

项目计划书

项目名称：互联网+时代下的智能教育的模式探索和研究

项目成员：常子儒、张叶迪、庄一鸣

指导老师：鲁燃

学院：信息科学与工程学院

目录

一、公司概况.....	2
1、市场背景.....	2
2、产品概述.....	2
二、市场分析及定位竞争对手的分析.....	2
1、市场环境分析.....	2
2、网络技术发展.....	4
3、产品优势.....	4
4、产品定位.....	4
三、产品介绍.....	5
1、产品功能.....	5
2、产品特点.....	6
3、盈利模式介绍.....	6
四、经营风险与对策.....	6
1、当前面临的风险.....	6
五、营销策略.....	7
1、产品推广模式.....	7
2、营销优势.....	8
六、财务分析.....	8
1、资金规划.....	8
2 盈利分析.....	8

一、公司概述

市场背景

网络课程最初表现为一种小班制在线教学，如 1984 年后在美国发展起来的传统异步课程，(AOC)。2002 年，中国推出国家精品课程建设，有了公开课程的教育理念，力求优质教育、资源共享，促进教育公平。2010 年，哈佛大学、耶鲁大学等世界一流大学开发的视频公开课轰动全球。2012 年，MOOC (大规模网络开放课程)以“海啸”的态势，在全球范围内迅速普及。传统的教学模式逐渐演化为两种形式，一种是基于课堂的教学,网络课程只是作为课堂教学的一种补充方式;另一种是网络课程作为整个教学过程的主要形式。

产品概述

基于当前网络技术的发展，以及网络基础设施建设的逐步推进，使得网络课程的发展有了重大突破,该产品是通过前端 HTML/CSS/JavaScript 后端 PHP, Java 等技术搭建起来的一个由微信小程序、软件、网站构成的多元一体的综合教育产品。

二、 市场分析及定位竞争对手的分析

市场环境分析

首先在当今互联网的发展下各种行业开始迅速发展互联网+带动了各种行业的发展，并且出现了互联网+教育的新颖的运营模式，这是随着当今科学技术的不断发展，互联网科技与教育领域相结合的一种新的教育形式。

另外，人工智能行业也发展地风生水起，比如说将人工智能应用到生活的各个方面还有物联网等等这些人工智能行业，而在生活中的各个行业里面，其中就包括教育行业，人工智能与教育相结合所产生的各种成果可以说是大量地涌现，

可以说是教育行业里的一种新颖的发展模式。

此外，我们称人工智能+教育为智能教育，它是指人工智能多层次教育体系的全民智能教育，这种教育模式涵盖在中小学阶段设置人工智能相关课程。其实，我国在智能教育方面早有规定，比如说：2017年，国务院印发《新一代人工智能发展规划》，提出“实施全民智能教育项目，在中小学阶段设置人工智能相关课程，逐步推广编程教育”。2018年，教育部进一步明确，要“构建人工智能多层次教育体系，在中小学阶段引入人工智能普及教育”。2018年9月，“中小学人工智能教育项目”应运而生，在走访调研部分中小学、高校科研院所、相关企业之后，项目组聚集起包括院士、人工智能专家、教育专家、一线教师、技术人员等在内的力量，开始了人工智能教育项目的顶层设计和具体研发。

2019年1月，在北京举办的中小学人工智能教育项目成果发布会，发布会上，中小学人工智能装备、中小学人工智能教育装备配备方案、中小学人工智能课程指南等3项成果同时发布。

另外一方面，该产品实际的市场需求与发展前景。由于，该产品属于教育培训类产品，所以，需要更多的考虑市场各种人群的需求。因此，我们分析了当前面临的市场背景与未来发展背景。

就当前面临的市场背景而言，市场上拥有繁多的教育类app，教育类培训机构，教育类平台网站，以及线上与线下相结合的教育体系模式。但是，如此之多的教育运营模式势必会充满各种竞争，有一些教育app或者教育网站平台为了更多的盈利，对于教育效果并不做过多的要求，这样可能会使用户多花钱，但是并不会受益很多。急需形成一种新的教育模式，既能使用户学到很多的知识，收获

很多，又能使公司企业盈利持续增加，这就是当前市场教育行业的环境以及发展前景。

网络技术发展

计算机网络技术全球化热潮不断推进，人类社会进入了一个新的信息时代，网络技术被广泛应用到各个领域，网络技术已经成为促进企业快速发展，推动区域经济增长乃至使一个国家的经济发展迈上一个新的台阶的重要动力。伴随着我国市场经济的飞速发展，以网络技术为首的第三产业也悄然崛起。2012年中国互联网用户突破 5.38 亿，随着中国互联网用户群的日益庞大，互联网产业正成为市场经济的重要角色。

产品优势

(1) 可进行各种功能开发，与传统网页课程相比，小程序对于网络课程实现的功能更全面；

(2) 平台流量大：依托于微信平台，用户基数大，使用频繁，使得小程序在社交分享方面有天然的优势。

(3) 线上广告推广，广告成本低，一定程度上降低了企业的成本

(4) 通过小程序加载速度快，在安全性方面，依托于微信平台相对较安全。

产品定位

(1) 主要的销售对象：学校、个人用户以及各种教育培训机构。

(2) 产品人群特征：本产品适用于以下用户：

A、想要寻找兼职、补贴生活费并且锻炼自己的能力的大学生（很多大学生总是觉得自己学过的知识没有用处，无法应用到实际中，希望借助各种机会来锻炼自己的综合能力，进而实现自己的理想或者赚取一定的收

益，充实自己的生活)。

B、相关教育培训机构在进行教育培训时需要应用到本产品的特定功能来辅助完善教育培训

C、许多想要提升成绩，应对各种考试，学习知识的小学、初中以及高中甚至大学的学生。(比如说小学生，他们一般是需要进行学习知识基础，培养对学习知识的兴趣与爱好，养成一些对以后学习成长有帮助的好习惯，初中生，他们一般是需要拓宽自己的视野，开始增大知识面，进行一些社会实践活动，动手实验，以及知识再巩固加深，高中生，他们一般是对于学习需要更进一步的强化，应对高考，培养即将走入社会所需要的能力，至于大学生，他们则一般是对专业知识的深度理解与学习，以及培养各种实际技能，社会实践能力)

D、需要该类产品的学校(比如说学校老师上课需要该产品进行辅助教学从而提升教学质量，又或者说将该类产品推进到某些师资力量不足的校园中，实现教育资源的充分利用，调度教师资源，从而达到预期目标)

E、需要进行学习的成人(比如说一些想要参加成人高考的人,一部分想要学习相关行业的专业技能与知识的成人,以及想要学习某些生活或工作经验的成人)

三、产品介绍

产品功能

主要面向对象为教师、学生，通过整合网络课程资源，为师生提供更加方便的学习环境，该产品的创新为：第一，完善评价体系，如搭建用户个人信息系统，实时跟踪用户的个人学习状况，对用户的每次考试成绩提供科学、

精准的分析评价，为用户的学习提出科学的学习建议。第二，为教师设置教学反馈系统，建立完善的网络课程教育评价体系，教学评价能够起到检验和促进教学的作用，通过教学评价学生和教师都能够认识到自己的不足，并在以后的学习和教学中改进学习方法和教学策略以提高网络课程建设的效果。

产品特点

产品目前处于需求分析阶段，通过征集用户需求，搭建适合用户本身的个性管理系统，在后期的维护过程中，能够满足用户的需求，在产品的突破性方面：搭配社交平台，实现用户与用户之间的学习与交流，让问题再不经意的交流之中得到解决。

盈利模式介绍

起初，通过网络营销的方式，以地方各市、县市中小学校园为重点，打造区域流行产品，发展，采取不同的市场策略，迅速切入市场，扩大受众对象，抢占市场份额。通过推出适合当前流行课程，吸引用户浏览，通过用户之间的分享，提高产品的知名度。

四、经营风险与对策

当前面临的风险

- 1、 经营风险识别程序、制度、责任、资源支持
- 2、 明确经营目标：目标与战略一致性、目标之间逻辑关系、目标与环境关系
- 3、 经营风险范围：
 - A、 人力资源风险，包括招不到合格员工、培训不足、流动率高、人才不足、岗位能力过剩等。
 - B、 产品设计风险，设计周期过慢、脱离工艺能力、脱离顾客需求、设计不

合理、成本过高等。

C、质量风险，包括客户投诉、产量过剩等。

D、服务风险，包括客户投诉、承诺过度、营销过度、服务质量等。

E、财务风险，包括利率、汇率、资金使用率、投资回报率、资产周转率等。

F、销售风险，包括客户流失、市场份额下降、营销过度、回款延期等。

采取对策

风险的防范手段有多种多样，但归纳起来不外乎以下两种最基本的手段：

1、采用风险控制措施来降低企业的预期损失或使这种损失更具有可测性，从而改变风险。这种手段包括风险回避、损失控制、风险分隔以及风险转移等。

2、采用财务措施处理已经发生的损失，包括购买保险、风险自留和自我保险等。

其中风险回避主要是中断风险源，使其不致发生或遏制其发展。这种手段主要包括拒绝承担风险和放弃已经承担的风险以避免更大的损失两种方法。

风险防范的另一种手段是损失控制。损失控制包括两个方面的工作：减小损失发生的机会即损失预防以及降低损失的严重性即遏制损失加剧，设法使损失最小化。

此外，风险防范的其他手段还有分离风险，风险分散和风险转移。

五、营销策略

产品推广模式

1、品牌策略

a) 清晰的品牌诉求：该产品力求打造区域性流行学习产品；

b) 精确的网站定位：该产品主要目的是为用户提供更加方便的网络学习

环境;

2、 技术策略

提高自身技术的硬实力，不断优化产品结构，根据用户的使用反馈，提供及时的产品更新，提高用户使用时的舒适性。

3、 宣传推广

建立专属公众号，提高产品的知名度;

营销优势

以打造地区性流行产品为目的，市场竞争相对降低，与当地各中小学合作，使得受众用户的基数扩大，为产品的进一步推广奠定坚实的基础。

六、 财务分析

资金规划（成本）

平台的搭建	5000 元
广告、宣传	2000 元
公众号运营宣传	1000 元
后期技术升级	2000 元

盈利分析

通过公众号发布流行文章，推广产品，由产品的品牌效应吸引更多用户前来浏览，实现产品运营的良性循环。

产品实际效果展示（目前尚不完善）：





云上阁



编辑个人资料

姓名

请输入你的姓名

班级

请输入你的班级

学号

请输入你的学号

所在学校

请输入你的所在学校

提交

云上阁



炸天小伙

我的课程

学习成绩

学习记录

课群讨论

编辑个人资料

帮助 (联系客服)

关于我们



首页



查找



我的

Q
请输入搜索内容

发送给:



bear

Q
请输入搜索内容



必修一必考重点突破: 抽象函数
解题秘籍
必修: 魏利康 新课时: 44:25



南昌数字高考之小标题速技巧
教师: 郭江洪 课时数: 2017:22



我们学什么内容
• 必修一是什么
• 必修二是什么
• 必修三是什么



知识+例题+思考题+课后题
+综合练习题

取消

发送



首页



查找



我的



这图片上的课程仅为图片，转自网络，仅用于测试效果



云上阁在线教育平台

云上阁在线教育平台利用一切工具进行教育活动皆以提高效率为前提。利用网络先进的技术改变师生的交流方式上课，进一步提高学生掌握知识的效率、进一步培养能力。通过该小程序，师生可以方便查询课表、成绩、以及学习资源，在在线课堂中还可以发布线上签到等功能。

联系方式

地址：济南市长清区大学路1号

这些图片及介绍仅用于现阶段效果图，后期会逐步修改完善并增加各项功能。