



中国营销科学研究院强力推荐
国际营销大师科特勒教授专文作序

教育策划

JIAOYUCEHUA

陈放 唐建 聂德彬 / 编著

经济潮冲破学校围墙
象牙塔也在走向市场
如何打造名校名师名专业

K
营销模式

蓝天出版社



中国营销科学研究院强力推荐

国际营销大师科特勒教授专文作序

教育策划

JIAOYUCEHUA

陈放 唐建 聂德彬 / 编著

经济潮冲破学校围墙
象牙塔也在走向市场
如何打造名校名师名专业

蓝天出版社

图书在版编目(CIP)数据

教育策划 / 陈放, 唐建, 聂德彬编著.
—北京: 蓝天出版社, 2005.5
ISBN 7-80158-669-7

I. 教... II. ①陈... ②唐... ③聂... III. 教育
计划 IV. G510

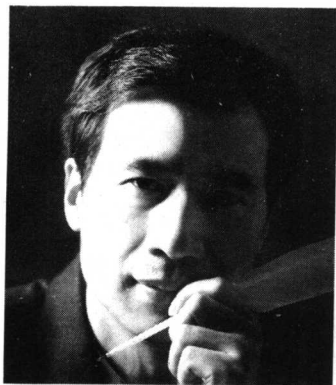
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 040700 号

出版发行: 蓝天出版社
地 址: (北京复兴路 14 号)
邮 编: 100843
发行热线: 66983715
经 销: 新华书店
印 刷: 北京鑫丰华彩印有限公司
开 本: 16 开 (787 × 1092) 毫米
字 数: 261 千字
印 张: 16.25
印 数: 1—8000 册
版 次: 2005 年 5 月第 1 版
印 次: 2005 年 5 月北京第 1 次印刷

定 价: 29.60 元



K 营销模式



营销是什么？

营销是满足客户需求并为其创造价值的学问，是平衡社会需求的学问，是一门颇具挑战性、实践性的学问，用中国俗语则是“买卖东西”的学问。在营销中，一切皆有可能，一切也都是正常的：刀光剑影、美酒咖啡、成功与失败、鲜花与泪水……营销人起得早，睡得迟，仿佛是台“永动机”不知疲倦地转动着。为了风雨过后那道亮丽的彩虹，营销就像一个谜似的吸引着营销人十几年如一日地坚持奋斗。

也许没有哪一门科学像市场营销学那样来得多变量、多结构、多复杂、非线性、博弈性。一切政治的、文化的、人本的、情感的、技术的、价值的等因素都会成为市场营销的变量因素。市场营销学同时也是一门与其他学科相互影响、相互交叉的学科，现代科学方法论在其中日益显现出巨大的应用魅力。同样的产品、同样的市场、同样的投入，营销模式不一样其结果就会大相径庭：产品价值、通路、分销、服务等作为常态的情况下，方式、方法、策略的“竞争”就显得越来越重要。在拥有众多文化遗产的中国，市场营销理论特别是代表着全球营销走向的美国营销理论也必然会“入乡随俗”，结合中国的国情，创造出具有中国特色的市场营销理论。

K 营销模式是什么？

K 营销模式是北京创意营销策划有限公司（原合德利策划有限公司）及其顾问专家团在近几年的营销策划实战中，依据中国市场的实际及最为“鲜活”的现代科学方法总结出来的，具有中国性、野战性、应用性、交叉性、复合性的一套营销模式。它包括诸如反策划营销、根据地营销、非线性营销、营销幂营销、全天候营销、品牌幂营销、交流电营销、加速度营销、纳米营销、核智能营销、反向营销、自组织营销、黑箱营销、白箱营销、品牌打造技术、全方位映射营销、时间式营销、非对和营销等几十种营销模式。而诸如反策划营销、核智能营销、交流电营销、品牌打造技术等，

创意村已经建立起了一整套完整的流水线技术。

以下养料浇灌了K营销模式：一是客户与市场，是客户给我们提供了许许多多的机会，是市场教会了我们许多课堂上学不到的知识。二是众多的学长、师友，如科特勒教授、李颖生、曹虎、徐源、张健、韩家平诸先生……以及其他企业的同行朋友们的观点。三是现代科学方法论，这是我们赖以构架及总结的利器。三人行必有我师，三物行必有我思！

运用K营销模式，我们曾经创造了一个又一个奇迹：第一个创意把广告做到珠峰之巅、宇宙飞船及莫斯科红场；成功策划并运作世界上第一个国际营销节，与科特勒一起点燃了第一把“世界商业圣火——营销圣火”，筹建第一个“世界财富公园——国际营销博物馆”。“新奥运、新北京”万里行活动留下了我们忙碌的身影；SARS肆虐的日子，我们策划了世界上第一个“中国国际健康节”。长江三峡、千年庆典、南水北调、联合国大庆、韩国亚运会、2008年奥运吉祥物等重大活动也都有我们付出的艰辛和汗水……我们的足迹遍布祖国的大江南北。

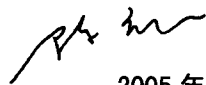
特别值得提及的是我们在十几年的策划实战中，一边在前线枪林弹雨中冲锋，一边在进行理论科学的研究，在用现代科学方法论挖掘中国文化传统——策划科学方面我们做了大量独创性的工作。构建了中国策划科学框架，独创性地提出了策划4b、8b、9j流程，反策划、核策划、暗策划、白策划、非线性策划、纳米策划、作局策划等一连串崭新的策划技术，引起了世界的共鸣！

我们相信，中国特色的策划功夫是世界文化瑰宝，一定能走向世界！

K营销模式不是静态的，它仍然在实践中充实提炼。可以想象只要有一种模式对某一个城市、某一个企业的营销有所裨益，这将是对我们辛勤工作的最好回报。

天下营销是一家，让该营销的产品都营销起来，让全世界营销人营销起来！

K营销模式欢迎所有的朋友共同探索、共同交流！



2005年3月



国际营销大师 科特勒教授专文推介

每次来中国,都会看到中国经济发展的新面貌,令人为之欢欣,为之鼓舞。

营销是关于客户与利润的科学,满足了客户才有利润可言。中国企业要持续不断地盈利、发展,就须有长远的营销战略。面对当今流通领域全面整合与提升的趋势,面对前所未有的竞争态势,企业必须发展自己的核心竞争能力,以应对国内、国际市场。这需要有一定的战略支持这一发展方向,这就是诚信战略。没有诚信,就没有客户和利润,只有破产。

中国经济在全球化市场中有相当的优势,比如非常强大的资本力量、制造优势、强大的人力资源、非常大的市场容量及和平稳定的政治环境。对企业来讲,当生产力发展到一定程度时,质量已不再是问题,问题是市场的细化和差异化营销。对市场有效地细分,对产品进行差别化定位,从功能到外观设计以及情感上的认同等等,都是营销市场中的问题的核心。通过产品差别化实现品牌异化,有效地占领市场,这一点中国的海尔在美国市场上做得非常出色!

中国历史上曾经有过很多伟大的战略家,尤其是军事战略家。现在,中国的营销市场同样呼唤商业战略家的诞生。从完整的商业计划书到具体的市场调研、目标客户行为档案、营销策略、价格策略及广告策略等等,整个系统都需要有战略家用战略思维来掌控。优秀的战略家往往是从客户的一次性交易中看到更多次的终身交易。

另外,我必须提及的是中国企业在营销过程中的不良现象:一是希望迅速复制别人的产品以求短期盈利;二是总喜欢进入一个新行业、新市场,这两大爱好终会导致企业短期盈利与长期发展不协调而短命;还有一个严重问题是盲目的、无限制的多元化发展,这势必在每个领域里都会遇到非常专业化的跨国公司的竞争。众所

周知,摩托罗拉公司既不做电视,也不做房地产、保险等业务,而是专注于通讯产品。中国企业需要更多地投入到产品创新中去。

营销,不仅是一个企业或一个企业部门的事情,从大处说是一种文化,一种观念,是整个国家、社会、城市群体的营销,从小处讲是整个企业的营销。它必须用团队的方式才能顺利完成营销目标。

我很欣慰地看到中国企业的营销正在一步步专业化、团队化,并在兼容并蓄中走向成熟化、本土化。摆在我们面前的这套营销丛书,正是中国企业营销原汁原味的文化再现,它集结了中国当前营销人的现代理念与营销实践。丛书的作者,我的中国朋友努力地尝试着把他们在营销大潮中的体验与收获与大家分享,我想每一位读者在读到此书时都会幸运地感受到中国企业营销的前沿风暴。与大家一起分享智慧是一件很快乐的事情,所以我向大家推荐这套丛书。

最后,我坚信营销为世界创造繁荣与昌盛,为经济繁荣提供强有力的支撑。营销就是关于客户和利润的科学。

A handwritten signature in black ink, reading "Martin Keller". The signature is fluid and cursive, with the first name "Martin" and last name "Keller" clearly distinguishable.

2005年3月

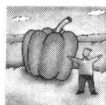
目 录

第一章 中国网络教育策划



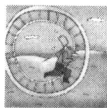
1. 21 世纪教育发展的主流——网络教育 2
2. 中国网络教育时代的到来 4
3. 网络教学是怎样进行的 7
4. 怎样办一所成功的网校 10
5. 从“清华教育在线”看网络教育支撑平台的研究与设计 12
6. 国外成功网络教育案例——法国国家远程教育中心远程接待系统 14

第二章 新东方传奇——中国民办教育的传奇



1. 中国民办教育“艰辛”的成长历程 18
2. 民办教育的成功与困惑 19
3. 新东方传奇 20
4. 新东方的成功之道 23
5. 新东方何去何从 25

第三章 公司大学策划



1. 公司大学的问世 28
2. 公司大学崛起的秘密 29
3. 来自公司大学的挑战 30
4. 公司大学优势何在 31
5. 产学研结合的国外公司大学 32
6. 摩托罗拉大学的成功案例 34

第四章 一只巨大的蛋糕——中国教育出版策划



1. 中国教育出版大发展面临的问题 38
2. 教育出版的新时代 40
3. 面对竞争教育出版如何应战 43

4. 引领教育出版潮流——中国高等教育出版社的启示	46
---------------------------------	----

第五章 夏令营策划



1. 夏令营——一个教育产业的兴起	50
2. 组织管理与安全是夏令营活动的关键	51
3. 教你搞个夏令营——东方心理夏令营的案例	53

第六章 风雨兼程“万里路”



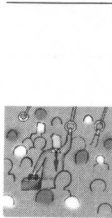
1. 东海之滨有个“万里学校”	61
2. 万里学校成绩	62
3. 万里学校的特色	64
4. 万里学校的精神	69

第七章 大学合并策划



1. 大学合并浪潮的兴起与趋势	78
2. 大学的合并过程包括如下几种生长方式	80
3. 并校过程中的微观经济分析	83

第八章 高等教育策划



1. 缘起	88
2. 教育营销概念提出的背景	88
3. 教育营销的概念	92
4. 教育营销战略的具体实施	94
5. 教育营销战略的配套管理——运作管理和人力资源管理	97

第九章 职业高等教育策划——借鉴和比较其他地区的职业高等教育



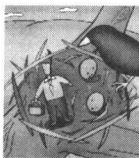
1. 发达国家的高等职业教育	100
2. 走在改革路上的韩国职业技术教育	102
3. 日本重新塑造职业技术教育	105
4. 台湾省职业技术教育的改革	111

第十章 金色摇篮

1. 别具一格的定位 116
2. 传奇博士园长——程跃 117
3. 创新 创新 创新 119

第十一章 民办教育策划

1. 好大一块蛋糕 124
2. 吹尽狂沙始到金 126
3. 走过去, 前面是春天 130

第十二章 千年铸一剑——南洋教育集团

1. 南洋教育集团简介 140
2. 发展模式 141
3. 南洋教学模式 142
4. 教育追求 143
5. 发展战略 144
6. 南洋管理 146
7. 南洋文化 148

第十三章 网络时代的教育电视策划

1. 呼之欲出的教育电视产业 152
2. 巨大的产业优势 153
3. 何谓教育电视策划 156
4. 教育电视策划的意义 156
5. 教育电视策划的主要内容 158
6. 教育电视策划的原则与实施步骤 159
7. 教育电视策划的机制和人才 161

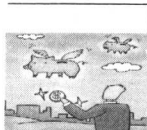
第十四章 “学习咨询”策划实务

1. 什么是学习咨询 164



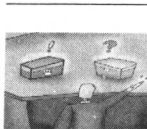
2. 学习咨询的服务理念 165
3. 咨询模式或技术系统(以 IETS 个性化系统为例) 165

第十五章 职业教育办学案例分析



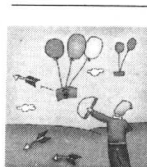
1. 株洲职业技术学院模块实训法 184
2. 济南铁道职业技术学院教学管理制度改革 186
3. “万里”模式 189

第十六章 MBA 营销策划



1. MBA 缘起 198
2. MBA 现实 201
3. 民办 MBA 的经典案例 209

第十七章 大学城——作大作强的新式企业



1. 大学城是怎么一回事 212
2. 大学城综观 214
3. 大学城营销案例分析 217
4. 大学城前景展望 221

第十八章 考研市场营销



1. 考研班的效益有多大 224
2. 办班经验谈 225
3. 经典案例分析 232
4. 办班细节种种 234

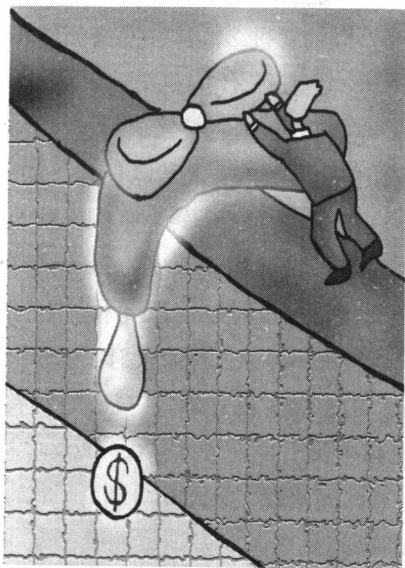
第十九章 留学中介策划



1. 留学——大势所趋 238
2. 留学中介——新兴的行业 240
3. 固守与发展——留学中介的现状 245

第一章

中国网络教育策划



◆20 世纪上清华、北大,甚至去美国留学.....

◆21 世纪一网学天下,上网也是一种学习,
网络大学是一座更大的大学。



21 世纪教育发展的主流——网络教育

1. 今天你上网了吗？——迎接网络新时代

当新世纪的钟声敲响时,以计算机多媒体和网络为核心的电子信息通信技术已经成为最富有活力、发展最迅速、影响最广泛的科学技术领域之一。在 20 世纪的最后 10 年,互联网(Internet)和多媒体(Multimedia)技术取得了惊人的发展。世界各国都把发展信息技术作为新世纪经济和社会发展的重大战略任务,加快信息技术产业的发展,以抢占知识经济发展的制高点,力争成为新一轮竞争的优胜者。美国自 20 世纪 80 年代以来进行的以信息化为重点的经济结构改革成为 20 世纪 90 年代经济持续增长的重要原因;欧盟、日本也相继提出在新世纪以信息技术立国的政策;印度经过多年努力,终于实现了软件产业的快速发展。美国克林顿政府于 1993 年 9 月正式提出建设“国家信息基础设施”,俗称“信息高速公路”的计划,其核心是发展以互联网为核心的综合化信息服务体系和推进信息技术(Information Technology,简称 IT)在社会各领域的广泛应用。美国在第一代互联网的基础上又开始研制第二代以及第三代互联网。美国的这一举动引起世界各国的广泛反应,许多国家相继制定了推进本国信息化的计划。1998 年美国克林顿政府发表“互联网宣言”:实现五项新目标,完善“全球信息基础设施”的建设。

在世纪之交,全球互联网上网人数已达 3 亿,比 1994 年的 300 万整整扩大了 100 倍;网页达 30 亿页,而且还在以每天 300 万页的速度增加。今天,网络正以前所未有的速度接近我们,使我们不得不积极行动起来,应对网络时代的挑战。

2. 什么是网络教育

所谓网络教育指的是在网络环境下,以现代教育思想和学习理论为指导,充分发挥网络的各种教育功能和丰富的网络教育资源优势,向教育者和学习者提供一种网络教和学的环境,传递数字化内容,开展以学习者为中心的非面授教育活动。

在这里有必要澄清两个概念:远程教育和网络教育。人们常常把它们看作同一种概念。应该说,远程教育的范畴相对更广,它包括广播、电视、函授、自考、电脑网络等教学形式。它的起步比网络教育要早得多。我国早在 20 世纪 50 年代就已经开始远程教育,培养了大批人才。而利用电脑网络技术进行的网络教育是远程教育的一种新形式,又称现代远程教育。网络教育虽然起步较晚,但因其手段更为先进,优势明显,大有后来者居上的态势。现在网络教育已经成为时代的热门问题。打开任何一个搜索引擎,查询远程教育或网络教育,都会得到差不多相似的结果。以 www.google.com 上的搜索结果为例,“远程教育”有大约 144000 项,“网络教育”有大约 64900 项,“远程教育学院”的查询结果是大约 3810 项,“网络教育学院”的查询结果是 11700 项。这么庞大的数据说明网络远程教育发展速度之快,势头之猛。目前,国内知名高校几乎都已涉足网络远程教育,如北京大学、清华大学、复旦大学、北京外国语大学。另外,在名校与名校之间,内地高校与香港高校之间,国内知名大学与国外高校之间,开始了网络远程教育工作,实现了真正意义上的跨校、跨区、跨国之间的远程教育。

3. 网络教育有什么特点与发展趋势

网络教育与传统教育形式有较大不同。自古以来,教与学的活动都是在同一场合内面对面地进行。网络教育则打破了这一传统的模式,创建了虚拟空间的教学方式,为教与学以及课余讨论提供了一个虚拟的空间,摆脱了“同一地点内教与学”的束缚,这是教学方式的一次重大革命。

网络教育的最大优点在于,人们可以共享网络上最好的教师和课程,不受时空限制,受教育者也可不受地域、年龄、作息时间、年龄等限制,可以因时、因地、因人而异。网络教育通过现代化、多元化的教育手段,运用多媒体形式来传递文本、图形、声音、动画及视频信息传播的知识,将真实世界与虚拟现实相结合,具有投资少、覆盖面广、效率高等明显优势。

网络教育是 20 世纪 80 年代以来国际教育发展的共同趋势,到目前为止,世界上已有 100 多个国家开展了网络教育。全球对高等教育的需求正在大幅上升,大学生是未来使用网络最多的人群。可以预见,未来大学课程将全部网络化。网络教育的作用是传统教育所不可替代的。世界经合组织的研究表明,从 1995 年至 2004 年,世界网络教育的市场规模每年将以 45% 的速度飞速增长。

4. 世界网络教育时代已经来了

互联网的飞速发展不仅改变着人们的工作和生活方式,同时正在改变教育和学习

方式。网络极大地拓展了教育的时空界限,空前地提高了人们学习的兴趣、效率和主动性,已经成为开发人类能力的创造性工具。世界各国已经开始把培养学生掌握和应用信息技术的能力作为与读、写、算同样重要的基础能力。信息能力或信息素养已经成为知识经济时代人类的基础素养。美国克林顿总统在国情咨文中明确提出,美国公民 8 岁应会读写,12 岁应能上网,18 岁接受高等教育,成年后接受继续教育。据调查,75% 的美国大学将提供网络教育,5800 万学生愿意接受网上教学。风险投资开始不断涌入凤凰大学等虚拟大学以及各类教育网站;哥伦比亚大学、斯坦福大学和杜克大学等也纷纷开设了网络课程。在总值 2400 亿美元的美国高等教育市场,网上教育机构已经开始扩大份额,目前已达 3.5 亿美元。2003 年,这一份额将扩大到 20 亿美元。与此同时,美国从 1996 年开始全面推进基础教育信息化,截至 2000 年 6 月,已有 95% 的中小学和 72% 的教室接通了互联网;平均每 5 名学生拥有一台计算机,基本完成了教育信息基础设施建设。英国计划到 2002 年,每 4 名在校学生要有一台计算机。欧盟国家和日本、新加坡等国在 2003 年前后也将完成教育信息基础设施建设。网络教育的组织实施,使信息生产、传播和应用日新月异地高速发展。教育科学、心理科学和网络技术的综合和相互渗透,已经成为教育发展和改革的强大动力;传统校园面授教与学的模式正在酝酿重大的变革,教育面临着有史以来最为深刻的变革。这一切标志着世界网络教育时代已经到来。



中国网络教育时代的到来

1. 网络教育登陆中国

1996 年,网络教育在中国悄悄登陆。清华大学等高校自 1996 年起在国际、国内大环境、大气候的影响下提出要开展双向交互式远程教育。世纪之交的国际社会面对新一轮信息技术革命。知识经济的来临使知识创新和人力资源开发、人才培养意义更加突现,21 世纪将实现全民终生教育的世纪。至于国内,中国作为最大的发展中国家,同时面临着工业化和信息革命(知识经济)的双重历史任务,使 21 世纪上半叶成为中国现代化进程中的重要历史时期。国际国内环境都要求中国教育界抓住机遇,迎接挑战,加

快发展网络教育。最先在中国引进并应用计算机网络技术的是教育科研部门。1993年底,中国科学院网络、清华大学校园网和北京大学校园网分别建成,并于1994年正式接入互联网。1996年2月,清华大学校长王大中教授提出在清华大学开展网络教育的设想。同年,清华大学通过了远程教育的实施方案并开始筹建远程教育系统网络。

2. 中国网络教育在高教系统中的迅速发展

1998年5月,江泽民主席在庆祝北京大学百年校庆大会上的讲话指出:“当今世界,科学技术突飞猛进,知识经济已见端倪,国力竞争日趋激烈。”校庆期间,北京大学举办了全球和中国著名大学校长高等教育论坛:“21世纪的大学”。北京大学校长陈佳洱和清华大学校长王大中发表的论文题目分别为“信息社会的使命和作用”和“知识经济时代的开放式大学”。1998年7月10日,李岚清副总理对教育部致国务院的《关于报请批转〈关于发展我国现代远程教育的意见〉的请示》作了如下批示:“远程教育是利用现代信息技术,发展高素质教育的一种教育方式,是一件很大的事。我们应作为一项重大工程来研究实施。”1998年9月,教育部决定投资4亿元作为发展现代远程教育的启动资金,并指定清华大学、浙江大学、北京邮电大学、湖南大学4所高校进行现代远程教育试点。1999年1月13日,经过国家科技教育领导小组审定,国务院批转了教育部制订的《面向21世纪教育振兴行动计划》,明确地提出了实施“现代远程教育工程”,形成开放式教育网络,构建终身学习体系的任务。1999年6月,中共中央和国务院召开的第三次全国教育工作会议上公布了《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》,明确指出:“大力提高教育技术手段的现代化水平和教育信息化程度。国家支持建设以中国教育科研网和卫星视频系统为基础的现代远程教育网络,加强经济实用型终端平台系统和校园网络或局域网络的建设。”1999年6月15日,江泽民也在第三次全国教育工作会议上的讲话中指出:“要以远程教育网络为依托,形成覆盖全国城乡的开放教育系统,为各类社会成员提供多层次、多样化的教育服务。中华民族具有崇尚教育的优良传统,21世纪的中国应该成为人人皆学之邦。”从1999年到2000年初,教育部又批准北京大学和中央广播电视大学等学校进行现代远程教育试点。2000年4月,教育部在湖南大学召开现代远程教育经验交流会,决定利用国家信息技术发展迅速和信息基础设施建设加快的大好形势,扩大规模,在20所重点普通高校建立网络教育学院,依托重点普通高等学校的人才、技术、专业和资源等优势实现现代远程教育的高起点、跨越式发展,扩大高等教育规模。2000年7月,教育部批准开展现代远程教育试点的高等院校数量增至31所,并且在清华大学召开了高等学校远程教育协

作组第一次工作会议。同期,教育部启动了新世纪网络课程建设工程,在两年之内,重点规划建设 300 门基础性的网络课程,并以网络课程建设带动课件库的建设,以课件库的建设推动网络课程的建设。

3. 网络教育在中国教育系统中的全面推进

不仅在高等教育领域,我国的中小学中也已开始了网络教育建设的进程。从 20 世纪 80 年代中期以来,我国中小学信息技术教育有了长足的发展。据 1999 年底的不完全统计,全国中小学开展信息技术教育的学校近 6 万所,每年接受信息技术教育的学生近 3000 万人;拥有计算机 165 万台,计算机教室近 10 万个,建立校园网的学校近 3000 所。自 90 年代中期起,许多城市的重点中小学开始建立网校,让全社会分享其教育资源。较早创办的有北京 101 中学(1996 年 9 月)和北京五中(1997 年 4 月)的网站和网校,陆续又有北京四中、实验中学、育才学校、师大附中和北大附中等重点中学分别上网。同期,全国各地重点中学包括重点小学纷纷开设网站。2000 年 10 月,教育部召开了全国中小学信息技术教育工作会议,研究并部署在中小学加快普及信息技术教育,努力实现我国基础教育信息化和跨越式发展。

4. 中国网络教育时代已经来临

中国在 20 世纪 90 年代末兴起的这一跨世纪现代网络教育热潮不仅仅限于高等教育界,而且影响广及产业界和全社会。我国各个经济部门和产业界也纷纷投资现代远程教育。卫生部为了开展全国医疗卫生系统的在职远程教育和培训以及远程医疗,与航天总公司合作筹建“中国卫星卫生科技教育网”(简称双卫网)。同时,由产业界支持和资助的各种教育信息网站和网络课程、网络学校发展势头迅猛。在中国加入世贸组织的背景下,境外的院校和企业也纷纷介入来争夺中国网络教育的市场。例如,全球最大的网络通信设备生产商思科(CISCO),继 1998 年 9 月在上海复旦大学设立思科公司在中国的第一所网络学院以后,又与中国教育科研网专家委员会下属的 10 所普通高校携手合作,在清华大学、北京大学、北京邮电大学、上海交通大学、华南理工大学、东北大学、西安交通大学、华中理工大学、东南大学、电子科技大学等中国知名高等学府建立了 10 所网络学院。在中国提出西部大开发战略后,思科公司将与中国西部地区的高等院校合作再捐资建立 30 所思科网络学院。另外,奥兹教育网络系统有限公司是加拿大纳斯达克上市公司字源集团在中国北京设立的独资公司,于 1999 年与中央电大继续教育学院签约共同开发建设“中央电大奥兹网上课堂”,提供远程在线继续教育。

世纪之交,我国正在制订的《国民经济和社会发展第十个五年计划》确立了加快国