堂实践 .....	18
(二) 校内直播间演练 .....	19
(三) 实训基地直播演练 .....	20

## 一、科研课题相关资料

### (一) 课题结项证明

# 广东省高等职业院校商贸类专业教学指导委员会

粤高职商贸教指委（2021）9号

## 关于公布第一批广东省高职管理类及商业类专业教指委2020年之前立项课题 结题项目验收结果的通知

各高职院校：

根据广东高职商贸类专业教学指导委员会（以下简称“商贸教指委”）《关于组织广东省高职管理类及商业类专业教指委2020年之前立项课题结题的通知》（粤高职商贸教指委（2021）6号）的文件要求，商贸教指委对申请结题的项目结题资料进行了复审，现公布第一批广东省高职管理类及商业类专业教指委2020年之前立项课题结题项目验收结果。

附件：第一批广东省高职管理类及商业类专业教指委2020年之前立项课题结题项目验收汇总表

广东省高等职业院校商贸类专业教学指导委员会

（广东农工商职业技术学院代章）

2021年12月22日

附件：第一批广东省高职管理类专业教指委2020年之前立项课题结题项目验收汇总表

序号	课题编号	课题名称	所属单位	负责人	团队成员	验收结果	结题证书编号
1	YGL201840	高职会展策划与管理专业实践教学体系构建探讨	广州东华职业学院	谭惠敏	付水英、汪雷光、郑华俊、曾玉、钟夏平	通过	SMJT2021001
2	YGL201841	人工智能背景下培养高职酒店人才的思考	广州东华职业学院	刘旭华	张友瑞、汪雷光、王琦、蔡钰婕	通过	SMJT2021002
3	YGL201861	新媒体与高职市场营销专业人才培养模式融合创新研究	潮汕职业技术学院	李冕鸿	林盛伟、陈慕莹、陈曼蓉、王岱曼、黄真杰	通过	SMJT2021003
4	YSYJZW2017YB42	基于粤港澳大湾区背景的高职跨境电商专业人才培养模式创新研究	惠州工程职业学院	陈康	林耿林、张开阳、刘泰、谭文洲、张子文	通过	SMJT2021004
5	YGL201813	“互联网+”背景下电子商务专业创新创业人才培养模式研究与实践	广东科贸职业学院	李霞	艾于兰、陈方昕、冯丽、张盈、刘智雄、朱海霞	通过	SMJT2021005

## 广东省高等职业院校商贸类专业教学指导委员会

证书编号：SMJT2021003

### 结题证书

潮汕职业技术学院 李冕鸿：

由你主持的广东省高职教育管理类专业教学指导委员会  
2018年度教学改革项目经评审，通过鉴定，准予结题。

课题编号：YGL201861

课题名称：新媒体与高职市场营销专业人才培养模式融合创新研究

课题成员：林盛伟、陈慕莹、陈曼蓉、王岱曼、黄真杰

广东省高等职业院校商贸类专业教学指导委员会  
(广东农工商职业技术学院代章)

2021年12月20日



(二) 课题论文







# 新媒体与高职市场营销专业人才培养模式融合创新研究

文/黄真杰 李冕鸿

新媒体的出现,使企业的营销手段有了更多选择,同时也对高职院校中的市场营销专业人才培养提出了新的要求。本文通过对新媒体环境下的潮汕职业技术学院市场营销专业人才培养模式的创新项目进行研究分析,包括项目概述、特色、成果及总结,从而对现在高职市场营销专业人才培养模式提出改革的思路,以供其他高职院校参考。

## 一、新媒体与高职市场营销专业人才培养模式融合概述

### (一) 项目概况

当前,新媒体营销人员需求极大而从人员素质却参差不齐。从国家层面启动的“互联网+”行动计划,将进一步推动互联网与相关产业的深度融合。互联网技术、商业模式、组织方法正在成为诸多行业的“标配”,并改变着劳动力市场的用人标准。企业营销人员需要更好地适应新媒体时代的快速发展,实施一种低成本、高效率的国际化新媒体市场营销,从而进一步提升企业的竞争力。只有培养具备了与时俱进经营理念的新媒体市场营销专业人员,才能在工作中更好地掌握竞争的先机。然而,时下我国新媒体市场营销专业人才极度匮乏,高职院校这个作为新媒体市场营销专业人才的重要教育输出和培养单位,更是应勇于紧跟新媒体时代的步伐,培养出更多的优秀新媒体市场营销专业人才。在这种形势下潮汕职业技术学院经济管理学院提出了对市场营销专业人才培养模式的改革,以项目的形式结合目前最热门的新媒体平台,以微信、抖音、直播三条主线贯穿市场营销的核心课程,研究和探讨新媒体与市场营销专业人才培养模式的融合。通过两年的时间,采用理论探究与实践探索相结合的方式对人才培养模式融合研究,制定出切实可行的市场营销与新媒体融合的新型人才培养方案,力求能培养出真正符合社会需要的新媒体营销技能的应用型人才。

### (二) 项目实施过程

第一阶段(2018年11月—2019年01月):前期调查研究,搜集整理资料,形成调研报告;第二阶段(2019年02月—2019年04月):整合资源,细致、系统分析,结合调研报告的数据信息,形成市场营销专业与新媒体相融合的《人才培养方案》;第三阶段(2019年05月—2019年08月):把《市场营销策划》与微信进行融合,以本校经管学院为微信项目客户根据客户需求建设学院的专业微信平台并进行推广及投入运营。第四阶段(2019年05月—2019年08月):探索将课程《广告学原理》与抖音平台相结合的新营销课程模式。第五阶段(2019年12月—2020年03月):研究市场营销专业中推销类及谈判类课程在网络直播平台上的开展与实践。第六阶段(2020年04月—2020年08月):总结微信、抖音、网络直播三条新媒体营销项目主线在教学改革及人才培养模式改革中的经验与教训,并形成《新媒体营销项目总结》。第七阶段(2020年09月—2020年11月)总结研究经验和实施效果,发表研究论文,组织专家评审、验收,最后形成结题报告。

## 二、项目的特色及亮点

### (一) 人才培养模式创新

顺应趋势,转变模式。教学团队顺应“新媒体”大潮的发展趋势,通过调整现有人才培养模式,将传统的以营销理论体系完整性为导向的人才培养模式向以实践技术及新兴技术为导向的人才培养模式进行调整,力图将学生培养成为具有新媒体营销技能的

应用型人才。

### (二) 项目教学模式创新

传统教学模式是单纯的以理论讲授和案例辅助,而新的人才培养方案中通过引入具体的企业新媒体实践项目,让学生借助学科最前沿、最热门的新媒体平台进行真实地运营或根据某些企业的实际项目的操作要求进行虚拟化操作,锻炼了学生的操作运营能力。

### (三) 毕业生就业范围更宽

在传统的培养模式中中学生可能面临“毕业即失业”的问题。由于当前各类企业需要的新媒体营销人才缺口大,而高职营销专业学生在掌握新媒体营销方面的技能后大大增加到此类企业工作的机会,甚至可在自媒体平台实现自我创业。

## 三、项目学生实践成果

### (一) 学生所掌握技能

#### 1. 微信技能

(1) 掌握建立一个商用微信公众号的完整流程和步骤。

(2) 学会设计和编辑微信公众号相关内容并学会运用第三方软件来辅助微信公众号的建立。

(3) 熟练运营微信公众号,日常发布图文,以及根据热点推送目标客户群所关注的信息。

#### 2. 抖音技能

(1) 掌握创建一个商用抖音号的完整流程和步骤。

(2) 学会抖音号的养号、新号运营、



吸粉等技巧,能够增加抖音号的曝光频率。

(3) 熟练运营抖音号,日常发布短视频,以及根据热点播放目标客户群所喜欢的短视频。

### 3. 直播技能

(1) 掌握建立一个直播号的完整流程和步骤。

(2) 掌握直播账号的包装,设置真实且与主题相关的封面图;做好直播号的简介说明。

(3) 掌握进行户外活动类直播时的技巧及排除干扰性因素的有效方法。

(4) 熟悉主播自我介绍技巧,学会如何能在直播过程中快速让粉丝喜欢或关注主播。

(5) 熟悉直播产品介绍技巧,能有效提出产品的卖点以吸引粉丝注意。

(6) 掌握与粉丝进行互动增加人气的技巧。

### 4. 新媒体平台广告制作技能

(1) 广告调研:学会通过新媒体进行广告主题调研的内容,并能够实施广告调研,包括设计问卷、实施调查、统计调查结果、总结调查结论的技巧。

(2) 广告策划:能够根据调研结论确定广告主题,并进行新媒体广告创意设计。

(3) 广告表现:学会确定广告手段、主题、形式、方法和技巧等表现手法,能够撰写广告文案。

(4) 广告设计:能够完成广告短视频拍摄,并会对视频进行简单的后期处理,包括消音、剪辑、配音等技能。

(5) 广告预算:学会核算新媒体广告支出,从而掌握广告预算的涵盖内容。

(6) 广告效果:学会统计广告效果,包括短视频播放量、点赞数、评论数。

### 5. 团队技能

(1) 学会如何与客户沟通。学生直接与客户沟通,了解其需求,学生团队的沟通能力得到了培养。

(2) 学会如何跟团队成员沟通合作。学生毕业以后在实际新媒体运营公司工作中,势必需要与团队成员进行沟通与合作。以运营团队的形式来安排完成项目正是要锻炼学生与团队成员的沟通合作能力。

(3) 学会解决团队成员冲突。运营过程中出现团队内部成员意见不一致的情况时,指导教师均让他们内部自己解决,从而培养学生处理团队成员冲突的能力。

### (二) 项目运营成果

#### 1. 微信运营成果

(1) 微信公众号  
运营的微信公众号共计群发信息480多条,218篇优秀图文;公众号新吸引粉丝1459名。

#### (2) 专业包装软文

新学期学考及高考招生期间团队对经济管理学院7个专业都分别制作了专业包装软文,运用于招生宣传期间的微信专业介绍推广,得到学院领导及学校领导的肯定。

#### 2. 网络直播成果

(1) 校园文化活动直播  
共直播十二场活动,累计直播时长约22小时,粉丝累计568人,弹幕数1249,人均观看时长约22分钟,观看人数从最初二三十人到后来三四百人每场,其中最高观看人次1500人,小时榜148名。

#### (2) 商品直播

累计直播五十多场,新增加粉丝增加5214人,累计销售额超过1.2万元人民币。

#### 3. 抖音运营成果

##### (1) 抖音号

总共创建抖音号8个,其中2个为主要运营号,2个主号共发布作品36条,粉丝共计1165。

##### (2) 产品广告短视频

总共筹拍13个短视频广告,其中单个广告播放量达2000左右,点赞数约120,评论数约270。

## 四、人才培养模式融合创新研究总结

(一) 新媒体与高职市场营销专业人才培养模式融合项目具备推广性

通过对本项目的研究及实践证明了新媒体与高职市场营销专业人才培养融合的模式是可行的,改革的方向是正确的,项目最终实现了多方共赢。在项目中学生“边学习、边工作”“学中做、做中学、学做一体”,培养了新媒体平台实践运营能力,转

变传统市场营销专业学生的弱势。具体表现为,学生在新媒体营销环境下的平台运营能力、推销能力和推广能力都得到了提高。本项目研究中潮汕职业技术学院经济管理学院通过校企合作及企业实地调研,摸清行业和企业的人才需求,并与企业负责人共同研究探讨人才培养方案的调整及教学内容的改革,制定出适合当前情况的市场营销专业人才培养方案,并尝试性的在学生教学中进行实践应用,从而培养出优秀的适合企业需求的新媒体人才。在本项目两年的研究及方案实践中,初步探索出适合高职院校培养目标及企业需求的新媒体营销人才培养模式,本模式可以运用于各类高职院校市场营销专业的人才培养改革探索中,具备较强的推广性及现实意义。

### (二) 项目指导教师引导性不可忽视

在抖音、微信、直播运营中,虽然是以学生团队为主,但指导教师的指导对于实战成果的影响同样巨大。在项目实践过程中指导教师的支持和鼓励,让学生坚信团队能够取得成功。学生在具体实践过程中会发现实战项目与前期的理论学习还是有很多不一样的地方,每一个小错误都有可能导致项目无法继续进行下去,看似简单,但是要把项目做好其实是一项极具创造性的工作。团队在面临层出不穷的问题时,很容易因为不断地耽搁、寻找解决方案的时间过长而失去积极良好的心态从而敷衍了事,这时候指导教师的支持和鼓励就发挥重要作用。教师不仅能指引解决问题的方向,而且还能及时采取各种措施鼓励团队,让学生在实践中保持一个较好的心态,坚持完成项目工作。

(三) 市场营销专业人才培养模式持续更新具有必要性

市场营销是一门新兴学科,其知识和理论体系还在不断发展完善的过程中。特别是新媒体的发展日新月异,发展速度非常快,每出现一种新的新媒体工具时,都能很快与营销相结合,对于高职院校营销人才的培养既是机遇也是挑战。各高职院校应该时刻关注新媒体的发展,持续更新市场营销专业人才培养模式,这样才能培养出优秀的新媒体市场营销专业人才。

(作者单位:潮汕职业技术学院)



吸粉等技巧,能够增加抖音号的曝光频率。

(3) 熟练运营抖音号,日常发布短视频,以及根据热点播放目标客户群所喜欢的短视频。

### 3. 直播技能

(1) 掌握建立一个直播号的完整流程和步骤。

(2) 掌握直播账号的包装,设置真实且与主题相关的封面图;做好直播号的简介说明。

(3) 掌握进行户外活动类直播时的技巧及排除干扰性因素的有效方法。

(4) 熟悉主播自我介绍技巧,学会如何能在直播过程中快速让粉丝喜欢或关注主播。

(5) 熟悉直播产品介绍技巧,能有效提出产品的卖点以吸引粉丝注意。

(6) 掌握与粉丝进行互动增加人气的技巧。

### 4. 新媒体平台广告制作技能

(1) 广告调研:学会通过新媒体进行广告主题调研的内容,并能够实施广告调研,包括设计问卷、实施调查、统计调查结果、总结调查结论的技巧。

(2) 广告策划:能够根据调研结论确定广告主题,并进行新媒体广告创意设计。

(3) 广告表现:学会确定广告手段、主题、形式、方法和技巧等表现手法,能够撰写广告文案。

(4) 广告设计:能够完成广告短视频拍摄,并会对视频进行简单的后期处理,包括消音、剪辑、配音等技能。

(5) 广告预算:学会核算新媒体广告支出,从而掌握广告预算的涵盖内容。

(6) 广告效果:学会统计广告效果,包括短视频播放量、点赞数、评论数。

### 5. 团队技能

(1) 学会如何与客户沟通。学生直接与客户沟通,了解其需求,学生团队的沟通能力得到了培养。

(2) 学会如何跟团队成员沟通合作。学生毕业以后在实际新媒体运营公司工作中,势必需要与团队成员进行沟通与合作。以运营团队的形式来安排完成项目正是要锻炼学生与团队成员的沟通合作能力。

(3) 学会解决团队成员冲突。运营过程中出现团队内部成员意见不一致的情况时,指导教师均让他们内部自己解决,从而培养学生处理团队成员冲突的能力。

### (二) 项目运营成果

#### 1. 微信运营成果

(1) 微信公众号  
运营的微信公众号共计群发信息480多条,218篇优秀图文;公众号新吸引粉丝1459名。

#### (2) 专业包装软文

新学期学考及高考招生期间团队对经济管理学院7个专业都分别制作了专业包装软文,运用于招生宣传期间的微信专业介绍推广,得到学院领导及学校领导的肯定。

#### 2. 网络直播成果

##### (1) 校园文化活动直播

共直播十二场活动,累计直播时长约22小时,粉丝累计568人,弹幕数1249,人均观看时长约22分钟,观看人数从最初二三十人到后来三四百人每场,其中最高观看人次1500人,小时榜148名。

##### (2) 商品直播

累计直播五十多场,新增加粉丝增加5214人,累计销售额超过1.2万元人民币。

#### 3. 抖音运营成果

##### (1) 抖音号

总共创建抖音号8个,其中2个为主要运营号,2个主号共发布作品36条,粉丝共计1165。

##### (2) 产品广告短视频

总共筹拍13个短视频广告,其中单个广告播放量达2000左右,点赞数约120,评论数约270。

## 四、人才培养模式融合创新研究总结

(一) 新媒体与高职市场营销专业人才培养模式融合项目具备推广性

通过对本项目的研究及实践证明了新媒体与高职市场营销专业人才培养融合的模式是可行的,改革的方向是正确的,项目最终实现了多方共赢。在项目中学生“边学习、边工作”“学中做、做中学、学做一体”,培养了新媒体平台实践运营能力,转

变传统市场营销专业学生的弱势。具体表现为,学生在新媒体营销环境下的平台运营能力、推销能力和推广能力都得到了提高。本项目研究中潮汕职业技术学院经济管理学院通过校企合作及企业实地调研,摸清行业和企业的人才需求,并与企业负责人共同研究探讨人才培养方案的调整及教学内容的改革,制定出适合当前情况的市场营销专业人才培养方案,并尝试性的在学生教学中进行实践应用,从而培养出优秀的适合企业需求的新媒体人才。在本项目两年的研究及方案实践中,初步探索出适合高职院校培养目标及企业需求的新媒体营销人才培养模式,本模式可以运用于各类高职院校市场营销专业的人才培养改革探索中,具备较强的推广性及现实意义。

### (二) 项目指导教师引导性不可忽视

在抖音、微信、直播运营中,虽然是以学生团队为主,但指导教师的指导对于实战成果的影响同样巨大。在项目实践过程中指导教师的支持和鼓励,让学生坚信团队能够取得成功。学生在具体实践过程中会发现实战项目与前期的理论学习还是有很多不一样的地方,每一个小错误都有可能导致项目无法继续进行下去,看似简单,但是要把项目做好其实是一项极具创造性的工作。团队在面临层出不穷的问题时,很容易因为不断地耽搁、寻找解决方案的时间过长而失去积极良好的心态从而敷衍了事,这时候指导教师的支持和鼓励就发挥重要作用。教师不仅能指引解决问题的方向,而且还能及时采取各种措施鼓励团队,让学生在实践中保持一个较好的心态,坚持完成项目工作。

(三) 市场营销专业人才培养模式持续更新具有必要性

市场营销是一门新兴学科,其知识和理论体系还在不断发展完善的过程中。特别是新媒体的发展日新月异,发展速度非常快,每出现一种新的新媒体工具时,都能很快与营销相结合,对于高职院校营销人才的培养既是机遇也是挑战。各高职院校应该时刻关注新媒体的发展,持续更新市场营销专业人才培养模式,这样才能培养出优秀的新媒体市场营销专业人才。

(作者单位:潮汕职业技术学院)

(三) 公开出版教材：大学生创业基础与新媒体创业教程





国家出版基金项目  
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION

创新创业教育系列丛书  
2018年度国家出版基金资助项目

# 大学生创业基础与 新媒体创业 教程

DAXUESHENG CHUANGYE JICHU YU  
XINMEITI CHUANGYE  
JIAOCHENG

主 编 张文洲 颜惠雄  
副主编 李冕鸿 方秀玲 袁洁冰  
许树铤

北京  
国家行政学院出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

大学生创业基础与新媒体创业教程 / 张文洲, 颜惠雄主编. —北京: 国家行政学院出版社, 2019. 1  
ISBN 978-7-5150-2307-6

I. ①大… II. ①张… ②颜… III. ①大学生—创业—高等学校—教材 IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 027686 号

书 名 大学生创业基础与新媒体创业教程  
作 者 张文洲 颜惠雄  
责任编辑 左婷婷  
出版发行 国家行政学院出版社  
(北京海淀区长春桥路 6 号 100089)  
电 话 (010) 68920640 68929037  
编 辑 部 (010) 68928761 68929009  
网 址 <http://www.nsapress.com.cn>  
经 销 新华书店  
印 刷 北京合众伟业印刷有限公司  
版 次 2019 年 1 月第 1 版  
印 次 2019 年 1 月第 1 次印刷  
开 本 185 毫米×260 毫米 1/16  
印 张 16.5  
字 数 371 千字  
书 号 ISBN 978-7-5150-2307-6  
定 价 43.00 元

## 前言 PREFACE

创业教育已成为世界教育发展与改革的新趋势。联合国教科文组织提出：“高等学校必须将创业技能和创业精神作为高等教育的基本目标。”同时，认为创业是大学学生的“第三本护照”。大学毕业生不仅仅是求职者，也应该是工作岗位的创造者。美国政府历来十分重视创业教育，而创业教育与创业精神的倡导对美国经济的快速发展起到了不可估量的支撑作用。美国的创业教育经过近半个世纪的发展，已形成一个相当完善的体系，涵盖了从初中、高中、大学本科直至研究生的正规教育。德国、英国和日本等也都提出并鼓励大学生创业，以提高社会生产力和竞争力。

在我国，在 2015 年的“两会”上，李克强总理在政府工作报告中正式提出“大众创业、万众创新”政策。“双创”政策作为中国新常态下经济发展的“双引擎”之一，已经深入人心。针对大学生积极开展创新创业教育，将大学生培养成为国家创新驱动发展的生力军，是摆在高等教育面前的重要任务。2015 年 5 月，国务院办公厅下发《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》，要求各高校面向全体学生开发创业基础等方面的必修课和选修课，并纳入学分管理。这标志着创新创业教育不再是精英教育，而是必须普及的通识教育，也意味着创新创业教育已成为各大高等院校的重要工作。

创业教育最终目的是培养大批社会所需的创新创业型人才。创业教育并非要求受教育者都去创建自己的企业，而是通过传授创业知识、培养创新精神，使受教育者了解创业活动过程的内在规律及所涉及的关键问题、可能遇到的风险，以帮助大学生理性的规划职业生涯和个人发展。

本书以“实用、操作性强”为编写宗旨和追求目标。买彩票中头奖依靠的是运气，而创业则是脚踏实地的事情，本书将为大学生踏实创业的第一步提供必要的知识与帮助。我们不能送给大学生创业的胆量，但是却可以教给大学生自主创业所必需的知识与技巧，指引大学生走上成功创业之路。

本书根据国家关于高等学校开展创业教育的有关要求，结合本团队多年从事创业教育和创业指导经验编写而成，力求通过学习本课程，使大学生掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，熟悉新媒体创业的形式和技巧，了解

创业的法律法规和相关政策，激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创业精神和创业能力，促进学生创业和就业全面发展。本书既适合作为普通高等院校创业教育的教学用书，也适合作为经济学和管理学相关专业的基础教材，同时还可供有志于创业的青年和社会人士参考阅读。

本书由全国创新人才培养示范单位——潮汕职业技术学院从事多年创新创业教育的张文洲、颜惠雄、李冕鸿、方秀玲、袁洁冰、许树铨共同编写而成，由张文洲老师负责设计全书的框架体系和编写体例，并审定各章的核心观点。本书在编写过程中引用和借鉴了大量中外参考书和文献资料，在此对国内外有关作者表示衷心的感谢。

由于受时间、资料、编者水平等条件限制，在编写过程中难免存在不足之处，恳请同行专家和广大读者批评指正。

编者



# 目录 CONTENTS

<b>项目一 认识创业</b> .....	(1)
任务一 创业概述 .....	(3)
任务二 创业类型 .....	(17)
任务三 大学生创业 .....	(21)
<b>项目二 创业者与创业团队</b> .....	(29)
任务一 创业者 .....	(31)
任务二 创业团队 .....	(42)
<b>项目三 发现和把握商机</b> .....	(56)
任务一 创业项目概述 .....	(57)
任务二 创业项目识别 .....	(70)
任务三 创业项目的评价 .....	(75)
任务四 创业风险分析 .....	(84)
<b>项目四 创业资源</b> .....	(94)
任务一 创业资源概述 .....	(95)
任务二 创业资金资源 .....	(98)
任务三 创业人脉资源 .....	(106)
任务四 创业资源整合 .....	(110)
<b>项目五 创业计划的撰写</b> .....	(121)
任务一 创业计划概述 .....	(122)
任务二 创业计划书的内容框架 .....	(126)

<b>项目六 新企业的设立</b> .....	(141)
任务一 企业及其类型 .....	(142)
任务二 企业登记注册的相关知识 .....	(147)
<b>项目七 初创企业的管理</b> .....	(157)
任务一 战略决策管理 .....	(159)
任务二 市场营销管理 .....	(166)
任务三 人力资源管理 .....	(174)
任务四 财务管理 .....	(176)
<b>项目八 新媒体创业实务</b> .....	(184)
任务一 新媒体创业机会评估 .....	(186)
任务二 新媒体创业实务 .....	(193)
任务三 跨境电商创业简介 .....	(234)
<b>附录 1 国家对大学生创业的优惠政策</b> .....	(252)
<b>附录 2 高校毕业生就业创业政策解答</b> .....	(255)
<b>参考文献</b> .....	(258)

策划编辑：崔欢欢 王 平  
责任编辑：左婷婷

封面设计：  
吉林永盛科技



ISBN 978-7-5150-2307-6



9 787515 023076 >

定价：43.00元



## 二、合作企业相关资料

### (一) 合作企业营业执照



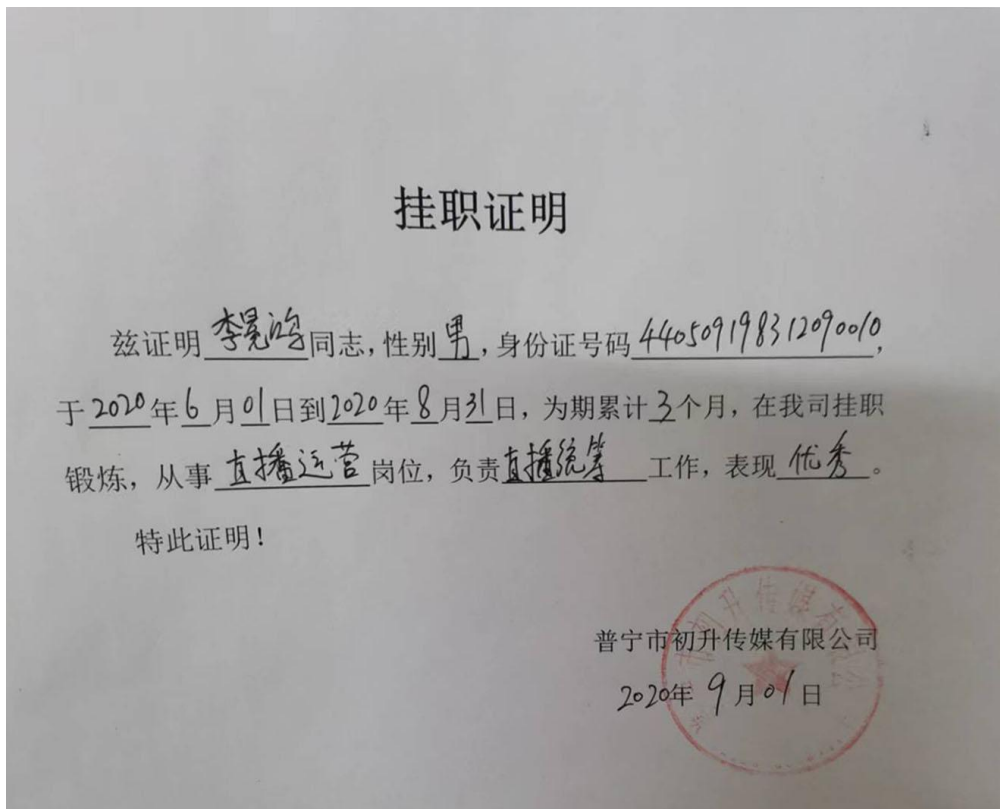
### (二) 校企合作



(三) 与初升传媒负责人进行直播与抖音运营探讨

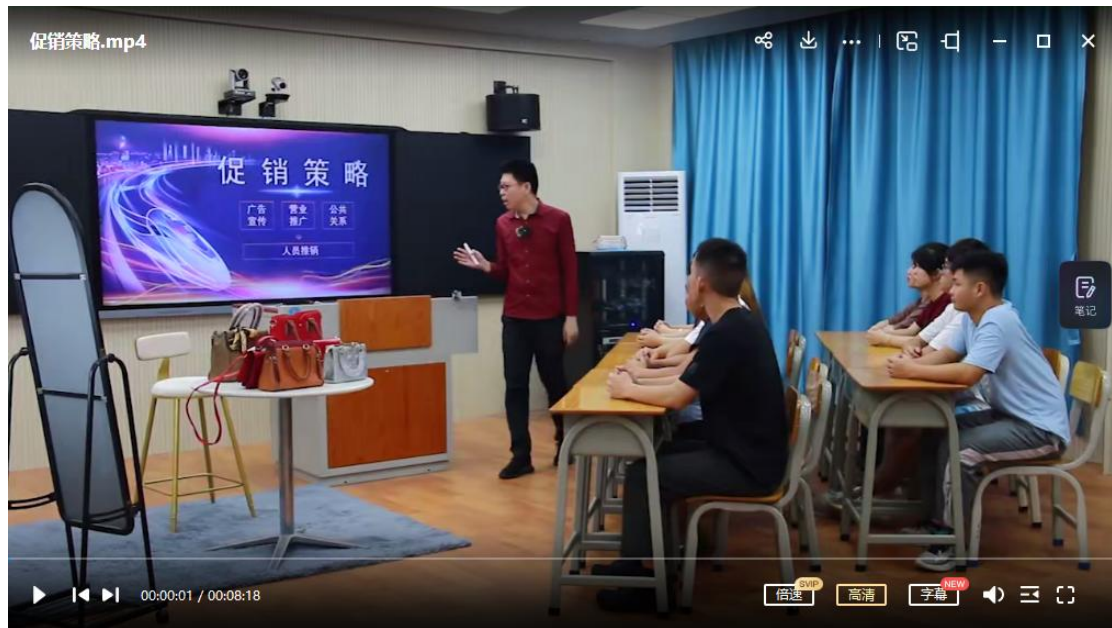


(四) 挂职锻炼



### 三、课堂实践相关资料

#### (一) 课堂实践





(二) 校内直播间演练





(三) 实训基地直播演练



