

---

# 互联网时代的创新管理

## (课程方案)

### 一、课程主讲

周一帆

### 二、课程对象

中高层管理人员

### 三、课程特点

授课形式：理论讲解+案例分析+案例实战+互动答疑；突出理论特点，注重知识理解、案例分析与实战体验，其中理论讲解 50%，案例分析 25%，实战体验 20%，互动答疑 5%。

### 四、时间安排

系统学习 1 天 (6 小时)

### 五、课程收益

- 1、学习了解中国以及世界互联网的发展趋势与主流的创新模式；
- 2、把握移动互联网的发展趋势，熟悉主流移动互联网企业的创新布局；
- 3、探讨研究分享腾讯互联网创新战略及用户思维。
- 4、了解新媒体及微信创新思路。

### 六、课程大纲

#### 一、 基于社会属性成长的互动娱乐帝国

- 1、 新生代人群解读
  - A、 深度自我的新生代
  - B、 若即若离的社交

- 
- C、我为中心的娱乐
  - 2、腾讯的发展历程看中国的互联网
    - A、腾讯发展的3个阶段
    - B、腾讯的内部产品结构
    - C、腾讯的娱乐发展趋势
  - 3、价值观分散化时代特征
    - A、IP分散化
    - B、小众品牌的崛起
    - C、原生广告的变化
  - 4、网红经济产生原因和发展趋势
    - A、网红经济出现的时代背景
    - B、网红经济的商业变现
    - C、网红经济的发展趋势
  - 5、二次元与影视娱乐
    - A、短视频的爆发
    - B、影视头部内容的价值
    - C、腾讯的IP战略

## 二、 腾讯在未来互联网领域的创新与布局

- 1、互联网的入口之争
- 2、互联网的内容之争
- 3、移动互联网的门票之争
- 4、腾讯在语音识别、智能音箱、移动医疗领域的创新

---

### 三、 互联网思维

- 1、 用户思维
- 2、 流量思维
- 3、 迭代思维
- 4、 社会化思维
- 5、 免费思维
- 6、 平台思维
- 7、 跨界思维
- 8、 大数据思维
- 9、 极致思维

### 四、 微信的发展趋势与创新

- 1、 微信小程序与新零售
- 2、 微信在金融领域的创新布局-微粒贷
- 3、 微信在搜索领域的创新发展
- 4、 微信支付在保险、移动支付、证券领域的创新思路

### 七、 课程总结与回顾