

数字资源配套立体化图书

在微信上建学校

ZAI WEIXIN SHANG JIAN XUEXIAO

■ 主编 倪俊杰



北京师范大学教育学部副部长 教授 余胜泉 倾情作序
北京学信速达科技有限公司首席运营官 朱兆伟



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>



在微信上

建学校

主 编 倪俊杰

重庆大学出版社

内容提要

微信,作为一款超级APP,正在影响社会生活的方方面面。移动互联网下的教育,也正在悄悄地进行革命。很多有眼光的一线教师、学校管理者、教育爱好者,正在使用微信来实现自己的教育理念。

本书不仅介绍了微信的起源,如何申请微信公众号,如何制作微信资源,还重点介绍了如何利用微信平台来实现学校管理和移动教学。本书也列举了一些实用的案例供对微信开发感兴趣的读者参考。最后,我们邀请了8位教育战线上的朋友,请他们介绍在微信实践中的经验和感想。

图书在版编目(CIP)数据

在微信上建学校 / 倪俊杰主编. —重庆: 重庆大学出版社, 2016.7

ISBN 978-7-5689-0030-0

I. ①在… II. ①倪… III. ①互联网络—网络教育
IV. ①G434

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第174136号

在微信上建学校

主 编 倪俊杰

策划编辑: 唐启秀

责任编辑: 杨 敬 版式设计: 唐启秀

责任校对: 张红梅 责任印制: 赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人: 易树平

社址: 重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编: 401331

电话: (023) 88617190 88617185 (中小学)

传真: (023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

万州日报印刷厂印刷

*

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 17.5 字数: 282 千

2016年8月第1版 2016年8月第1次印刷

ISBN 978-7-5689-0030-0 定价: 38.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究



目 录

第一章 凭什么是微信 / 1

1.1 微信是当之无愧的超级 APP / 2

1.2 微信的前世今生 / 6

1.3 “互联网 + 教育” / 9

1.4 微信教育的实践与探索 / 14

第二章 这样玩微信公众号 / 17

2.1 再小的个体，也有自己的品牌 / 18

2.2 微信公众号的分类与功能 / 22

2.3 申请和关注公众号 / 26

2.4 申请和关注企业号 / 31

2.5 推送公众号素材 / 36

2.6 设计投票功能 / 42

2.7 公众号的统计分析 / 44

2.8 申请原创声明功能 / 48

第三章 打造微信运营能手 / 55

3.1 微信运营的全能战士 / 56

3.2 图片素材轻设计 / 58

- 3.3 制作 H5 课件 / 62
- 3.4 制作手机微课 / 73
- 3.5 使用微信编辑器 / 78

第四章 指尖上的校园 / 85

- 4.1 基于微信的智慧校园 / 86
- 4.2 学校宣传“微”重现 / 98
- 4.3 家校互动“微”重构 / 106
- 4.4 校务管理“微”重塑 / 114

第五章 玩转移动教学 / 127

- 5.1 移动教学的特征 / 128
- 5.2 在微信上开展移动教学 / 136
- 5.3 微信网上教研 / 138
- 5.4 微信发布课程 / 142
- 5.5 微信管理班级 / 145
- 5.6 微信教学设计 / 150
- 5.7 微信作业和考试 / 153
- 5.8 微信网络阅卷 / 156
- 5.9 微信移动教学的后续思考 / 159

第六章 微信平台二次开发 / 163

- 6.1 微信公众平台的工作原理 / 164
- 6.2 微信后台接入配置 / 172

6.3 微信公众平台服务器的搭建 / 174

6.4 体验案例 / 181

6.5 校友登记簿 / 184

6.6 自定义菜单案例 / 189

6.7 工资查询案例开发 / 191

第七章 他们实践的经验 / 211

7.1 学校管理者如何通过微信管理学校 / 212

7.2 一线教师如何使用微信开展移动教学 / 220

7.3 自媒体人如何使用微信影响更多的人 / 229

7.4 培训机构如何使用微信实现领地扩张 / 235

附 录 / 243

参考文献 / 259

后 记 / 261



第一章 凭什么是微信

人类经过亿万年的优胜劣汰，终于睥睨众生，成为地球的主宰者，这和人类善于观察、长期学习密切相关。人类的智慧世代累积，通过各种方式流传于世，不断地为社会的发展提供源源动力。其中，学校是智慧传承最为重要的形式之一。最初是师徒情谊，心口相授、耳提面命；后来私塾兴起，倾向精英化的小众教育；再到如今国家支持的义务教育，日趋集中化、规模化、普及化，目的在于为国家培养更多人才。学校的发展已发生巨大改进，但仍然不能满足现实的需要。

现实的情况是，男耕女织的农业社会早已淘汰，以机器化生产为特征的工业社会正在积极转型，互联网的浪潮裹挟着整个社会快速前行，移动互联网更是在其中独领风骚。“70后”和“80后”见证了互联网的成长，“90后”是互联网的原住民，对于“00后”“10后”来说，互联网生活已经成为他们呼吸的一部分。他们思维活泼，对新事物态度开放并乐于尝试。移动互联网已经潜移默化地改变了人们的思维方式和生活习惯，人们的认知体验对学校也提出了新的要求。

社会希望学校管理更加透明，资信动态更加及时；教师希望提高教学效率，教学内容更具时代气息；学生盼望个性化教学方案，可以按自己的成长轨迹稳健前行；家长们不顾一切地创造出

一个又一个天价学区房的神话，无非是对优质教育资源的追捧，想为自己的孩子赢得尽多的机会。这中间涉及教学管理、师生关系、学生个人价值和情感体验、校方与学生家庭间的沟通协调等方面。拘于传统、墨守成规的老派学校难以和时代产生共鸣，距离大众的期盼越来越远。

种种诉求在互联网时代都是合情合理的，因为它提供了无限可能，其中最适合中国国情的方案可能便是它——微信。为什么是微信？除了聊天，微信还能干什么？微信和学校的结合是被逼的，还是水到渠成？教师需要做什么，是凭风借势积极准备，还是听之任之？学生会接受微信上的学校吗？微信和学校挂钩，技术上有瓶颈吗？如果有，那该怎么办？在微信上建学校有成功的先例吗？我们将和你一起在本书中寻找答案。

1.1 微信是当之无愧的超级 APP

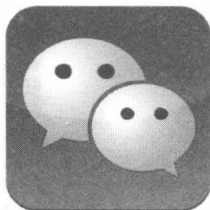


图 1-1 微信 logo

微信，英文名 WeChat，性别不详，公元 2011 年 1 月 21 日诞生于中国广州。它是第一款完全基于移动互联网设计的 APP，江湖人称“富二代”“杀手”“超级明星”。“父亲”张小龙，时任腾讯广州研发部负责人，现任腾讯公司副总裁。“教父”马化腾，腾讯公司“开国元勋”，现任董事会主席兼首席

执行官。（图 1-1）

微信的人生信条：微信，是一种生活方式。人群中一旦和你相遇，便离不开、甩不掉，陪你直到天荒地老。

和微信粘合的方式极为便捷，手机用户可以通过短信获取下载地址：

- ①移动用户：发送短信 wx 到 10657558023309。
- ②联通用户：发送短信 wx 到 1069070089。
- ③电信用户：发送短信 wx 到 1069070089（CDMA）用户。

微信尊重了传统用户短信优先的思维，在其官网上不忘温馨提示，发短信需要收取费用。其实，微信更受欢迎的下载方式如图 1-2 所示。



用手机上的二维码扫描软件拍摄左侧二维码，或使用手机浏览器访问weixin.qq.com/d，可直接下载微信。

图 1-2 微信下载方式

相比 APP 领域的各位前辈，微信的资历稍显年轻。不过，拳怕少壮，资历不等于能力，更不能保证实力。微信在 APP 下载排行榜上长期雄踞前三位，和它同时领军的还有它的大哥 QQ。比微信炫的没它简单，比它简单的没它快，比它快的没它省流量。说微信是超级 APP，主要是基于以下三个难以撼动的事实。

由于数据统计的指标众多、程序规范，本书数据主要来源于 2015 年 10 月腾讯微信团队发布的《2015 微信白皮书》。数据的官方发布与统计处理存在时差，所以下列数据代表微信当时的运营情况，是预测未来趋势的参考指标。

1.1.1 微信用户数量超级多

微信的注册非常简单，只要用户有 QQ 号、手机号或者电子邮箱即可。这解决了网络交往实名制的一个老大难问题，也帮助了很多年长者绕开烦琐的申请过程，在年龄、职业等方面实现了更大的覆盖。

《2015 微信生活白皮书》中显示，微信 9 月平均日登录用户达 5.7 亿。微信在全国的覆盖范围进一步扩大，在一线城市的渗透率达到 93%，即使在五线城市，渗透率也达到 28%。60% 的微信用户是 15—29 岁的年轻人。

截至 2016 年 3 月，微信月活跃账户数已超过 6.5 亿，但是其官方网站上仅注明“超过 5 亿人使用”。微信在用户数量上的态度保持一贯的不张扬，默默地开拓无限大的用户疆域。

1.1.2 微信功能超级全

微信的主要功能如表 1-1 所示。

表 1-1 微信的主要功能

功能分类		具体介绍
基础功能	基础功能	二维码名片、相册、收藏等
企业服务	公众平台	平台账号：服务号；订阅号；企业号 功能：群发推送；自动回复；1 对 1 交流；自定义菜单；数据统计
生活服务娱乐	功能	主体功能：微信支付，支持转账、银行卡和微信红包，支持二维码扫描支付 其他功能：手机话费充值；理财通；滴滴打车；京东精选；Q 币充值；微信红包；团购；电影票；腾讯公益；信用卡还款；AA 收款；机票火车票；预约挂号等
	搜索	可作微信业务范围内的搜索，包括搜索朋友圈最近内容、用户的收藏、周边的餐馆等
	卡包	用户可在卡包中管理银行卡、会员卡、登机牌、优惠券、代金券等卡片；可将卡包中的卡片转赠给朋友
	游戏	主要是链接腾讯的游戏业务
偏于社交兼顾生活	扫一扫	可以扫二维码；条码；街景；单词翻译；封面
	聊天	载体：语音、图片（表情）、文字 形式：单聊 + 群聊 附带：实时对讲机、赠红包 / 卡券 / 收藏、名片、转账
	添加好友	类别：QQ 好友；手机通信录；陌生人；公众号 方法：查找；手机（QQ）导入；扫一扫；摇一摇；附近的人；漂流瓶；分享微信号
	朋友圈	对自己：发表文字；发表图片；分享生活 对朋友：点赞；评论；隐私设置 对企业：Feed 信息流广告
	漂流瓶	通过扔瓶子和捞瓶子来匿名交友
	附近的人	查看附近同样开启本功能的人 查看附近的餐馆
	摇一摇	摇朋友；摇歌曲

微信发展到现在，已经成了一个集社交、电子商务、支付等多种功能于一体的巨无霸。它不仅依靠自身开发多种功能，同时借助第三方平台及公众号，不断延伸业务触角，构建了一个庞大的“线上+线下”生态，在这个生态中诞生了电商、

O2O、健康等各种小生态。例如，链接滴滴打车 APP 的业务功能；链接京东手机商城的功能；链接“微票儿”相关功能，可在线查询影片、影院，在线购票；链接同程旅游的机票、火车票业务等。按目前发展趋势，微信还会接入更多业务，以便全方位地满足用户需求，更加自然地融入用户生活，成为一种生活方式。

1.1.3 微信的后盾超级强大

微信被称为“富二代”是有根据的。微信的母品牌——腾讯公司被称为“企鹅帝国”，以传统的即时通信 QQ 业务为核心，同时在门户、游戏、安全、搜索引擎、电子商务等领域称霸一方，与百度和阿里巴巴并称为互联网三巨头“BAT”（BAT 是中国互联网公司百度公司（Baidu）、阿里巴巴集团（Alibaba）、腾讯公司（Tencent）三大巨头首字母缩写）。腾讯公司为微信的成长保驾护航，提供持续的资金、技术、市场等支持。

“微信教父”马化腾是位出色的战略家，他说，移动互联网时代的运行规则与 PC 互联网时代完全不同，移动互联网不只是延伸，而是颠覆，巨型企业要时时有危机感。诺基亚、柯达这些曾经的一代天骄没有跟上时代发展步伐，之前积累的东西转眼间灰飞烟灭。2010 年 11 月 20 日，马化腾授意张小龙组建微信研发团队，并注入 1 亿元资金。马化腾给研发团队以充分的信任和自由度，在微信研发成功后，他主导利用 QQ 邮箱和腾讯自身资源进行强推广，产品日新增用户以数十万量级增长，帮助微信在占有市场上拥有绝对优势。马化腾表示：“创新就是对用户体验的极致追求，这种开放的眼光与创新的精神是将微信引领至今并获得成功的根本。”

“微信之父”张小龙因开发 Foxmail 而出名，被媒体认为是“乔布斯的中国接班人”。他遵循的创作理念为：“做对用户有用的事；用户需求和价值始终是微信的出发点和落脚点。”微信官网首页的最新消息栏显示着它的发展动态。从更新的日期逆时追溯，微信几乎每个月都会有新动作。测试版、正式版、衍生功能、针对不同操作系统的版本孜孜不倦地更新着。张小龙领导的微信产品团队重视用户的参与和反馈，精益求精地对产品进行打磨、把控，以便更好地满足用户需求，没有最好，只有更好。

微信尊重用户需求，与第三方平台合作扩展业务，用标准化的接口把所有的企

业、物品都链接到微信里。微信不再只是一个工具，而是一整个社会和一整个世界，一个可以满足用户社交、情感、自我实现等所有需求的地方。马化腾说，在移动互联网来临之后，他曾感觉到腾讯离失败就剩下一天了。直到微信的出现，腾讯才拿到了这张“船票”。

1.2 微信的前世今生

从字面上来解读，微信可以理解成“微小的信息”。但是，不要被这个名字迷惑了，它包含文字信息、图片信息、语音信息及视频信息等无限可能。“微小的信息”最广为人知的便是短信。1992年，短信随着即时通信出现在人们视野中，一角钱一条短信是运营商利润的一块大蛋糕。据统计，2007年，中国移动用户人均月发送短信113条，总发送量为7361亿条。2011年，短信的发送量增长46.4%，用户总人数增长更快，可是人均月发送短信为88条，平均单用户发送量减少了22%。这是因为在2011年左右，零资费和跨平台的各种手机应用开始抢占短信业务，微信便是其中之一。移动、联通等运营商的业务受到冲击，腾讯被冠上“第四大运营商”称号。现在，传统短信、彩信业务颓势不减，一路看衰，大有被微信等应用取而代之的势头。

其实，在微信出现之前，国内外已经有很多类似于微信的程序。例如，飞信、米聊、WhatsApp、line、Kik等手机应用，它们都在很大程度上改变了用户使用即时通信的方式，而微信在早期就是借鉴了以上产品的一些功能。凭借腾讯强大的支持和优秀的开发团队作为支撑，微信在后期又加入了许多原创的新功能，经历了从模仿到创新、从量变到质变的过程。它的努力和付出，使之达到了让后来者难以企及的高度，造就了移动互联网领域的产品神话。

微信发展的主要时间和版本如下。

① 2010年10月，Kik上线，15天内收获100万用户。

② 2010年11月19日，微信项目正式启动。

③ 2011年1月21日，微信发布针对iPhone用户的1.0测试版。该版本支持通过QQ号来添加好友，但在通信上仅能发送图片和文字等简单的内容，功能上也只

能进行头像、名字以及邮件地址等简单功能的修改。当时移动、联通等都有赠送短信的套餐，所以微信优势并不明显。

④ 2011年5月，微信发布了2.0版本，新增语音对讲功能。该功能的增加使得微信的用户群第一次有了显著的增长。

⑤ 2011年8月，微信2.5版本发布，添加了陌生人交友功能，即“查看附近的人”。该功能使微信从众多的通信软件中脱颖而出，成为一大亮点。

⑥ 2011年10月1日，微信发布3.0版本，加入了“摇一摇”和“漂流瓶”功能；同时，增加了对繁体中文语言界面的支持，并支持中国的港、澳、台地区和美国、日本的手机号码绑定。

⑦ 2011年12月20日，微信3.5版本发布，支持二维码功能和动态表情包。

⑧ 2012年3月，微信用户突破1亿大关。同年4月19日，微信发布4.0版本，支持泰语、越南语、印尼语和葡萄牙语，增加了相册功能和可以把相册分享的朋友圈。用户可以在上传相片的同时还可以分享到朋友圈，进一步增加了微信的用户黏度。现在，微信朋友圈每天的发帖量已大大超过微博的鼎盛时期。

⑨ 2012年7月，微信4.2版本发布，增加了视频聊天插件和网页版微信。虽然手机具有很强的便捷性，但在输入信息的速率和方便程度上远不如电脑来得方便。通过扫描二维码，微信可以在电脑上直接使用。微信网页版的功能与手机版的微信功能是同步的。

⑩ 2012年8月17日，微信公众平台面向所有用户开放。随后，微信在短时间内迅速成为各大机构、商家的营销工具。微信公众平台，最初命名为“官号平台”和“媒体平台”，当时主要向名人、政府、媒体、企业等机构推出合作推广业务。通过关注微信平台账号，就可以获得教育、娱乐和生活等方面的资讯和知识。微信公众平台这个创新性的商业模式拓展了微信的功能，对创业者来说，以前做互联网产品，用户要一个一个地累积，程序、数据库、设计等经验技巧都要从头摸索。但平台创业的趋势出现之后，大平台承担起基础设施建设的责任，创业的成本和负担随之大幅降低，可以把更多的精力集中到最核心的创新上来。

⑪ 2012年9月，微信4.3版增加了“摇一摇”传图功能，即把图片从计算机传到手机上。这一版本还增加了语音搜索功能并支持解绑手机号码和QQ号，进一步

增加了用户对个人信息的把控。微信用户数突破 2 亿。

⑫ 2013 年 2 月 5 日，微信发布了 4.5 版，支持实时对讲和多人实时语音聊天，并进一步丰富了“摇一摇”和二维码的功能，支持对聊天记录进行搜索、保存和迁移。同时，还加入了语音提醒和根据对方发来的位置进行导航的功能。

⑬ 2013 年 8 月，微信 5.0 上线，添加了表情商店、网络支付、游戏中心、收藏、语音识别、银行卡绑定等功能。同时，“扫一扫”功能也进行了全新升级，可以扫街景、扫条码、扫二维码、扫单词翻译和扫封面等。

⑭ 2013 年 8 月 20 日，易迅宣布全面接入微信支付。

⑮ 2013 年 12 月 12 日，微信接入电影票。

⑯ 2013 年 12 月 20 日，微信 5.1 版本发布，群上限人数达到 100 人。

⑰ 2014 年 1 月 6 日，微信接入滴滴打车。

⑱ 2014 年 1 月 26 日，微信 5.2 版本发布，银行卡接入生活服务。

⑲ 2014 年 2 月 19 日，微信接入大众点评，推出“今日美食”。

⑳ 2014 年 3 月 10 日，微信接入京东手机商城。

㉑ 2014 年 9 月 30 日，微信正式更新 6.0 版本，增加“小视频”功能和卡包功能，对游戏中心进行改版，改进游戏推送方式。

从微信诞生起，它就在不停地改进，2011 年一共发布了 45 个不同终端的版本，平均 1.15 周一个。2011 年 8 月以后逐渐甩开国内对手，同年年底成为同类型 APP 的领头羊。2012 年到 2013 年年初，微信逐步发展为 SNS(Social Network Site 即“社交网站”或“社交网”) 平台。2013 年 8 月，微信升级到 5.0 版本，开始正式进军移动电商。

㉒ 2016 年 1 月 11 日，在广州举行的微信公开课 PRO 版活动上，“微信之父”张小龙现身，对微信公众平台的发展有了新的阐释。他说：“微信提供一个平台，让所有有才能的人都能利用这个平台去触达他的用户。这个有才能的人不是说只是互联网行业的人，而应该是各行各业的人。”这就突破了传统地域、时空对优秀资源的禁锢，让更多人有机会展示或接触心中愿望。张小龙表示，微信的本意“并不是要做一个只是传播内容的平台，而是要做一个提供服务的平台”，他们的团队会继续改进服务应用，通过和第三方合作延伸微信的功能。

微信的发展从模仿入手，逐步做得比原创产品在某些核心功能上更突出，做到了极致便成了自己的风格，是“中国创造”的成功范例。微信团队和母品牌腾讯公司为微信的进一步发展提供了持久的续航能力。微信提供的服务和平台为人们提供便捷，为机会的种子提供了土壤，是当今广为认可和追捧的生活方式。

1.3 “互联网 + 教育”

“互联网+”最早是腾讯总裁马化腾在一次会议上提出的。2015年在“两会”上，李克强总理向全球抛出这一概念。通俗来说，“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”，这是利用信息通信技术以及互联网平台，让互联网与传统行业进行深度融合，创造新的发展生态。“互联网+通信”就是即时通信，如微信、QQ；“互联网+零售”就是电子商务，如淘宝、京东。同理，“互联网+教育”包括把教育搬到线上完成信息数据化，也有新时代特点。简单地说，一张网、一个移动终端，数不清的学生，学校任意挑、老师随意选，如网易公开课、腾讯课堂等。

因材施教是无数教育家总结出的经验，是教育的内涵和规律，互联网教育更应该天然地支持个性化。“互联网+教育”不再有年级的概念，任何人都可以随时切入和跳出。固然可以有一条推荐的主线，但根本上用户完全按需学习，而且学习的内容完整，表现形式丰富，教学管理规范，还有实时在线讨论、测试反馈、学习方法的交流等方式可以融入其中。

1.3.1 互联网时代的学校

学校是知识传播的重要场所，有家庭教育不能取代的特殊优势。好学校意味着学生获得知识的效率更高，学生全面成长的环境更健全。家长们的普遍思维是：好学校意味着好老师，好老师等于好成绩，好成绩通向更好的高等学府，然后是好工作、好收入、好前程。期间环环相扣，出不得半点差池，否则就是拿孩子的一生开玩笑，代价可能是一世的幸福。好学校是稀缺资源，入学名额有限，所以，名校周边房价只有更高，没有最高。

“互联网+学校”把名校资源与网络链接，实现信息化、公开化，教育资源匮乏的问题得到缓解，增加了教育机会。同一个城市的教学资源得到共享，不同城市或者国家的教育资源实现交流，名校将人人可上。无论是哈佛大学的课程，还是一线科研的成果；无论是视频教学，还是线上答疑、讨论；无论是身处著名的大学城，还是在偏远的小山沟，都能依靠互联网的力量学习。“互联网+教育”，让学习由“套餐”变成了“自助餐”，因材施教变成了现实。

美国宾夕法尼亚州从小学到高中都建立了在线学校，选择参加在线学习的学生，可以免费获得州政府配发的一台笔记本电脑、一台打印机和扫描仪，作为学习的工具。这是因为他放弃了公立学校的学位，节省了公共教育的开支。宾夕法尼亚州的在线学校 Cyber School 已经招收了几千名中小学生。

2010年11月1日，中国门户网站网易推出“全球名校视频公开课项目”，公开课视频来自于哈佛大学、牛津大学、耶鲁大学等世界知名学府，首批上线课程达1200集。2012年，网易加入OCW国际开发课件联盟，并共享其在全球200多所名校的所有高清课程资源。网易的口号略显通俗但却令人振奋：“贫二代也有春天。”

2012年5月初，哈佛大学与麻省理工学院共同宣布，将投入6000万美元，开发一个在线教育平台。届时，不仅两个学校的授课过程免费向全世界开放，这个平台本身也以开源的形式，向其他大学和教育机构免费开放。类似的在线教育公司有Coursera、Udacity、edX等，他们如雨后春笋般冒出。普林斯顿大学、加州大学伯克利分校、宾夕法尼亚大学等知名学府都在宣布加盟在线教育，逐步向全世界开放自己的课程。

互联网时代的学校更加立体，包括传统学校，也包含个人辅导学校和培训学校。2004年，萨尔曼·可汗为了给表弟、表妹辅导数学，在YouTube网站上传自己制作的教学视频，拥有了数十万观众，从此，一发而不可收拾。2009年，可汗辞职成立可汗学院，最初的想法是“让地球上任何人都能随时随地享受世界一流的免费教育”，他一个人成就了YouTube上4800段教学视频，至今已有3.55亿观看次数的“可汗学院频道”。在萨尔曼·可汗众多的明星粉丝中，比尔·盖茨是对他意义最为重大的一个。盖茨基金会为可汗学院提供550万美元的资助，用于扩大可汗学院的规模，协助他制作更好的教学资源。如今，可汗教学视频被翻译成了十几种语言，覆盖了

从幼儿园到高中的所有教学科目。

新东方创始人俞敏洪在《互联网思维——独孤九剑》的序中说：“2013年，是新东方成立20周年。在周年庆典上，所有人都在庆祝，而我却陷入焦虑和痛苦之中，因为我知道，用20年时间发展起来的新东方，未来20年，路真是不好走。过去的成功跟未来的成功没有多大的关系。所以庆典当晚，我就把新东方的前150个管理干部拉到北京郊区，封闭整整4天，讨论未来20年的发展思路，思考如何重构新东方的商业模式，更换新东方的基因，以实现拥抱互联网的转型和升级。更换基因这个坎过不去，基本上就要死。不是增长还是不增长，而是生存还是死亡。能不能拥抱互联网成了生死问题。”

2014年1月12日新东方公布的最新财报中，出现了有关互联网的战略，包括线上线下结合O2O（Online to Offline 在线离线/线上到线下）和纯线上学习产品。按照俞敏洪自己的话来说：“宁可在改革的路上死掉，也不愿死在原来成功的基因里。”

学校与互联网的结合实现资源公开，满足了社会对优质教育资源的渴求，是公平教育的有效途径，是对互联网时代的积极响应。这种形式帮助更多的孩子和求知的人超越时空的束缚，获取成长；当他们的成长反哺社会时，我们的社会会更加美好。

1.3.2 互联网时代的教师

在互联网时代，教师不再是知识的唯一来源，只要接入互联网，海量知识就会扑面而来。那种“传声筒型”和“复读机型”的教师会越来越无法赢得学生的信任和青睐，教师需要与时俱进，深入学习，提高能力。

教师应主动面对新技术而非消极逃避，顺应时代、终身学习是教育生活的应有执念。“互联网+教育”涉及通信技术、计算机技术、网络技术等方面，强调线上线下相结合。教师在实践中需要调试和重组，与互联网等新技术结合，实现教学新思路和新体验。新时代要求教师将技术无缝地“编织”进教学，利用教学过程中的动态数据分析，实现教学优化。教师积极掌握微课、MOOC、翻转课堂、移动公开课等授课形式。教师可以尝试用社交网络、在线平台、移动工具为教育教学搭建平台，开展混合式教学；同时，利用互联网的丰富性，开辟专业发展渠道，建立起以个人成长目标为中心的专业发展圈，实现自我的终身学习，使自己拥有源源不断的力量