

数智化视域下高职市场营销专业课程教学改革研究 ——以《商务数据分析与应用》为例

房晓宇

潍坊职业学院, 山东 潍坊 262100

DOI: 10.61369/ETR.2026070037

摘要：在数字经济快速发展的背景下，高职院校市场营销专业教学需要向数智化转型。本文以《商务数据分析与应用》课程为例，深入分析了当前教学中存在的课程定位模糊、内容滞后、方法单一、实训支撑不足、师资能力薄弱及评价方式片面等问题。在此基础上，从重构课程定位、优化教学内容、创新“思政引领、三阶递进”教学模式、完善实训条件、加强师资建设、改革评价体系六个方面，系统提出了课程改革的实施路径。改革强调以真实项目驱动，注重学生数据思维与实践能力的融合培养，旨在为高职院校同类课程的教学改革提供可操作的实践路径，提升人才培养与数字经济发展需求的适应性。

关键词：数智化；高职院校；市场营销；商务数据分析与应用；课程改革

Research on Teaching Reform of Marketing Curriculum in Higher Vocational Education from the Perspective of Digital Intelligence: A Case Study of "Business Data Analysis and Application"

Fang Xiaoyu

Weifang Vocational College, Weifang Shandong 262100

Abstract : Against the backdrop of the rapid development of the digital economy, the teaching of marketing majors in higher vocational colleges urgently needs to undergo a digital-intelligent transformation. Taking the course Business Data Analysis and Application as an example, this paper conducts an in-depth analysis of the existing problems in current teaching, such as ambiguous course positioning, outdated content, monotonous teaching methods, insufficient practical training support, weak faculty capabilities, and one-sided evaluation methods. On this basis, a systematic implementation path for course reform is proposed from six aspects: reconstructing course positioning, optimizing teaching content, innovating the "ideological and political guidance, three-stage progressive" teaching model, improving practical training conditions, strengthening faculty development, and reforming the evaluation system. The reform emphasizes real-project-driven learning and focuses on cultivating students' integrated abilities in data thinking and practical application. It aims to provide an actionable practical path for teaching reforms of similar courses in higher vocational colleges and to enhance the adaptability of talent cultivation to the demands of the digital economy.

Keywords : digital intelligence; higher vocational colleges; marketing; business data analysis and application; course reform

引言

当前，数字经济已成为推动我国经济高质量发展的重要引擎，各行业对掌握数据技能的复合型人才需求迫切。以市场营销领域为例，数据驱动的精准决策与智能化运营已成为企业竞争的关键。在这一背景下，国家政策层面亦明确引导职业教育加快数智化转型，如《中国教育现代化2035》强调信息技术与教育教学融合^[1]，《关于加强新时代高技能人才队伍建设的意见》提出加强数字技能培训，均为高职教学改革指明方向^[2]。

在当前高职教育中，市场营销专业肩负着为地方产业培养实用型技能人才的关键使命。但是，市场营销专业的课程体系和教学内

容,却在一定程度上滞后于行业实际发展。以《商务数据分析与应用》这类核心课程为例,普遍存在理论多于实践、内容陈旧、教学方法不够灵活等问题。因此,面对数字化、智能化的时代趋势,如何重新构建这门课的教学目标、内容与方法,让它真正联通课堂与行业、学理与实践,已成为高职市场营销专业教学改革中需要进行探索的重要问题。

一、《商务数据分析与应用》课程教学改革的迫切性

(一) 课程改革是对接国家职业教育数字化战略的必然要求

《职业教育提质培优行动计划(2020—2023年)》等系列政策文件,均明确要求推动信息技术与教育教学的深度融合,创新人才培养模式^[3]。市场营销专业的数智化转型,需要以核心课程改革为依托。而商务数据分析课程的改革,正是落实国家政策、推动专业整体适应当前的数字商业环境的重要突破口。

(二) 课程改革是适应区域产业对数字化营销人才的现实需求

随着区域产业的数字化转型,企业急需具备数据采集、处理、分析与可视化能力的营销人才。通过课程改革,强化实践教学,可以缩小校企之间关于学生能力不匹配的现状,提升学生的岗位胜任力与职业发展潜力。

(三) 课程改革是深化产教融合与推动教学模式转型的关键载体

商务数据分析课程,具有连接理论与企业实践的双重属性,教学改革能够推动校企在资源共享、师资培养等方面实现更深层次的合作。同时,借助项目化教学,能够使课堂重心正从知识传授转向能力培养。有助于调动学生的学习积极性,也能够在学习的过程中锻炼他们的协作能力、创新思维和解决实际问题的综合素养。

二、课程教学现状分析

(一) 课程定位模糊,与岗位需求脱节

当前课程的课程目标,往往笼统地表述为“掌握数据分析基本方法”等,定位较为模糊,与数字营销专员、新媒体运营等实际岗位的具体工作任务关联度不强。课程目标中,很少明确提及工具操作的熟练程度、业务场景的真实理解以及报告呈现的规范性要求等。导致教学的重点不够突出,学生学习方向也不够明确。

(二) 教学内容滞后于数智化营销实践

1. 知识体系更新缓慢

教材内容仍以传统市场调查数据的描述性统计为核心,对当前主流的电商平台数据分析、社交媒体舆情洞察、用户行为路径分析及数据可视化仪表盘制作等前沿内容涵盖不足,与行业实际应用存在明显代差。

2. 技能训练深度不足

教学侧重于 Excel 等通用工具的基础操作,而对营销数据分析中日益重要的 Python 数据获取与清洗、SQL 查询以及

PowerBI、Tableau 等专业可视化工具的教学内容较为薄弱,学生缺乏在真实复杂业务场景中完成端到端分析项目的系统训练。

(三) 教学方法仍以单向传授为主,学生参与度有限

目前,《商务数据分析与应用》的课堂教学多采用“教师演示、学生模仿”的模式,学生参与有限,较少接触来自真实商业场景的项目任务。这样的教学方式不利于培养学生主动分析数据、解决实际问题的思维。同时,也使得课程中的思政元素容易脱离专业内容,未能与数据分析案例、项目实践有机结合,难以自然融入教学整体。

(四) 教学资源与实训条件有待加强

1. 实训环境与企业真实情况脱节

目前,多数院校在上课、实训过程中,使用的是基础办公软件和教学版数据分析工具,缺少贴近企业实际的数据分析平台和电商模拟实训系统^[4]。学生平时接触的,多是已经经过整理加工的“标准教学数据”,很少有机会看到在企业的真实业务中,出现的复杂、不完整的数据集,难以培养学生们在实际工作中所需的数据处理能力。

2. 教师数字实践能力有待提升

授课教师普遍具备扎实的传统营销理论基础,但在使用前沿数据分析工具、积累企业实战经验上往往有所欠缺,对行业当下真实的数据应用场景也不够熟悉。导致多数院校开设的《商务数据分析与应用》课程的教学内容,非常容易与企业实际脱节,会影响教学的实用性和时效性^[5]。

(五) 考核评价方式片面,无法有效衡量综合能力

当前该门课程的考核形式,以“上机操作”为主,但内容局限于固定流程和模拟数据的机械重复。课程的评价标准,过度关注结果的正确性,缺乏对学生分析思路、业务理解、报告呈现等综合能力的系统评价。同时,课程的评价主体,当前仍以教师为主,缺少学生自评、互评及企业导师参与,评价结果的全面性与导向性有待提升。

三、数智化背景下《商务数据分析与应用》课程改革创新设计

(一) 重构课程定位,聚焦岗位核心能力

围绕“服务数字营销岗位需求、支撑专业数智化转型”的核心导向,确立课程“以营销决策为目标,以数据技能为核心,以职业素养为根基”的定位^[6]。通过调研区域企业,梳理典型岗位的数据分析任务,可以将教学目标细化为三个层次。基础技能,熟练掌握 Excel、SPSS 等工具的数据预处理与清洗能力;核心应用,能针对用户画像、产品销售、广告投放等场景开展数据分析

并形成决策建议；职业素养，具备数据伦理意识、团队协作与工匠精神。

（二）优化教学内容，构建“基础+前沿+思政”融合的内容模块

1. 调整内容结构，平衡理论与实操

依据“理论够用、实操为主”的原则，重构课程的教学内容体系。在教学过程中，保留数据分析基本原理的基础上，增加Python数据采集、电商平台分析、社交媒体洞察、数据可视化（PowerBI）等前沿实操模块^[7]，进行数据预处理、数据可视化等的技能训练，确保学生学会、能用、熟练。

2. 更新教学案例，融入前沿内容

在教学过程中，同步更新课程的教学案例库，可以将企业真实的“直播数据复盘”“用户消费行为分析”等案例引入课堂，并将数据合规、信息安全、社会责任等思政要素，自然的融入案例教学中。既能帮助学生掌握实用技能，也能在教学中传递正确的职业观念。

（三）采用“思政引领、三阶递进”教学模式

在教学过程中，注重将思政内容有机融入专业教学，结合具体环节自然传递价值观念。例如，可以在讲解数据处理规范时，强调诚实守信、数据真实的职业要求。

同时，改变传统的“教师演示、学生模仿”的单一模式，构建以真实项目为载体的三阶段教学路径^[8]。第一阶段为基础入门，通过教师示范和学生跟练，帮助学生掌握数据预处理和工具使用的基本操作等，并在此阶段融入关于数据真实性与职业道德的教育。第二阶段为综合应用，学生以个人和分组的形式，完成营销案例分析任务，如“促销活动效果评估”等，逐步培养学生的数据思维和团队协作的能力。第三阶段为实战提升，在课堂中引入企业的真实数据，指导学生完整经历从数据获取到形成营销建议的全流程，强化并提升他们解决实际问题的综合素养。

（四）优化实训条件，夯实教学基础

在实训条件建设方面，应着力构建“仿真系统+真实数据+开放资源”相结合的支持体系。具体来说，可以引入企业正在使用的数据分析工具与电商模拟平台，逐步建设类型多样、贴近实际的实训数据库。同时，配套制作系列微课、实操指南和真实案例汇编等数字资源，构建线上线下联动、可反复利用的教学资源

库，帮助学生自主开展学习与项目演练，让学生能够真实的体验实际业务中数据的复杂性^[4]。

（五）加强师资建设，增强教学匹配度

在教师队伍建设方面，可以采取“培训赋能、实践锻炼、外引内培”多措并举的方式，提升教学团队在数字化领域的教学能力。例如，定期开展数据分析与数字营销专题培训，鼓励教师进入合作企业参与实际营销数据分析项目，积累一线经验。此外，可邀请企业中的数据分析骨干和数字营销专家担任兼职教师，参与课程设计、案例开发和项目指导，逐步打造一支结构均衡、专兼结合的“双师型”教学团队^[9]。

（六）改革考核评价，构建综合能力评估体系

课程的考核评价方式，需要突出过程、强化应用，并引入多元主体参与评价。可以设置贯穿“数据预处理—分析建模—可视化呈现—营销决策”全流程的综合性项目，取代以往零散的操作题，真正考查学生能否将技能用于解决实际问题。在评价环节，可以引入学生自评、小组互评、教师评分及企业导师评价相结合的方式^[10]，从数据质量、分析逻辑、业务贴合度、报告专业性等不同维度，对学生进行量化评分，更全面、真实地反映学生的知识掌握和实际应用能力。

四、总结

数字经济的快速发展推动市场营销行业向数智化转型，《商务数据分析与应用》作为高职营销专业的核心课程，其改革是适配人才需求的必然选择。针对此前课程定位不清、内容滞后、实践薄弱等问题，本次改革聚焦岗位需求，重构教学目标，更新教学内容，并在教学方法上强化思政融合与项目贯穿，同时配套完善实训条件与评价体系，切实回应了以往教学中的痛点。

这一系列举措，为商贸类专业的数智化教学提供了一套可操作的实践路径。其中“以项目为主线、以能力为导向、以评价促学习”的思路，对同类课程的教学创新具有参考价值。当然，改革仍面临实训资源不足、教师实战经验有限等问题。未来还需持续对接行业、深化校企合作，动态优化课程建设，助力培养更多适配数字经济需求的高素质技能型营销人才。

参考文献

- [1] 中共中央, 国务院. 中国教育现代化2035[R].(2019-02-23).
- [2] 中共中央, 国务院. 关于加强新时代高技能人才队伍建设的意见 [EB/OL].(2022-10-07).m.
- [3] 教育部等九部门. 职业教育提质培优行动计划(2020—2023年) [R].(2020-09-23).
- [4] 周霞. 高职院校商务数据分析与应用实训课程开发研究[J]. 经济师. 2025(07):202-204.
- [5] 李飞霏, 陈德令, 吴昊. 高职院校数智化发展与新质生产力的耦合关系研究[J]. 现代职业教育. 2025(15):65-68.
- [6] 李菲. 高职院校市场营销课程产教融合的教学研究[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊). 2025(12):55-58.
- [7] 蔡舒. 电子商务数据分析与应用课程数字化改革研究[J]. 现代商贸工业. 2024, 45(21):45-47.
- [8] 李爱雄. 电子商务数据分析与应用课程思政教学改革实践[J]. 现代商贸工业. 2025(14):29-32.
- [9] 刘瑞. 商务数据分析与应用专业人才培养的研究——以陕西工业职业技术学院为例[J]. 中外企业文化. 2023(03):232-234.
- [10] 席亚楠. 商务数据分析课程“岗课赛证”综合育人模式的构建与实施[J]. 广西开放大学学报. 2024, 35(03):87-91