

人工智能背景下市场营销专业教学模式改革路径探索

王秋凤

苏州信息职业技术学院，江苏 苏州 215200

DOI: 10.61369/VDE.2025290039

摘 要： 当前，人工智能技术的迅猛发展推动市场营销行业进入数智化转型深水区，对职业院校市场营销专业人才的复合技能提出全新要求。目前高职院校市场营销教学在课程体系、师资队伍、实践教学等方面存在短板，导致人才培养与企业需求严重脱节。本文基于产教融合理论与能力本位教育理念，从问题根源剖析入手，提出“重构课程体系、打造复合型师资队伍、构建双轨制实训体系”的三维改革路径。研究证实，该改革路径可有效提升学生 AI 工具应用、数据驱动决策等核心能力，为高职院校培养适应数智化时代需求的营销技能型人才提供理论支撑与实践范式。

关 键 词： 人工智能；高职院校；市场营销；教学模式；改革路径

Exploration of Teaching Model Reforms for Marketing Majors in the Context of Artificial Intelligence

Wang Qiufeng

Suzhou College of Information Technology, Suzhou, Jiangsu 215200

Abstract： The rapid development of artificial intelligence technology has driven the marketing industry into the deep water zone of digital transformation, putting forward new requirements for the compound skills of marketing professionals in vocational colleges. Currently, there are shortcomings in the marketing teaching in higher vocational colleges in terms of the curriculum system, teaching staff, and practical teaching, which leads to a serious disconnection between talent cultivation and the job demands of enterprises. Based on the theory of industry-education integration and the concept of competency-based education, this paper starts from the analysis of the root causes of the problems and proposes a three-dimensional reform path of "reconstructing the curriculum system, building a compound teaching staff, and establishing a dual-track practical training system". The research proves that this reform path can effectively enhance students' core abilities such as the application of AI tools and data-driven decision-making, providing theoretical support and practical models for higher vocational colleges to cultivate marketing skilled talents that meet the needs of the digital era.

Keywords： artificial intelligence; vocational colleges; marketing; teaching model; reform path

引言

随着人工智能的进一步发展，市场营销行业的产业格局也在经历着前所未有的变革。人工智能不仅提高了营销效率，更是改变了品牌与消费者之间的互动方式。企业纷纷借助 AI 优化广告内容、同时进行个性化推荐，企业的这一举措推动了市场营销的决策往科学化的方向发展。因此市场营销也在从传统的以经验主导，逐渐地转向以数据和算法为核心的全新模式，行业竞争格局也在这一过程中不断地重构。

在此背景下，如何有效借助 AI 等前沿技术，系统性地破解高职院校市场营销专业教学中长期存在的问题，从而全面重构新的教学模式、课程体系，已成为当前我国职业教育改革与发展中一项紧迫且具有重大现实意义的课题^[1]。

一、高职院校市场营销教学现存问题

通过对多所高职院校进行调研，本文发现其在营销教学方面还存在着如下问题：

（一）课程体系结构僵化

当前，高职院校市场营销专业的课程体系存在结构性的问题，课程内容设置相对滞后，难以紧跟行业的发展变化，特别是

在面对日益增长的数字智能营销岗位需求时，现有课程体系无法提供与之匹配的知识和技能的培养^[2]。这一问题导致学生在校所学与企业实际要求之间存在着较大的差距，影响了学生的就业竞争力和职业发展潜力。

（二）师资队伍结构失衡

在师资队伍建设方面，教师在人工智能素养与实践能力两个方面均表现出显著的欠缺。例如师资队伍在年龄、专业背景、技

术应用经验等方面分布不均,难以适应新时代教育发展的需求^[3]。此外,许多教师因为缺乏系统的 AI 理论培训与实操训练,导致其在实际教学中难以有效整合 AI 技术与课程内容,从而影响了教育质量的整体提升。

（三）实践教学资源匮乏

（1）校内实践资源短缺

多数院校的营销实验室仍停留在计算机机房层面,仅配备基础办公软件与简单模拟系统,缺乏 AI 营销实训平台、虚拟仿真场景等现代化教学设施,无法模拟真实的智能营销工作流程。

（2）校外实践基地质量不高

很多学校的校企合作停留在“顶岗实习”的浅层层面,企业因担心实习生能力不足、需要承担学生安全责任等原因,不愿向学生提供和营销有关的核心任务,因此学生只能选择导购、客服等基础性工作,很难接触到数据分析、智能营销策划等核心岗位,所以实习生所学到的知识也比较少。

（3）实践教学内容与形式单一

学校实践教学内容比较单一,大多是虚拟案例模拟,没有真实的业务来源,学生很难积累实战经验。课堂教学的形式以分组讨论、方案展示为主,缺乏沉浸式实践体验,导致学生实践能力提升有限。此外,学校实践教学管理也存在漏洞。多数院校缺乏完善的实践教学标准与指导体系,教师对学生实践过程的监督与指导不足,实习评价多依赖实习报告与企业简单反馈,难以全面、准确地衡量学生的实践技能水平^[4]。

二、人工智能对高职院校市场营销教学的价值

针对以上提出的问题,结合当下人工智能的发展背景,本文认为人工智能可以赋能高职院校市场营销教学的发展,具体体现在以下几个方面:

（一）AI 重构课程体系,实现内容动态更新

人工智能技术为课程体系优化提供了技术支撑,可有效解决传统课程结构僵化、内容滞后的问题。教师通过构建动态知识图谱系统,可将市场营销核心技能点与 AI 技术应用场景进行深度融合,实现课程内容的实时更新^[5]。同时,AI 自适应学习系统可根据学生的学习进度、能力特点,生成个性化的学习路径,给学生推送具有针对性的课程资源,实现“千人千面”的精准教学。

（二）AI 赋能师资队伍,提升教学能力与教研水平

人工智能技术为师资队伍建设提供了新路径,可有效解决教师 AI 素养不足、实践能力欠缺的问题。AI 教学辅助工具能够减轻教师的重复性工作,如智能批改系统可自动批改作业与试卷,AI 助教可 24 小时解答学生基础性疑问,使教师有更多时间投入到技能提升与教学创新当中去。教师可以通过 AI 教研平台获取到行业最前沿的案例、教学资源与培训课程,从而快速提升人工智能工具的应用能力^[6]。此外,AI 技术还可以促进校企师资协同,企业专家通过智能教学平台远程参与教学指导,从而弥补校内教师实践经验的不足。

（三）AI 升级实践教学,打造实战化实训场景

人工智能技术能够重构实践教学模式,解决传统实践教学资

源匮乏、场景单一的问题。学校可以建设虚拟仿真实训场景,利用 AR/VR 与 AI 技术构建高仿真的营销场景,学生能够在虚拟环境中反复练习 AI 工具操作、营销方案设计与优化,积累实战经验。教师实施真实项目驱动的实践教学,可以借助 AI 技术搭建校企协同实践平台,学生参与企业真实的营销项目,运用智能工具完成市场调研、营销推广等工作,实现“学习即工作”^[7]。

三、人工智能背景下高职院校市场营销教学模式改革路径

（一）重构课程体系

（1）优化课程结构

学校要打破传统的课程体系框架,构建理论、AI 技术和实践的三维课程结构。基础理论模块保留《市场营销学》《消费者行为分析》等核心课程,新增《AI 营销工具》《AI 数据安全》等内容。AI 技术模块开设《营销数据分析》《智能营销方案设计》等课程,重点培养学生数据处理、AI 工具操作等核心技能。实践方面设置《直播电商运营实训》《智能客服管理实训》等课程,增强学生的岗位实操能力^[8]。

（2）动态更新课程内容

学校要定期组织教师深入企业调研,结合行业最新技术与岗位需求,更新课程内容与教学案例。各大院校还需要与企业合作开发活页式教材与数字化资源库,保证课程内容的时效性与实用性。

（二）打造复合型师资队伍

（1）强化 AI 素养专项培训

学校要建立常态化培训机制,组织教师参加 AI 营销工具应用、智能教学平台操作等专项培训,邀请行业专家与高校教师开展专题讲座,提升教师的技术应用能力与教学创新能力。同时学校要鼓励教师考取与 AI 营销师相关职业资格证书,积极参与行业竞赛,积累实战经验。

（2）深化校企师资双向交流

学校要实施“教师下企业、专家进课堂”的双向交流机制,选派教师到企业挂职锻炼,参与真实营销项目的策划与执行,提升实践教学能力^[9]。聘请企业一线营销专家与 AI 技术专家担任兼职教师,参与到学生课程设计当中去,形成校内指导老师和企业指导老师相结合的双导师制。

（3）建设跨学科教学创新团队

高职院校需要整合市场营销、计算机软件应用、大数据分析等专业的教师资源,组建跨学科教学团队。同时建立教研激励机制,将 AI 教学成果纳入教师考核评价体系,鼓励教师积极参与教学改革与创新。

（三）构建“虚拟+真实”双轨实训体系

（1）建设 AI 赋能的校内实训平台

学校要加大经费投入,建设 AI 营销实验室,配备智能营销实训系统、虚拟直播基地等现代化设施,模拟智能营销全流程。学校还要开发动态知识图谱系统与智能交互工作台,为学生提供个

性化实训指导和实时反馈。

（2）深化校企协同实践基地建设

职业院校要与本地龙头企业建立深度合作关系，引入企业真实营销系统、数据资源与业务项目。还要推行“订单式培养”和“项目制实训”，即学生在企业导师与校内教师的共同指导下，完成真实营销项目，实现学习与工作相对接。

（3）创新实践教学组织形式

学校要推行“项目驱动 + 任务导向”的实践教学模式，将企业真实营销项目分解为若干实训任务，学生以小组为单位完成市场调研、方案设计、AI 工具应用、效果优化等全流程操作^[10]。利用 5G、直播等技术，开展线上线下的混合式实训，企业导师通过远程方式实时指导学生实训操作，打破时空限制。

四、结论与展望

（一）研究结论

人工智能技术的发展为高职院校市场营销专业教学改革提供了全新机遇，也带来了严峻的挑战。当前高职院校市场营销教学

在课程体系、师资队伍、实践教学等方面都存在显著短板，导致人才培养与企业数智化转型需求严重脱节。本文基于产教融合理论与能力本位教育理念，提出“重构课程体系、打造复合型师资队伍、构建双轨制实训体系”的三维改革路径。研究表明，通过 AI 技术与教学的深度融合，可有效破解传统教学的结构性矛盾。主要体现在：智能课程体系实现了教学内容与行业需求的同步更新；复合型师资队伍为教学改革提供了核心支撑；“虚拟 + 真实”双轨实训体系提升了学生的实操能力。

（二）未来展望

随着人工智能的持续发展，高职院校市场营销教学改革也会不断深化。未来，高校应进一步加强 AI 技术与教学的深度融合，探索多模态教学、智能导学等新型教学形态。各大院校要深化跨学科融合，培养兼具营销思维、技术能力与创新意识的复合型人才。加强国际交流与合作，借鉴国外先进的职业教育经验，构建具有中国特色的 AI+ 营销教学模式。同时，高职院校还需高度重视 AI 教学带来的伦理问题，将数据隐私保护、诚信营销等内容融入教学的全过程，培养学生“科技向善”的职业价值观，为市场营销行业的健康可持续发展提供人才支撑。

参考文献

- [1] 杨珩. "人工智能 + 教育" 背景下市场营销专业混合式教学模式的构建与应用研究 [J]. 上海商业, 2022(11): 172-174.
- [2] 张晶晶. 基于智慧职教平台的中职《市场营销》课程混合式教学研究 [D]. 南宁师范大学, 2023.
- [3] 孙琼, 赵森茂. 生成式人工智能赋能营销类课程教学模式变革研究 [J]. 科技经济市场, 2024(05): 152-154.
- [4] 李桂龙, 盛慧, 古丽扎尔·艾赛提. 基于项目导向与慕课的市场营销策划课程混合式教学改革设计 [J]. 现代商贸工业, 2024, 45(18): 103-105.
- [5] 周鹏. 职业院校市场营销专业项目化实践教学改革与应用研究 [J]. 销售与市场, 2024, (21): 134-136.
- [6] 李晓倩. 参与式教学模式在高校市场营销教学改革中的应用研究 [J]. 营销界, 2024, (13): 131-133.
- [7] 周晓睿, 高悦. 人工智能在市场营销教学与人才培养中的应用 [J]. 海峡科技与产业, 2024, 37(02): 51-54+62.
- [8] 胡莹莹, 何秀红. 数智技术背景下高校网络营销教学改革探析 [J]. 老字号品牌营销, 2024, (15): 194-196.
- [9] 祁连荣. 数字营销背景下技工院校市场营销专业人才培养体系的研究 [J]. 职业, 2023, (14): 66-68.
- [10] 钟娜娜. 实践能力提升视角下的 " 市场营销 " 教学改革思考 [J]. 济南职业学院学报, 2023, (04): 47-50.