**经济学院同等学力申请硕士学位论文写作信息采集表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 资格卡号 | 71040961 | | | 姓 名 | | 周福 | | |
| 所在地区 | 北京 | | | 申硕专业 | | 网络经济学 | | |
| 联系电话 | 15910991770 | | | 电子邮箱 | | 372221302@qq.com | | |
| 本科毕业院校 | 山东师范大学 | | | 本科专业 | | 信息科学与技术 | | |
| 工作单位 | 龙湖集团 | | | 职 务 | | 软件研发经理 | | |
| 个人简介和  工作经历 | 本人周福，1990出生，籍贯山东省烟台市，2009-2013年就读于山东师范大学。  2013年7月-2015年4月就职于东软集团，任职初级软件开发工程师；2015年4月-2016年12月，就职于中铁信集团，任职中级软件开发工程师；2016年12月-2019年4月，就职于京东物流集团，任职高级软件开发工程师；2019年4月-至今，就职于龙湖集团，任职软件开发经理。 | | | | | | | |
| 科研成果 | 是否  发表 | 填：否 | 是否  第一作者 | | 填：否 | | 发表  字数 |  |
| 发表文章题目 |  | | | | | | | |
| 发表文章刊物 | （刊物名称及刊号） | | | | | | | |
| 发表文章内容简介 |  | | | | | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| 拟定学位论文  写作方向 | 互联网营销对房地产企业增收的促进作用 |
| 拟定学位论文选题背景意义内容摘要 | 目前传统房地产企业在向消费者营销不动产时，通常在项目附近地推或者在案场实地对消费者进行营销。但是在社会经济高速发展、网络新基建快速建设以及新冠疫情等因素多重影响下，通过互联网的线上营销需求日益增加，部分房地产企业开始尝试互联网营销，增加小程序、公众号等在线渠道扩大影响，通过VR看房、视频验房等手段满足无法实地考察项目的消费者。本文通过分析销售数据中的互联网营销获客占比来反推其对房地产企业的实际促进作用。 |
| 拟定学位论文题目 | 互联网营销对房地产企业增收的促进作用  --基于国内房地产企业销售数据的实证分析 |
| 拟定学位论文提纲 | 第1章 绪论  1.1研究背景与意义  1.2文献综述  1.3理论基础  1.4研究思路与框架  1.5创新点与不足  第2章 房地产线上营销发展的规模、现状与发展模式  2.1房地产线上营销基础设施建设规模  2.2房地产线上营销从业规模与发展现状  2.3房地产线上营销的发展模式  2.4房地产线上营销发展的困难  第3章 房地产线上营销对企业增收的促进作用机制分析  3.1销售渠道畅通机制  3.2中间成本降低机制  3.3技术能力提高促进机制  3.4接受程度升级机制  第4章 房地产线上营销对企业增收促进作用的假设和数据实证分析  4.1定性分析与研究假设  4.2变量选取与模型设定  4.3数据、变量说明与描述性统计  4.4变量的相关性检验  4.5模型实证结果  4.6进一步研究：区域异质性  4.7实证分析的结论  第5章 结论  5.1基本结论  5.2未来展望  参考文献  致 谢 |
| 论文素材、数据及参考书目 | 《房地产项目YY广场网络营销策略研究》吴海建  《“互联网+”与房地产业创新 ——以房地产众筹为例》石从地  《互联网经济背景下万科地产公司的营销策略研究》罗毅 |

**注：1、请认真填写各项信息，根据学员相关情况和拟定论文方向，由院系统一分配指导老师。**

**2、论文答辩期限以成绩单里“考试日期”列中最后一个日期开始计时，一年半内必须完成（包括二答），期间只能选择一个时间节点答辩，逾期视为自动放弃答辩资格，学位申请无效，无法延期。**