

数字化创新课堂教学研究与实践 ——以高职市场营销专业为例

钱瑶

安徽审计职业学院, 安徽 合肥 230601

DOI: 10.61369/RTED.2025080047

摘 要 : 在数字化时代背景下, 市场营销的新理念、新技术、新业态层出不穷。在此形势下, 高职院校市场营销专业有必要以数字化技术为依托, 积极构建多元融合的教学体系, 从而培育出更符合数字化时代发展要求的新型市场营销专业人才。基于此, 本文分析了数字技术对高职市场营销专业的影响, 以及当前高职院校市场营销专业教学的现存问题, 并从数字化的角度阐述了其教学优化路径, 旨在进一步推动高职市场营销专业教学改革与发展, 希望可以为各位同行提供一些参考与借鉴。

关 键 词 : 数字化; 高职; 市场营销专业; 教学创新

Research and Practice of Digital Innovative Classroom Teaching - A Case Study of Higher Vocational Marketing Major

Qian Yao

Anhui Audit Vocational College, Hefei, Anhui 230601

Abstract : In the context of the digital era, new concepts, new technologies and new business forms of marketing are emerging in an endless stream. Under this situation, it is necessary for the marketing major of higher vocational colleges to rely on digital technology and actively build a multi-integrated teaching system, so as to cultivate new marketing professionals who are more in line with the development requirements of the digital era. Based on this, this paper analyzes the impact of digital technology on the marketing major of higher vocational colleges and the existing problems in the current teaching of marketing major in higher vocational colleges. It also expounds the teaching optimization path from the digital perspective, aiming to further promote the teaching reform and development of marketing major in higher vocational colleges, and hopes to provide some references for peers.

Keywords : digitalization; higher vocational education; marketing major; teaching innovation

引言

随着现代信息技术的不断发展和互联网的普及应用, 数字化时代悄然来临, 并对各行各业带来了前所未有的变革挑战。在此形势下, 传统的市场营销模式显然很难满足人们的多样化需求。而数字化营销凭借其精准、高效、可度量等优势特点, 如今已成为当下市场营销转型升级的一个新趋势。所以, 为更好适应这一市场变化, 高职院校作为市场营销专业人才培养的重要基地, 有必要以数字技术为依托, 不断创新课堂教学内容和方法, 从而促进市场营销专业数字化改革, 最终达到为社会市场输送更符合其需求的高素质、技能型营销人才。^[1]

一、数字化技术对高职市场营销专业的影响

(一) 数字化营销的发展趋势

在数字化时代背景下, 市场营销正经历着巨大的市场变革, 具体表现如下^[2]: 第一, 营销决策方面, 数据基础与驱动已然成为时代发展的主流。有效应用大数据技术, 企业便可对消费者的

行为进行分析, 获取更为直观可靠的消息, 以此把握市场的实际需求, 了解消费者消费习惯。企业以此为依据, 优化后续的产品营销策略, 可有效提升营销效率, 在竞争激烈的市场中占据主动权; 第二, 营销方式方面, 个性化营销越发显著。现阶段, 传统的产品营销或设计已经难以满足消费者需求, 而是更突出个性化需求^[3]。基于现在的数字化背景, 企业可积极应用先进技术, 如人

工智能或机器学习等技术,精准描绘出消费者画像,借此来进一步掌握不同消费者的消费习惯和购买模式等,从而为消费者提供更具个性化的营销服务。这不但可以大大提高消费者的满意度,还能为企业发展提供更多助力;第三,营销服务方面,愈发注重跨行业的融合营销。立足当前时代,行业界限变得逐渐模糊,而应用数字化手段后,企业之间的壁垒能被有效打破,消费者可在消费过程中获得更加良好的服务体验。

（二）数字化营销对市场营销专业人才的要求

数字化营销对市场营销专业人才提出了更高的新要求,既要求人才具备扎实的市场营销理论知识和专业技能,还要具备一些新的能力,如数据分析能力、团队合作能力、沟通能力和持续学习的能力等等。首先,数据是营销决策的重要基础^[4]。其次,相较于传统的营销方式,数字化营销常常会面临更多变化和挑战。因此,对于市场营销人才来讲,必须具有较强的协作技能和沟通方式,才能真正保证营销计划的成功开展,再加上随着数字化营销不断演进,市场营销人才还应该具备自我学习的能力,以便能够不断完善更新他们的营销理念、营销技术等,以适应数字化经济发展及其变局。

（三）数字化营销对高职市场营销专业教学的新要求

为了更好应对数字化营销所带来的变革与挑战,高职市场营销专业有必要加强改革与创新。首先,在教学内容方面,教师需要将与数字化营销有关的最新理论、实践研究成果等融入课堂教学当中,比如搜索引擎的优化、社交媒体的运营、大数据分析等^[5]。其次,在教学方法方面,教师应当采取多样化的方法施教,如案例分析、项目驱动等,以便更好地调动学生学习的积极性。最后,在育人主体方面,教师需要依托于校企合作,形成教育合力,为学生提供更多实践锻炼的机会和平台,使其学会学以致用,并帮助他们更加深入地了解数字化营销的实际运作流程和方法,以达到提高学生实践能力和职业素养的目的。

二、当前高职院校市场营销专业教学的现存问题

（一）课程体系适应性不足

与其他专业相比,市场营销专业与社会市场的关联性更大。然而,在数字化时代,社会市场的需求每天都在变化。所以,只有不断紧跟时代步伐,市场营销专业才能在瞬息万变的复杂市场营销环境中求得长远发展。然而,目前来看,高职市场营销专业的专业课程设置更多以4P理论为主,虽然具有较为系统的针对性,却脱离了数字化市场营销环境发展需求。而且,部分学校课程体系中并没有融入对当前对市场需求细化分析,也没有充分考虑到数字化营销的新特点和新要求,这就容易导致学生所学专业知识和技能无法与当下的企业发展需求以及数字化营销市场相适应,从而就会制约学生的专业学习与未来职业发展。

（二）实践教学滞后性较明显

实践是促进学生学以致用,提高教学效果的重要环节^[6]。然而,部分高职院校在开展市场营销专业实践教学时,大多只是简单要求学生进行校内实践、校外实习实训、毕业设计等活动,很

少会涉及数字化营销方面的实践锻炼,这就会导致学生的网络营销策划能力、营销数据分析能力等难以得到有效培养。显然,这样的实践教学存在一定的滞后性,不仅无法体现出高职院校对于市场营销专业人才数字化能力培养的内在规律,而且不利于学生未来的职业发展。

（三）教学内容时代性不强

在数字化时代,人们的消费习惯发生了明显变化,各种市场营销理论、新技术、新观念等层出不穷^[7]。但在教学实践中,部分高职市场营销专业教师所教授的内容依然以传统营销学理论为主,引用的案例大多也都是些老经验和旧故事,既没有很好地与市场前沿动态、新时代的热点话题等相结合,也没有融入数字化技术、数字化营销等方面的内容,使得学生所学知识与实践应用存在一定差距,进而就会导致学生难以适应数字化营销市场环境。

三、依托数字化创新高职市场营销专业教学的实现路径

（一）构建立体化的教学模式

一方面,教师要紧跟数字化时代的发展趋势,在教学中加强对学生互联网营销思维与能力、数据分析能力、营销决策能力、市场营销数据挖掘能力等的培养,促进教学与数字技术相融合,从而借此来引导学生学会利用数字技术对消费者的消费行为进行精准分析,使其能够根据消费者画像向他们进行精准营销。另一方面,教师需要与企业保持一个良好的合作关系,共同制定市场营销专业人才培养方案和课程教学计划,积极将数字化营销发展趋势、产品创新方案等引进课堂教学,从而进一步强化学生对数字化营销市场的认知与理解。而在此过程中,教师可以通过布置短视频营销、AI营销等校企合作项目任务来促进产学研一体化发展,进而充分发挥出校企双主体育人的优势。

（二）开发数字化教学内容

一方面,教师要结合市场营销专业的特点和当地的经济社会发展特点与优势产业,将人工智能、大数据、云计算等知识和技能融入市场营销专业教学体系当中,并适当增加大数据与营销创新、新媒体营销、互联网推广、地方产品推广与营销等内容^[8],借此来促进专业理论知识教学与数字化技术深度融合,从而开发出一套更具前瞻性、更具地方特色的校本课程体系。另一方面,在教学实践中,教师需要加强信息化教学手段的运用,并鼓励学生利用营销决策软件进行实践活动,以保证学生对数字化教学内容的学习效果。

（三）构建数字化教学评价体系

首先,在评价内容方面,教师除了要对学生对专业知识的掌握程度和运用情况进行评价以外,还要增加对学生数字化营销技能、数据分析能力、市场敏感度、创新思维能力等方面的教学评价,从而促进教学考评与企业招聘要求对接^[9]。其次,在评价方法方面,应体现动态化评价,既要关注学生的学习结果,也要重视他们的学习过程,具体可以从学生课堂表现、项目成果展示、技

能竞赛作品、在线学习平台数据分析、期末考试成绩等多个方面着手,从而实现对学生的综合性考核与评定。此外,在评价主体方面,除了教师评价以外,还要引入学生、企业、社会、家庭等其他主体,以保证教学评价的全面性。最后,在评价标准方面,教师需要多关注数字化营销市场的最新动态以及行业标准、企业需求,促使教学评价与市场需求相对接,以保证教学评价体系的实用性。

（四）加强对师资队伍的培养

数字化教学活动的组织与开展,离不开复合型师资队伍的支持。对高职市场营销专业教师而言,他们不仅要具备扎实的专业理论知识体系和教学能力,还要具有丰富的市场营销经验和一定的数字化能力与数字化素养,如此才能为学生的数字化营销实践活动提供及时、有效的指导。所以,一方面,学校需要加强对市场营销专业教师的相关教育与培训,既包括市场营销领域、教育

教学领域,也包括数字化领域,从而更好地助力教师专业化发展。另一方面,教师自身也要积极学习数字化市场营销相关知识以及数字化教学理论,并努力探索如何依托数字化技术创新课堂教学活动,进而为学生提供更优质的教学指导与服务。^[10]

四、结束语

总而言之,传统的市场营销专业教学模式已经无法满足数字化时代对营销人才的需求。所以,高职院校有必要以培养应用技能型专业人才为目标,积极探索市场营销专业数字化转型的实现路径,具体可以通过构建复合型的教学体系、构建立体化的教学模式、开发数字化教学内容、构建数字化教学评价体系、加强对师资队伍的培养等方面来落实,从而将学生培养成为符合数字化时代发展要求和企业市场需求的高素质技能型营销人才。

参考文献

- [1] 沈文. 信息化背景下高职市场营销专业教学改革的实践研究[J]. 中国新通信, 2024, 26(12): 86-88+91.
- [2] 董媛, 张晓妮. 高职市场营销专业核心课程数字化转型升级策略研究[J]. 杨凌职业技术学院学报, 2024, 23(02): 99-101.
- [3] 陈小秀. 数字经济背景下高职市场营销专业人才培养模式改革与实践——以九江职业技术学院为例[J]. 九江职业技术学院学报, 2024, (02): 69-72.
- [4] 刘琰. 数字化时代高职院校市场营销专业教学研究[J]. 营销界, 2024, (10): 140-142.
- [5] 王云. 高职市场营销专业数字化转型的现实困境与优化路径[J]. 青岛职业技术学院学报, 2025, 38(02): 29-33.
- [6] 孙玲霞. 数字经济背景下高职市场营销人才培养路径研究[J]. 国际公关, 2025, (04): 194-196.
- [7] 钱胜, 张婉琪. AIGC 技术在高职市场营销课程教学中的 SWOT 分析及发展策略探究[J]. 黑河学刊, 2025, (01): 56-63.
- [8] 杨曼琳, 刘顺才. 从“跨界”到“融合”: 新商科背景下高职市场营销人才培养的创新与突破[J]. 湖北开放职业学院学报, 2024, 37(24): 13-16.
- [9] 李欣. 基于数字化多媒体移动技术的学习方式探究——以市场营销课程为例[J]. 天津职业院校联合学报, 2024, 26(10): 31-36.
- [10] 杨玉寅. 数字营销背景下高职《市场营销》课程教学改革研究[J]. 老字号品牌营销, 2024, (18): 214-216.