

<<创业指导>>

图书基本信息

书名：<<创业指导>>

13位ISBN编号：9787308035965

10位ISBN编号：7308035964

出版时间：2004-2-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：牟惠康

页数：237

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;创业指导&gt;&gt;

## 前言

在职业学校中开设职业指导课，全面、深入、系统地对学生进行求职指导与创业指导，是我国教育体制和劳动就业制度改革的必然要求，是职业教育面临的一项紧迫任务，也是当前推进素质教育的重要举措。

教育部于2002年下发了《关于加强职业技术学校职业指导工作的意见》，并于2003年11月在河南郑州召开了全国职业技术学校职业指导工作经验交流会，专题研究职业技术学校的职业指导工作，把职业指导作为关系职业教育现有成果的巩固和进一步深化改革、求生存争发展的关键性举措。

为此，我们一定要大力加强职业指导工作，从学生实际出发，把职业指导当做让学生“学会做人”的重要途径来抓。

职业教育是培养人们从事某种职业所需要的技能和知识的专业化教育。

其实质是一种生计教育，也就是就业与创业教育。

所以说，职业指导工作是职业教育的龙头，它在很大程度上决定着职业教育的生存和发展。

加强职业技术学校的职业指导工作，是实现职业技术学校毕业生顺利就业的有力措施，是实现职业教育服务经济社会发展功能的有效途径，它对职业教育的改革与发展有着深远的影响。

一是有利于打通就业出口，拉动职业学校的招生，加快高中段教育的普及；二是有利于促进中等职业学校专业结构的调整，增强职业学校毕业生的适应能力以及学校为经济建设服务的针对性；三是有利于提高教育教学质量，深化教学改革，加强实践教学环节，培养学生的就业竞争能力；四是有利于提高中等职业学校毕业生的就业率和就业质量，促进地方经济的建设。

前几年，许多地区和学校都有组织、有计划地对职业指导工作进行了专门的研究和探索，形成了不少成功经验和教育素材。

台州市根据本地的实际，构建了职业道德、求职指导、创业指导与创业实践活动等模块组成的职业指导系列课程，就是一项可贵的成果。

这套职业指导系列课程有以下三方面的特点：一是结合当地实际，重视学生创业意识与创业能力的培养。

《中共中央关于加强社会主义精神文明建设若干重要问题的决议》中指出：“在全民族树立艰苦创业精神，是实现社会主义现代化的重要思想保证。

”把创业列为职业指导课程的内容是时代发展的要求，是指导学生在市场经济大潮中求生存、求发展的必经之路。

二是将综合实践活动课程的理念引入到职业指导课程中。

这不仅符合职业指导课的内在规律，而且也适应我国当前实施素质教育的发展趋势。

这种密切联系学生自身生活和社会生活，以学生的体会与经验为基础的学习方式，对于实践能力的发展有着重要的作用。

三是循序渐进，将职业指导的各主题贯穿于职业学校教育教学的全过程。

从职业道德、职业素养到择业观念、创业意识，从基本的社会常识、择业与求职的技巧到创业的知识与技能、乃至就业竞争能力的全面提高，都体现于职业指导课程的整体规划之中。

加强职业指导教育，既是一项具有挑战性而又比较艰巨的工作，又是一项具有深远影响的工作。希望各类中等职业学校都能开设职业指导与创业指导课，并把职业指导教育和创业教育贯穿于学校教育的全过程中。

（浙江省教育厅副厅长） 2003年12月

## <<创业指导>>

### 内容概要

职业指导课程丛书。

本书力图从学生的生活与需要出发，把学习与讨论的出发点放到学生可能亲身感受的生活处，引导学生“身临其境”与“设身处地”地思考问题；力图通过参与式的实践活动，让学生在体验与经验的积累中实现成长；力图把知识与道理寓于具体的案例讨论中，让学生在争论与辨析中形成社会认知与办事能力。

## <<创业指导>>

### 书籍目录

#### 第一章 为创业储备素质

##### 第一节 观念的讨论

##### 第二节 创业知能结构

##### 第三节 创业心理与性格

##### 第四节 善于学习

#### 第二章 机遇与风险

##### 第一节 环境分析

##### 第二节 发现机会

##### 第三节 市场调查

##### 第四节 认识风险

##### 第五节 面对成败

#### 创业实践训练之一 项目决策

#### 第三章 创业定位

.....

#### 第四章 创业的筹建与壮大

.....

#### 第五章 企业经营管理

.....

#### 第六章 企业相关知识

.....

#### 第七章 培育企业家精神

.....

#### 主要参考文献

## &lt;&lt;创业指导&gt;&gt;

## 章节摘录

## 2. 购买动机与购买行为。

人们由于某种需要，产生购买动机，购买动机在一定的条件下导致购买行为。

对购买动机的调查主要是弄清购买动机产生的各种原因。

以便采取相应的诱发措施。

购买动机可分为理智动机和感情动机。

理智动机是指用户建立在客观需要基础上，并对所需要的产品进行了认真分析和了解后产生的动机。

因此，这种动机一般讲是比较周密和稳定的。

感情动机则是指用户建立在某种主观需要基础上，为了达到精神和心理上的某种需要（如求美、求廉、求新、求名、好奇、好胜等）而自发产生的动机，因此这种动机往往不够周密和稳定，具有短暂性和突发性。

在一般情况下，消费水平比较低的需求者，其购买行为主要是为满足生理或基本需求的理智动机导致的理智行为；而消费水平较高的需求者，其购买行为则较多地是为了满足精神和心理需要的感情动机所导致的非理智购买行为。

对于前者，企业主要应着重于生产经济实惠的商品；对于后者，企业则不仅要考虑商品的实际功能，还要考虑商品能够显示购买者的身份、地位，满足其特殊兴趣、爱好。

## 3. 潜在需要。

是指处于潜伏状态的需要。

它包括：一是用户在客观上有这种需要但未意识到，这是因为用户缺乏了解还没有意识到这种需要；二是用户已意识到这种需要但因种种原因尚不能进行现实的购买。

这些原因有：缺乏购买能力、产品尚未生产出来、产品供不应求、产品功能不对路、关联产品不配套等等。

研究市场潜在需求，是要促进潜在需求变为现实需求，为企业发展新产品、开拓新市场提供依据。

## （二）对竞争者的调查 竞争者是指生产同一产品、同类相似产品或可替代产品的企业。

企业要想在竞争中取胜，就必须了解竞争对手。

调查内容主要有： 1. 竞争对手总体情况。

包括：对手企业总数、实力排位、地区分布、所属部门、总生产规模、产品品种与产量、满足市场需要的程度等。

从而判断本企业在竞争中所处的总体地位与实力，并明确主要竞争对手，以制订竞争对策。

## 2. 主要竞争对手能力。

包括：主要竞争对手企业拥有资金的雄厚程度，生产规模的大小，技术装备程度。

产品质量的好坏，服务工作的好坏，市场占有率的高低等。

## 3. 主要竞争对手发展新产品的情况。

包括对手企业新产品的发展方向、进程，运用新技术和新产品的特点，以及新产品上市后所带来的影响等。

## 4. 潜在竞争对手的情况。

## 二、市场调查的方法和步骤 （一）市场调查的方法 1. 询问法。

它是指通过各种方式向被调查者发问，要求其回答所提出的各种问题，从而获得所需信息的一种调查方法。

常用方式有：问卷问答、面谈、电话询问和发函询问等。

## 2. 观察法。

它是指调查人员在现场从旁观察、记录被调查者的活动，以搜集有关资料的方法。

常用方式有：直接观察、行为记录和痕迹观察。

其特点是调查时被调查者并不感到正在被调查。

其优点是调查结果的准确度较高，其缺点是观察不到被调查者的内心情况。

## &lt;&lt;创业指导&gt;&gt;

## 3. 实验法。

即通过在实际市场上先试用和试销一部分商品，分析效果后再决策是否大规模经营的一种方法。这种方法可用于新产品投放或改变老产品的质量、包装、设计、价格、广告等；也可用于市场饱和程度的试验等。

这种方法的优点是方法客观、切合实际；缺点是时间长、费用大。

## 4. 抽样调查法。

市场调查时，要根据调查对象的多少分别采用全面调查和抽样调查方法。

一般对于数量有限的专用设备的生产资料用户可采用全面调查法。

但对一般生活资料消费者只能采用抽样调查法。

所谓抽样调查法，就是指根据数学几率理论，在母体（全部）调查对象中，随机选择其中部分（样本）进行调查，以获得总体情况的方法。

抽样调查法又有随机抽样与非随机抽样的两种方法。

采用的主要有：（1）简单随机抽样法。

是指从总体中纯粹偶然地抽取样本。

## （2）分层抽样法。

先将总体按一定特性划分为不同的层，而后在每层中按简单随机抽取样本进行调查。

## （3）标准抽样法。

它是以中等水平为标准抽取样本来获得总体资料的方法。

## （二）市场调查的步骤 第一阶段，预备调查阶段。

这个阶段的主要任务是确定调查问题及调查范围。

例如，销售量下降是产品质量、售后服务、广告支出减少还是市场不景气等原因。

为了确定问题，要先进行初步情况分析和非正式调查。

初步情况分析即调查企业内外有关情况。

进行初步分析，初步确定调查问题。

非正式调查也称试探性调查。

调查人员可以找企业内部人员进行非正式座谈，访问专家、用户和有关业务人员，取得对这个问题的看法和评价。

## 第二阶段，正式调查阶段。

这一阶段包括四个步骤：一是确定搜集资料的来源和方法；二是准备所需的调查表格；三是抽样设计；四是现场实地调查，即到现场去调查搜集资料。

## 第三阶段，结果处理阶段。

包括整理分析资料和提出调查报告及追踪两个步骤。

整理分析资料，即将搜集到的资料进行整理分析。

把零碎、杂乱、分散、片断的资料加以筛选，去粗取精、去伪存真，以保证资料系统的完整和真实可靠。

整理分析包括：编辑整理、分类编号、统计和分析四步。

在调查分析基础上，最后就是提出调查报告并追踪调查报告的建议是否被有关业务人员采纳。

了解建议被采纳的程度与实际效果。

创业设计的对象不该只是大胆的设想，无法论证，而应是具体可行的。

要坚持市场导向的观点，从行业现状入手，开展明确的市场需求分析，并充分显示对于市场现状的掌握和未来发展的预测，指出企业的市场机会与竞争威胁。

一切数字尽量客观、实际，切忌凭主观意愿的估计。

在创业设计中，要尽量陈列出客观、可供参考的数据与文献资料。

（二）操作性 创业设计要呈现经营能力，显示对于该产业、市场、产品或服务、技术等已有完全的准备，能开展合理的投资预算与回报、获利能力分析，并有一整套的经营管理等未来运作设想。

设计的操作性可增强实现经营计划的信心。

（三）独创性 创业设计要呈现出创业意图的竞争优势，不能人云亦云，要有新颖的项目构思

## <<创业指导>>

，大胆的创业设想，独特的经营理念。

国外的一些商业计划书能卖高价，大多是其独创性打动了投资者。

二、创业设计的过程 创业设计包括确立设想、分析论证、检查完善三个阶段，每个阶段都有不同的内容与要求。

创业源自设想。

每个人都有许多梦想、愿望和需求，现实世界给我们提供了各种机会、条件和环境，创业设计就是要把梦想与机会、愿望与条件、需求与环境转化为现实。

因此，确立设想就成为创业设计的首要环节。

创业设想源自平时积累，每个人平时都会有什么行业赚钱，做什么肯定会“发”的念头，这些都可成为创业设计的源泉。

更主要的是要调查研究。

处处留心皆学问，设想来自现实，当关在房间里难有好想法时，你应该走向社会调查研究。

如浙江温州永嘉县的桥头镇成为“东方第一纽扣市场”，就是由两位弹棉郎无意中启动的。

那是1980年，叶克林、叶克春兄弟俩在外省弹棉花时，注意到纽扣生意较好，使用身边的400元钱从江苏厂家购来纽扣，很快就在家乡销售一空，几番往来，生意越发兴旺。

创业设想就应在社会中寻找。

设想有时要靠灵感，但设想必须现实可行，经得起论证。

.....

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>