

中国B2B2C在线教育平台用户课程购买意愿的影响因素研究 中英双语



作者：王绍峰著

出版社：杭州：浙江大学出版社

出版日期：2021.12

总页数：276

介绍：在国家大力推进信息产业和数字经济发展的背景下，立足于国内外在线教育和知识付费行业快速发展的现状，本书先梳理了中国在线教育平台的发展脉络和商业模式，发现在线课程成为在线教育平台的主要收入来源，开展在线教育平台用户课程购买意愿影响因素的探讨有着重要的意义。针对在线课程购买意愿低的问题，通过调研大量相关文献提炼了影响在线课程购买意愿的相关因素，基于感知价值理论、技术接受模型并结合当前的研究情境引入了中介变量、调节变量（网络口碑）和多群组变量（复购历史），提出了中国B2B2C在线教育平台课程购买意愿影响因素模型，剖析了影响在线课程购买意愿的相关因素和各因素之间的作用关系，并对是否复购的异质性进行分组建模，得出不同购买历史的用户存在影响机理的差异。本书在数据分析的基础上还进行了相应的讨论并给出了对应的建议，如保证课程质量，提供口碑，根据用户的购买经验进行分组，使用人工智能为用户推荐在线课程；优化时间和空间自治功能，提高5G、虚拟现实和增强现实的用户体验；使用云服务和大数据技术降低课程价格，提供更多免费试用，以减少用户的感知风险。本书为深入剖析中国在线教育平台课程消费情景下在线课程购买意愿提供了系统的研究，融合多理论的预测模型和MGA多群组技术，为开展相关理论研究提供参考，丰富了本领域的理论研究和研究方法。为了同步国内外研究动态和文献语境，本书采用中英双语进行写作，也便于读者同步了解本领域的中英文表述。

说明：登录教客网（<https://www.jiaoke.com/book/detail/15028710.html>）查找全本阅读方式

中国B2B2C在线教育平台用户课程购买意愿的影响因素研究 中英双语 评论地址：
<https://www.jiaoke.com/book/detail/15028710.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaoke.com/book/detail/15028710.html>

书名：中国B2B2C在线教育平台用户课程购买意愿的影响因素研究 中英双语