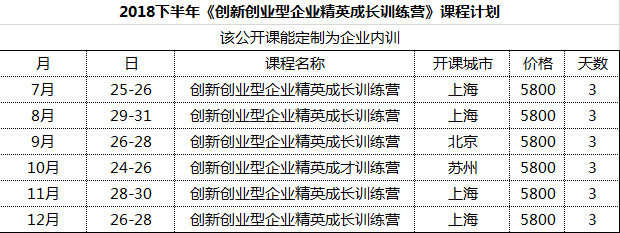
**前 言**

* 为今天工作成绩优异而努力学习，为明天事业腾飞培训学习以蓄能！是企业对员工培训的意愿，是学员参加学习培训的动力，亦是蓝草企业孜孜不倦追求的目标。
* 蓝草企业提供的训练培训课程以满足初级、中级、中高级的学员（含企业采购标的），通过蓝草企业精心准备的课程，学习达成当前岗位知识与技能；晋升岗位所需知识与技能； 蓝草企业课程注意突出实战性、技能型领域的应用型课程；特别关注新技术、新渠道、新知识创新型知识课程。
* 蓝草企业坚定认为，卓越的训练培训是获得知识的绝佳路径，但也应是学员快乐的旅程，**蓝草企业的口号是：为快乐而培训 为培训更快乐！**
* 蓝草企业为实现上述目标，为培训机构、培训学员提供了多种形式的优惠和增值快乐的政策和手段，恭请致电13601837936，了解详情。



**2018年蓝草企业特别为学员终端客户推出“快乐Plus大礼包”政策（适用范围）**

**1.2人以上（含2人）同时报名，享受实际报价的90%。**

**2.5人以上（含5人）同时报名，享受实际报价的80%。**

**3.学员学习期间可以得到“快乐培训增值礼”**

**报名学习蓝草企业的培训等学员可以申请免费成为“蓝草club”会员，会员可以免费参加（某些活动只收取成本费用）蓝草club定期不定期举办活动，如联谊会、读书会、品鉴会等。**

**报名学习蓝草企业培训的学员可以自愿参加蓝草企业“蓝草朋友圈”，分享来自全国各地、多行业多领域的多方面资源，感受朋友们的成功快乐。**

**培训成绩合格的学员获颁培训结业证书，某些课程可以获得国内知名大学颁发的证书（学员承担成本费用）**

**成为“蓝草club”会员的学员，报名参加另外蓝草举办的培训课程的，可以享受该培训课程9折优惠。**

**4.学员学习期间可以得到“快乐Plus大礼包”**

**免费中午营养午餐**

**可获课件（PDF版）及教材**

**培训期间学习态度认真的，并表现优异可有机会获得奖学金**

**来临授课城市外地学员，享受当地旅游观光费用补贴（价值100元）**

**蓝草企业：为快乐培训 为培训更快乐！**

**未尽事宜，恭请致电13601837936，了解详情。**

**培训受众：**双创企业总经理、营销总经理、营销总监、市场部销售部主管、设计部总监、双创团队核心人员、创客团队，传统企业转型成立的新型创业公、.适合银行、孵化器、高新产业园等机构为创业企业提供创业辅导课程时采用、适合创业企业的合伙人、高管学习。

**课程价值：**国家的双创活动向深度发展，各个主要城市都成立了创业辅导中心，很多大企业在内部也鼓励创业。这次创业与上次80年代的下海创业潮有极大的不同，需要有与这批年轻的、学历比较高的创业者匹配的创业课程。这些创业公司的现实问题，不是如何成为老大，而是如何活下去，逐步发展。这门课就是根据这个逻辑研发的，以最大程度地激发创新创业者的参与积极性。

**课程特点：**

实战性：任课老师都有多年创业经验，多年管理经验；课程以最新的案例为主。

服务性：为上课企业学员提供财务、上市前期辅导、法律、融资咨询服务。

**课程大纲：**

**第一部分：创新创业企业运营管理**

**第二部分：创业团队管理及风险防范**

**第三部分：初创企业股权设置**

**第四部分：双创企业的融资策略、如何路演、如何写商业计划书**

**第一部分：创新创业企业运营管理**

第一讲、互联网＋与创新

1. 互联网环境与PLUS（＋）
2. 互联网环境下企业的机遇与挑战
3. ＋互联网还是互联网＋
4. 互联网＋就是开辟电商渠道吗？

**案例分享：互联网＋农业概念下的“淘宝村”**

1. 创新
2. 创新的核心理念
3. 创新是“前无古人 后无来者”吗？
4. 创新是互联网产生源之一，而互联网带来创新无限
5. 创新者必备六项基本技能

**案例分享： 农业“新四化”、 可口可乐**

**课堂练习：请列出10项以上你认为是创新型的企业、产品或服务**

第二讲、基于互联网＋的商业模式创新

1. 商业模式在企业经营中的地位
2. 成功的商业模式特征
3. 价值体现
4. 资源和能力
5. 盈利的获得能力
6. 商业模式如何创新（分析模型）
7. 企业资源分析
8. 企业的产品和服务分析
9. 客户分析
10. 企业成本管理能力分析
11. 商业模式设计工具－商业模式画布
12. 描绘核心资源
13. 描绘细分客户
14. 描绘价值主张
15. 描绘关键业务
16. 描绘合作伙伴
17. 描绘渠道通路
18. 描绘客户关系
19. 描绘收入情况
20. 描绘成本结构

案例分享：新农哥

课堂练习：

成立一家新公司，用商业模式画布的方法设计该公司的商业模式（90分钟）

第三讲、基于互联网＋的运营管理创新

1. 传统管理模式下运营管理
2. 传统模式下的运营管理涵义
3. 在互联网时代为什么传统运营模式必须突破
4. 互联网时代运营管理创新的技术保障
5. 计算机技术
6. 大数据与云计算
7. 移动互联网
8. 企业的互联网运营（公司或部门）管理创新实践
9. 考核目标
10. 运营管理职能设计
11. 运营管理人员基本技能和创新思维
12. 基于互联网＋下的供应链管理创新
13. 差异化服务模式创新

案例分享：易果生鲜电商企业

第四讲、课程总结

**第二部分：创新创业公司股权设计**

第一讲 总体认知

一、 公司顶层设计

1. 如何看待失败与成功案例

1）【马云】的“湖畔合伙人”掌控阿里巴巴——控制董事会是掌控上市公司的最直接的方法，湖畔合伙人的设计基础核心是美国上市的灵活性，将董事会席位设计成两条线选出，使得马云的“合伙人体系”成为新型的权利机构。

2）【百度李彦宏】的牛卡计划“AB股”）——作为有着30年历史经验控制权结构牛卡计划一直被美国科技公司所青睐，著名的FACEBOOK等大牌互联网上市公司也都惯用这类结构。

3）当年的【真功夫】内耗——作为典型的中国市家族起家发展的民营企业，发展到现在的状况是非常不易的，可惜因为中国式的“硬伤“使得它的核心领袖人物成为牺牲品。

4）【西少爷】当年的融资分歧——虽然在经历过此次分裂风波后的西少爷依然能继续发展，但当年的教训也成为一个在股权融资领域的学习典型，了解它的过程，对大多数创业合伙人而言，是非常值得借鉴的。

……

2. 有限责任的精妙

1）对外责任

【案例推演】

A是一家创业公在对外承担责任、股权投融资、利润分配等最常规最典型的一系列问题上，注册资本是100万还是1000万，竟然引发了天翻地覆的变化。通过本次演练，使大家深入了解了公司的基本精髓——有限责任。

2）刺穿法人面纱

【案例分析】

3. 注册资本设定

1）案例分析与演变

案例之股东责任的理解

案例之投资人与股东的分配

案例之股权价值

4. 有限公司与股份公司的区别

【图表对比】清晰的看出两种组织形式对创业项目的根本影响。

二、如何搭建合伙人股权

1. 知名企业早期股权结构分析

1）【苹果】的三分天下埋下乔布斯的出局十年

2）【华为】也有平均分的败笔

3）【腾讯】的看不懂到恍然大悟

4）【小米】的绝对优势

5）【新东方】的早期经典

……

2. 股权结构搭建原则

3. 合伙人如何分配股权

1）人、钱、意的贡献度

2）总分结合与估值次序

3）避开愚型的操作

4. 合伙人如何与种子投资人组建公司

5. 出现“股比倒置”硬伤后如何重构

【案例分析】某创业者与种子投资人共同设立一家公司，其中，资金全部由投资人出资，创业者技术入股，并全盘设计和管理该公司，占比为各50%。此后，项目发展不错，有望引入天使投资，但天使投资人希望这样的股权结构能得到优化，特别是创业者持股比例过低，对后续股权融资造成障碍。

如何才能说服早期投资人退让股份但又不损害其利益？有哪些方法和建议？

第二讲 股权投资

三、股权投资对股权的稀释

1. 资本的引入

2. 投资协议核心条款

1）增资条款

2）股权成熟条款

3）清算优先权条款

4）反稀释条款

5）领售、共同出售条款

6）董事会条款

7）对赌条款

【案例分析】俏江南的对赌惊心动魄，外界的评价和现实的意义，是每一位创业者应当明明白白看懂的。

3. 早期项目估值

1）估值的本质

2）估值与评估

3）估值与项目融资阶段的关系

4. 有限合伙妙用

1）基本用途

2）如何当GP

3）口袋LP的作用

【现场演练】创业团队拿出了股权池进行股权激励，但通过有限合伙企业继续持有股权池的表决权，但，这里存在的一个重大法律风险是，GP可能因为过错而导致丧失GP地位，如何才能确保股权池失控呢？通过一次场景化的实例演练，让大家深刻领会有限合伙口袋LP的本质和重大作用。

四、加盟连锁股权设计

1. 加盟连锁类别

1）债权模式

2）股权模式

3）内部激励模式

2. 控制力设计

1）债务模式下的控制

2）股权模式下的控制

3）内部激励模式下的控制

3．利益共享模式设计

【案例分析】

第三讲 股权激励

五、创业项目股权激励

1. 股权激励基础知识

1）基本激励类型

2）适合股权激励的阶段

3）退出的意义

4）股权激励的双刃剑

5）技术入股与股权激励

2. 企业基础价的确定方式

1）净资产法

2）评估值法

3）收益市盈法

4）估值折算法

3. 行权价格的确定方法

1）平价法

2）折价法

3）送股法

4）溢价法

4. 回购

1）回购价格体系

2）回购价阶梯设计

3）锁定期与解锁后

4）过错的认定

5. 期限条款

6. 循环授予

7. 持股方式

8. 找到适合自己的方式

9. 知名企业股权激励要点

【华为】——前无古人、后无来者的虚拟股巅峰

【万科】——事业合伙人的倡导者

【腾讯】——上市公司标准激励的典范

【阿里】——循环授予的精确把握

【小米】——员工自由选择的妙处

【绿地】——有限合伙的极致运用

第四讲 股权众筹

六、股权众筹

1. 认识股权众筹

2. 现行法律对股权众筹的指引

3. 股权众筹的法律操作

4. 众筹资本引入方式

【案例分析】3W咖啡的经典之作

【案例分析】国内第一例股权众筹

【案例分析】边缘性众筹与法律意义上的股权众筹综合案例分析

**第三部分：创业企业的团队经营：合伙人、核心人才、技术团队**

1.合伙人的选择、分工、股份、激励和退出

2.核心人员吸引、待遇、股份和激励

3.创业企业的技术团队管理要点

4.合伙人的自我认知和创造共识

**第四部分：双创企业的融资策略、如何路演、如何写商业计划书**

1. 双创企业的融资策略及案例分析
2. 双创企业如何路演及案例分析
3. 双创企业如何写商业计划书

**讲师团队**

**双创运营和团队管理老师：**

实战型能落地营销/管理专家-张文升讲师介绍

滨江双创联盟理事长；营销新理论“迎销理论”创立者；天津财经大学客座教授；上海蓝草企业管理咨询有限公司首席研究员；北京维沃联合品牌设计顾问有限公司总经理；多家知名企业特聘高级管理顾问；专著《迎销－大数据时代的营销出路》

张老师1991年南开大学硕士毕业后在南开大学任教，后进入企业界长期服务于国际国内著名企业集团和上市公司如可口可乐有限公司、华润集团、上海罗莱家用纺织品有限公司（中国家纺领军企业，上市公司）担任总监、常务副总经理、总经理等高级管理职务，在著名外资企业、特大型国有企业、大型民营企业等类型以及海外企业的历练，深刻理解了多种企业类型的运作方略和多元化的企业文化建设战略与策略。张老师多年在企业管理、公司战略规划、市场营销、品牌建设、员工管理、绩效考核、上市公司等等方面有着丰富的实践经验；深刻理解了东西方管理精髓。听张老师上课，可以聆听他的职场经历，分享他的成绩，如何建立可口可乐的多渠道市场；如何让罗莱家纺在市场成为第一的故事；如何让香榭里纺织品成为业界领先者；如何在海外营销及客服经历，干货多多！

**擅长领域**：战略管理 /领导力系列 / 经典营销 /新营销 /大数据营销

**授课风格：** 广大的学员认为授课风格为：幽默风趣、条理清晰、实战、理论联系实际。具备独立知识产权的独特课程，为国内培训课程系列中罕见。

**股权设计老师介绍：**

朱老师曾就学于浙江大学法律专业。从事律师职业以来，先后在浙江，上海执业.有执业期间参与过多次重大项目的法律论证、合同管理、劳资关系处理、债权债务清偿、企业破产等法律事务，代理过千余起企业法律纠纷案件。较多公司治理的经验案例.致力于公司治理与家族传承业务，在公司金融领域素有研究。朱律师经常就法律问题接受China Law and Practice， Financial Times 等业内著名媒体的采访与为他们撰稿，或受邀发表专题演讲。.现为多家上市公司法律顾问。曾为世界五百强的跨国公司就他们在中国的投资、重组等宏观层面，业务运营、人事安排等微观层面提供与法律相结合而更加全面、更加实务的专业意见。

**融资策略及商业计划书老师：**

**黄老师资历**：滨江创业联盟秘书长、中国首届企业管理咨询师，高级会计师、有多年大型企业集团高级财务管理经验和十年的培训咨询经验。黄老师目前是蓝草企业管理咨询有限公司首席财务讲师上海企业家协会特聘财务讲师。

**黄老师背景：**多年的实战经验，让他把繁琐的财务工作讲解通俗易懂，让非财务人员快速成为理财行家！黄老师曾在大中华集团公司，河南羚锐股份有限公司，圣象集团担任财务经理。

**黄老师主讲课程：《**总经理的财务管理》、《财务报表解读与分析》、《非财务经理的财务管理》、《内部控制及风险管理》、《EVA》、《成本会计》、《全面质量成本管理》、《税务策划与税务管理》、《全面预算管理与控制》、《成本控制与分析》

**培训过的客户中知名公司：**武钢、际华国际、中国国航、宁德时代、东风汽车、广本汽车、虹桥机场、欧姆龙国际、上海市政府下属发改委等单位。

推荐理由:黄老师分享都是干货，内容实战又不缺乏幽默；课程突出实用性、故事性、新鲜性和幽默性。通过一系列财务管理案例剖析点评，使企业管理人员快速掌握一些财务管理先进理念，分析技巧、提高解决问题的能力。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单 位 名 称:** | |  | | | | | | |
| **联系人姓名:** | |  | | | **部门/职务:** | |  | |
| **手 机:** | |  | | | **E-mail:** | |  | |
| **Q Q:** | |  | | | **微 信:** | |  | |
| **业务性质：** | |  | | | **企业规模/人数：** | |  | |
| **培 训 学 员 信 息** | | | | | | | | |
| **姓 名** | **性 别** | | **职 位** | **手 机** | | **E-mail** | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
| **缴费方式** | □ 转帐 □ 现金 （请选择 在□打√） | | | | | **金 额** | |  |
| **费用总计** | ￥ 元　（共 人参会） | | | | | | | |
| **住宿要求** | 预定：双人房\_\_\_间；单人房\_\_\_间，住宿时间：\_\_ 月 \_\_ 至 \_\_ 日 (不用预定请留空) | | | | | | | |

（需要预定住宿的请参考我司课程《确认函》中的住宿酒店信息）

注意：

→ 请将报名表填写完整，发至我方即可。我方收到报名表后，将以电话、传真或E-mail等方式确认收到报名表。

→ 请在培训之前三个工作日内将报名表回传,课前一周另行发送详细会务安排

→ 本课程可针对企业需求，上门服务，组织内训，欢迎咨询。

→ 请参会学员准备一盒名片,以便学员间交流学习。

→ 请准备几个工作中遇到的问题以便进行讨论。

此表所填信息仅用于招生工作，对所填写的客户信息，我司严格保密，如需参加请填写回传给我们，以便及时为您安排会务并发确认函，谢谢支持！