

# 高校市场营销课堂教学创新策略 ——基于 O2O 商业模式

杨倩, 罗琪

文华学院, 湖北 武汉 430074

DOI: 10.61369/VDE.2025070041

**摘要 :** 随着互联网技术的飞速发展, O2O 商业模式已广泛渗透到各个领域, 深刻改变了传统的商业运作模式和人们的消费习惯。在此背景下, 高校市场营销课程要随之进行调整, 通过创新教学内容和教学模式, 让学生有效适应新时代要求。基于此, 本文针对 O2O 商业模式下高校市场营销课堂教学创新策略进行研究, 探讨了高校市场营销课堂教学创新的重要意义, 提出了相应的实施对策, 旨在提升市场营销专业学生的综合素养和实践能力, 使其更好地适应市场需求和行业发展的变化。

**关键词 :** O2O 商业模式; 高校市场营销; 教学创新

## Innovative Strategies for Classroom Teaching of Marketing in Colleges and Universities - Based on the O2O Business Model

Yang Qian, Luo Qi

Wenhua College, Wuhan, Hubei 430074

**Abstract :** With the rapid development of Internet technology, the O2O business model has been widely integrated into various fields, profoundly transforming traditional business operation modes and people's consumption habits. Against this backdrop, marketing courses in colleges and universities need to be adjusted accordingly. By innovating teaching contents and modes, students can effectively adapt to the requirements of the new era. Based on this, this paper studies the innovative strategies for classroom teaching of marketing in colleges and universities under the O2O business model, discusses the important significance of innovative classroom teaching of marketing in colleges and universities, and puts forward corresponding implementation countermeasures. The aim is to enhance the comprehensive literacy and practical ability of marketing majors, so that they can better adapt to the changes in market demand and industry development.

**Keywords :** O2O business model; college marketing; teaching innovation

### 引言

O2O 商业模式作为一种新兴的商业模式, 将线上虚拟经济与线下实体经济紧密结合, 为企业带来了全新的发展机遇和广阔的市场空间。消费者借助互联网平台, 可以便捷地获取产品信息、进行在线下单, 然后到线下实体店体验和消费产品或服务<sup>[1]</sup>。这种商业模式的兴起, 对市场营销专业人才的能力和素质提出了更高的要求。高校作为培养市场营销专业人才的重要基地, 其课堂教学必须与时俱进, 积极引入 O2O 商业模式的理念和实践, 进行教学创新, 以培养出符合市场需求的高素质应用型人才。

### 一、基于 O2O 商业模式高校市场营销课堂教学创新的重要意义

#### (一) 有利于培养学生的实践能力和创新思维

基于 O2O 商业模式的教学创新, 能够为学生提供丰富的实践场景和项目。例如, 通过参与线上线下相结合的营销策划活动,

学生需要深入了解消费者需求、分析市场环境、制定营销策略, 并在实践中不断调整和优化方案<sup>[2]</sup>。这一过程不仅锻炼了学生的实践操作能力, 还促使他们积极思考如何创新营销方式和手段, 以吸引消费者、提高营销效果, 从而有效培养学生的创新思维。

#### (二) 有利于提升学生对市场变化的敏感度和适应能力

O2O 商业模式下, 市场环境瞬息万变, 消费者需求和行为也

作者简介:

杨倩 (1983.07—), 女, 湖北武汉人, 研究生, 汉族, 研究方向: 跨境电子商务, 数字贸易。

罗琪 (1983.05—), 女, 湖北武汉人, 研究生, 副教授, 汉族, 研究方向: 国际商务, 数字贸易。

在不断变化。在高校市场营销课堂教学中融入 O2O 商业模式，能够让学生实时接触到最新的市场动态和行业信息。例如，教师可以引导学生关注 O2O 平台上消费者的评价和反馈，分析市场热点事件对企业营销的影响等<sup>[9]</sup>。同时，学生在参与 O2O 相关项目的实践过程中，也能逐渐学会如何根据市场变化调整营销策略，提升自身的适应能力，为未来进入职场打下坚实的基础。

### （三）有利于实现人才培养与市场需求的无缝对接

基于 O2O 商业模式的的教学创新，需要高校与企业紧密合作。企业可以为高校提供真实的商业案例、实践项目以及实习实训机会，让学生在真实工作环境中学习和成长。高校则可以提供专业的人才支持和智力保障，帮助企业解决在 O2O 商业模式应用过程中遇到的营销问题<sup>[10]</sup>。通过这种深度合作，高校能够更好地了解市场需求，及时调整人才培养方案，使培养出的学生能够快速适应企业的工作要求，实现人才培养与市场需求的无缝对接<sup>[11]</sup>。

## 二、基于 O2O 商业模式高校市场营销课堂教学创新的实施策略

### （一）整合 O2O 商业模式教学资源，构建课程特色资源库

为适应 O2O 商业模式发展，高校市场营销课堂教学要在教学资源整合上狠下功夫，依托互联网技术和新零售模式等建设课程资源，为学生课程学习提供重要支持。第一，运用互联网链接更为广泛的课程资源平台。教师要利用互联网的强大功能，整合各类与 O2O 商业模式相关的优质课程资源，如在线课程、学术讲座视频文件等，将这些资源链接到专门的课程资源平台上，供学生自主学习和查阅<sup>[12]</sup>。教师可以在网络平台上筛选一些知名高校或企业培训机构在慕课平台上开设的关于 O2O 营销、新零售等方面的优质课程，将这些内容推送给学生，鼓励学生在课余时间进行查阅观看。教师还可以在网络平台发布和课程相关的行业动态、热点案例等资讯，让学生能够关注市场变化，拓展学生的视野<sup>[13]</sup>。第二，建设市场营销实验室。高校可以积极地和企业合作，共同打造和完善市场销售实验环境，给予最新颖的市场销售仿真程序、数据处理技术等设施，让学生仿照公司开展线下、线上经营方式开展市场调查、销售规划、消费者服务等工作；打造新的零售店面，把它设置为学生的实习场所，学生可以通过此处实施线上线下结合的销售策略，比如网络营销、实体店打折、会员制度等方式，亲身体验 O2O 商业模型的实际情况；学生可以采用社交网站作为线上广告平台，吸引顾客去实体店消费，通过互联网方式进行售后服务追踪、顾客维护工作<sup>[14]</sup>。

### （二）围绕行业需求定位课程目标，优化课程内容设置

当下市场变化迅速，高校市场营销课程教学要围绕行业需求定位出教学目标，结合目标优化课程内容，指向学生未来发展需求，让学生更好适应就业市场。第一，明确教学目标。基于 O2O 商业模式各个行业对营销专业人才的需求，教师应该重新定位市场营销专业培养目标来适应各个行业的发展，从而加强学生基础知识让学生了解并可以运用传统市场营销的理念，培养学生观察

市场变化的能力，让学生能够适应商业模式的创新，形成数据驱动思考能力，还要教会他们一些新的市场调查方法，让他们具备刻画客户群、经营管理新模式店面、进行有效市场宣传活动等能力<sup>[15]</sup>。第二，将新模式引进知识体系。教师应将大量新观念、新思维、新模式、新工具等融合到传统的市场营销学知识体系中，比如在“营销新趋势”知识教学中，增加“新零售”“新媒体营销”“O2O”等新的营销理念，让学生了解这些新兴营销模式的特点、优势以及应用场景。在“战略决策”方面，教师可结合大数据思维对客户动向准确把握的重要作用，为学生讲解如何运用大数据分析消费者的购买喜好，如何制定个性化营销策略等，让学生考虑线上与线下的新融合战略，这样推进线上线下的协同<sup>[16]</sup>。在“营销调研”教学中，教师可培养学生获取信息和处理信息的能力，引进企业的相关数据，让学生从数据中分析客户行为和实际需求，为企业业务发展提供一些建议。

### （三）引进市场营销技能比赛，提升课程教学效果

市场营销技能相关比赛较多，这些比赛凝聚了行业的前沿动态，教师可带领学生参加比赛，通过比赛促学的方式，提升学生学习热情。目前市场营销技能比赛主要分为两种，一种是营销实战型，如“创意营销大赛”“卖场销售比赛”等，此类比赛要求学生结合实际市场环境进行营销活动，完成既定的销售任务。另一种是软件模拟型，此类比赛要求学生运用营销模拟软件模拟企业的运营和营销决策过程，在虚拟环境中竞争和学习。这两种比赛都采用线上和线下的营销模式，与 O2O 商业模式紧密结合<sup>[17]</sup>。例如，在营销实战型比赛中，学生可通过网络平台发布商品并吸引客户，随后再到实体店把商品展示并出售；而在虚拟型比赛中，学生则需要在仿真程序内开发出一套线上线下型营销策略，其中包括网络营销策略（网上宣传）和线下营销策略（线下来店宣传）等。高校应积极组织学生参与地区市场营销技能大赛等比赛，为学生提供展现能力、实力的舞台，学生在比赛中可利用线上的知识与线下的理论并用，在“线下”赛事中使用“线上”理论，将所学的市场营销知识和 O2O 商业模式应用到实际操作中<sup>[18]</sup>。例如，学生可以通过社交网络、电子商务网站等网络平台，将产品展示和销售出去，以此吸引客户的关注；并进行线下试用品展览和优惠活动，从而刺激客户的购物需求。比赛能够让学生在实际应用营销策划设计方法、合作模式、问题应对方法过程中学习到知识，从而提升他们对营销课程的学习兴趣和自信心。此外，教师也可在比赛过程中对学生进行指导评价，从而及时发现学生的不足以及需要完善的地方，从而通过针对性地指导和培训来完善他们的授课效果。

### （四）围绕能力发展设计评价标准，构建多维评价体系

教学评价能够体现学生学习成果，让学生明白自己的优势和不足，这样可以有针对性地学习，提升学习效果。第一，设计覆盖学习全过程的评价标准。教师要摒弃以期末一次考试来评定学生学习情况的做法，制定覆盖整个学习过程的教学评价标准，而对他们在课堂上的学习积极性、动手能力和团队课题完成状况、技能比赛结果等进行评价<sup>[19]</sup>。例如，对课堂学习情况的评价可以参照课堂出勤、课堂提问和回答率的高低等情况；对动手能

力的评价可以在其进入新实验室或新型零售门店的工作中完成情况和任务落实情况考核；对团队项目的评价则可参照团队整体完成项目并考虑各成员在该项目中发挥的作用的占比情况；对技能比赛的成绩，则依据技能比赛中他们的赛场得分、行为表现和创意元素情况等进行评定，这样综合公平的做法能够准确地反映学生的学习效果及发展变化<sup>[14]</sup>。第二，体现评价内容的多样性。评价内容不仅要关注学生对市场营销理论知识的掌握程度，还要注重考查学生的实践能力、创新能力和职业道德等综合素质。例如，对于实践能力的评价，要求学生是否能运用所学知识进行市场调查和商战策划、线上线下的营销活动等；对于创新能力的评价，要求学生是否能在商业项目比赛或活动中拥有与众不同的产品营销创意以及解决方案；对于职业素养的评价，要求学生在学习活动和商业项目的过程中，是否能秉承诚信经营、公平竞争、维护客户利益的职业观念<sup>[15]</sup>。从多方面来衡量学生的能

力，使学生各方面的综合素质得到全面提升，培养符合市场需求的复合型市场营销人才。

### 三、结束语

综上所述，基于 O2O 商业模式的高校市场营销课堂教学创新，是适应市场发展需求、提升人才培养质量的必然选择。在实际教学过程中，教师要整合教学资源，优化课程内容，引进技能比赛，构建多维评价体系等，以有效培养学生的实践能力，让学生更好地适应 O2O 商业模式下市场营销行业的发展变化。教学创新是一个持续不断的过程，教师要不断调整教学，多关注多了解市场动态，和市场营销相关企业进行合作，以培养出更多优秀的市场营销人才。

### 参考文献

- [1] 韩燕玲. 翻转课堂应用于市场营销教学中的教改探讨 [C]// 河南省民办教育协会. 2025 年高等教育教学研讨会论文集 (下册). 新疆兵团兴新职业技术学院, 2025: 59-60. DOI: 10.26914/c.cnkihy.2025.000422.
- [2] 董存仁. 专业课程教学中加强创新意识培养的探索与实践——以食品市场营销教学为例 [J]. 商丘职业技术学院学报, 2024, 23(06): 56-60.
- [3] 徐燕. “异步 SPOC+ 慕课堂”线上线下混合式教学模式的探索与实践——以市场营销学为例 [J]. 科技经济市场, 2024, (07): 143-145.
- [4] 顾圆圆. 情景剧设计模式在中职《旅游市场营销》课程的应用研究 [D]. 南宁师范大学, 2024. DOI: 10.27037/d.cnki.ggxsc.2024.001188.
- [5] 徐英姿, 何杰. “岗课赛证”融通视域下“三维四有五阶”高职课堂教学实践探索——以市场营销专业课程教学为例 [J]. 职业教育, 2024, 23(01): 44-49+76.
- [6] 周晔. 思政元素巧融合行动课堂显成效——商贸专业市场营销实务课程教学质量提升的实践探究 [J]. 现代商贸工业, 2023, 44(21): 219-221. DOI: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2023.21.073.
- [7] 刘萍. “五位一体”医药市场营销学 MOOC+ 雨课堂混合式教学实践模式构建研究 [J]. 大学, 2023, (23): 129-132.
- [8] 苏越. 融合课程思政的案例教学法在中职《药品市场营销》课程中的应用研究 [D]. 云南师范大学, 2023. DOI: 10.27459/d.cnki.gynfc.2023.001529.
- [9] 周丽峰. 基于 PBL 的翻转课堂教学法在市场营销学教学改革中的探索 [J]. 知识窗 (教师版), 2023, (05): 30-32.
- [10] 陈心怡. 中职《市场营销基础与实务》课程雨课堂精准教学设计与实践 [D]. 贵州师范大学, 2023. DOI: 10.27048/d.cnki.ggzsu.2023.000781.
- [11] 姚瑶. “翻转课堂+SPOC”混合教学模式在市场营销学双语课程中的整合应用研究 [J]. 产业与科技论坛, 2023, 22(07): 194-195.
- [12] 陈红. 高职“市场营销”基于“12345”课程体系构建探索 [J]. 烟台职业学院学报, 2023, 18(01): 72-76+91-92.
- [13] 胡勇州, 庄爱华, 梁金容, 等. 案例教学法在高职市场营销课程中的实施环节及要点 [J]. 中国管理信息化, 2023, 26(06): 216-218.
- [14] 沙海琴, 马博涛. 基于体验式教学法的市场营销教学改革研究 [J]. 湖北开放职业学院学报, 2023, 36(02): 160-161+164.
- [15] 阮尹. 基于 PBL 的翻转课堂教学模式应用研究——以市场营销原理全英文教学为例 [J]. 创新创业理论与实践, 2023, 6(02): 143-147.