

生成式 AI 技术在中职“网络营销”课程中的应用研究

邹茶云

广西物资学校, 广西 南宁 530012

DOI: 10.61369/VDE.2025190042

摘 要 : 随着职业教育改革的不断推进, 教育数字化已经成为职业教育改革的重要方向。《教育强国建设规划纲要 (2024—2035)》明确提出, 要促进人工智能助力教育变革。在此背景下, 生成式 AI 技术得到了广泛应用, 并在提高中职教育教学效果和人才培养质量方面展现出了巨大活力。基于此, 本文就生成式 AI 技术在中职“网络营销”课程中的应用价值和应对策进行了探讨, 旨在为相关人士提供一些参考借鉴, 共同为中职网络营销课程教学的现代化改革和发展贡献力量。

关 键 词 : 中职; 网络营销; 生成式 AI 技术; 应用对策

Study on the Application of Generative AI Technology in the "Network Marketing" Course of Secondary Vocational Schools

Zou Chayun

Guangxi Materials School, Nanning, Guangxi 530012

Abstract : With the continuous advancement of vocational education reform, educational digitization has become an important direction of vocational education reform. The Outline of the Plan for the Construction of a Powerful Education Country (2024 – 2035) clearly states that it is necessary to promote the use of artificial intelligence to facilitate educational reform. Against this background, generative AI technology has been widely applied and has demonstrated great vitality in improving the teaching effectiveness and talent cultivation quality of secondary vocational education. Based on this, this paper explores the application value and countermeasures of generative AI technology in the "network marketing" course of secondary vocational schools, aiming to provide some reference for relevant personnel and jointly contribute to the modern reform and development of the teaching of network marketing courses in secondary vocational schools.

Keywords : secondary vocational schools; network marketing; generative AI technology; application countermeasures

在新时期, 职业教育也迎来了由“传统化”向“数字化”改革的浪潮。在此背景下, 中职网络营销课程也亟待探索数字化改革路径。广大教师应当立足数字化改革大背景, 积极探索生成式 AI 技术在中职网络营销课程中的应用路径, 依托现代技术来赋能专业课程教学新发展, 从而全面提升学生的学习质量, 促进他们专业能力的成长, 助力他们在未来走得更远, 飞得更高。

一、生成式 AI 技术的理论基础

当前, 我们已然步入了人工智能时代, 生成式人工智能作为一种基于大数据、人工智能训练, 可以相关规则与需求来自动生成文本、图像、音频等内容的人工智能技术, 在各个领域得到了广泛应用, 而这也给中职网络营销课程教学改革提供了新的机遇^[1]。生成式 AI 技术主要依托深度学习理论 (如 Transformer 架构)、大数据技术理论及人机交互理论, 前者为内容生成提供算法支撑, 大数据理论保障训练数据的规模与质量, 人机交互理论则优化技术应用的便捷性, 三者共同构成技术核心理论体系, 也为其与网络营销课程的融合提供了理论可行性。

二、生成式 AI 技术在中职“网络营销”课程中的应用价值

(一) 丰富资源, 激发兴趣

兴趣是学生参与学习活动最直接、最有效的动力。尤其是对于中职阶段的学生而言, 当他们对于课程学习充满兴趣时, 往往会投入更多精力, 学习效果也会事半功倍^[2]。而在生成式 AI 技术辅助下, 教师可以基于教学内容引入丰富的数字化、案例式资源, 从而进一步拓宽学生的专业知识面, 激发他们的学习兴趣, 促进他们高效学习。同时, 生成式 AI 技术还能基于教学内容生成相匹配的专业课程资源, 这也有助于降低学生的学习难度, 促进

他们更好地学习专业知识、掌握专业技能。

（二）创新模式，提升效果

在人工智能时代下，以往的教学模式已经无法和当代学生学习需求相匹配，这也要求教师要注重立足新时代背景下的职业教育改革大背景，积极推动新技术、新模式的融入，以此来有效提高课程教学的有效性^[3]。而生成式 AI 的融入能够有效促进教学模式的多样化、互动化变革。一方面，其可以依托强大的智能化、生成式功能，推动数字化场景构建，引领学生进行翻转学习、合作探究；另一方面，其能够突破传统课堂教学限制，促进学生不限时间和地点地进行学习与练习，这也可以推动中职网络营销课程教学质量更上一层楼。

（三）多样实践，助力发展

理实结合是教育的基本原则，也是中职网络营销课程教学效果提升的关键所在。但是，可以看到以往的教学中存在“重理论，轻实践”的问题，这也在很大程度上影响了学生的专业能力的培养^[4]。而生成式 AI 技术能够为学生搭建跨时空、个性化的实践平台，学生可以基于 AI 技术来进行虚拟实践和个性探索，同时这些虚拟的场景也都极度贴合职业化氛围，从而在促进学生专业能力提升的同时，为其更好地就业和发展保驾护航。

三、生成式 AI 技术在中职“网络营销”课程中的应用对策

（一）重构课程体系，锚定 AI 赋能的“营销能力坐标系”

课程体系是教学实施的核心框架，对此，在生成式 AI 应用过程中，应当加快构建新的课程体系，重点基于当前 AI 时代下网络营销的发展动态，打造“基础能力+AI 工具+岗位场景”的三维课程体系^[5]。首先，可以基于课程特点，增设一些“AI+”的模块，如可以将鲁班电商的智能选品、AI+ 文案创作等模块融入到教学内容之中，让学生能够在学习专业知识的同时还能学到更多“AI+”方向的技能，为他们后续更好地就业和发展奠基。其次，基于当前 AI 技术在网络营销岗位工作中的应用情况，积极创设“AI+ 岗位”的项目式、活页式教学内容，尤其是可以和企业方面一同合作，共同搭建 AI 时代下的网络营销课程新体系，引入“AI+ 视频营销推广方案设计”“AI 数据分析优化店铺转化率”等方面的教学内容，让学生能够更好地掌握 AI 技术在网络营销相关岗位工作中的应用技能，全面提升他们的综合能力与就业竞争力^[6]。再者，可以积极开设“AI+ 网络营销”的选修课程，为学生提供一个了解 AI 时代下网络营销新变化、新技能的机会，以此来有效提升课程教学质量，强化本课程的复合型、综合型网络营销人才培养产出。

（二）创新教学模式，打造“AI 协同”的互动教学场景

科学的教学模式设计是保障中职网络营销课程教学质量的关键所在^[7]。在教学中，教师可以基于教学内容运用生成式 AI 来生成相关的数字教学资源，以此来进一步提高教学内容的内涵性与丰富性。其次，可以基于网络营销教学前、中、后三个环节来打造“AI+”教学模式：课前环节，可以基于生成式 AI 技术来生成

课前预习单，让学生能够在课前精准地预习和学习，了解到课程教学的重点难点，以此来全面提升课程教学质量和效果；课中环节，基于教学内容利用生成式 AI 来创设网络营销职业化情境，如可以创设一个“短视频营销”的职业化案例，引导学生基于实际案例的需求，利用专业技能和 AI 工具创设相应的营销方案，如撰写文案、创作视频等等。在此基础上，基于生成式 AI 的反馈来优化学生的思维，促进他们专业能力和创新能力的提升；课后环节，结合课中教学的实际反馈，然后借助生成式 AI 来创设相应的复习资料、实践任务，引导学生在课后复习提升。此外，在这一环节中，教师还可以借助 AI 批改工具快速反馈共性问题，同时针对个性化问题进行一对一指导，实现“课上课下、线上线下”的教学闭环。

（三）建设资源矩阵，构建“AI 驱动”的动态资源库

优质教学资源是提升课程质量的重要支撑，对此，在中职网络营销课程教学中，教师也要基于生成式 AI 来搭建动态化的教学资源库，推动教学质量更上一层楼。首先，可以基于生成式 AI 的智能生成功能来生产数字化的课件、微课、案例解析等资源，为教学过程的高质量推进奠基^[8]。例如，在“社交媒体营销”的教学过程中，教师可以基于生成式 AI 来自动生产包含真实案例讲解的微课，让学生们能够在短小精悍的微视频引领下更好地把握相关知识要点，提高他们的学习效果。其次，应当基于实践教学的考量，加快搭建“AI 交互+场景化”的实践资源库，为学生更好地进行专业实践提供保障。例如，可以开发“AI 网络营销虚拟实践平台”，引导学生在虚拟平台上进行直播带货、店铺运营、客诉处理等操作，进一步强化学生的理实结合能力，提升他们的专业综合素质。此外在这一过程中，还可以介入真实网络营销平台数据，如可以将阿里营销指数等知名平台网络营销数据引入到虚拟实践平台之中，让学生能够更为精准地把握网络营销市场变化，推动他们的职业化实践操作，全面提升本课程的教学质量。最后，考虑到新时期网络营销不断变化和发展的大背景，应当加快建立动态化的资源更新机制，定期对 AI 驱动的资源库信息进行更新，尤其是要定期基于行业、企业发展动态来引入实时的网络营销案例，让学生可以接触到更新的网络营销知识与动态，强化课程教学和岗位工作实践的衔接性，提高专业人才培养的适应性。

（四）优化评价体系，建立“AI 赋能”的多元评价机制

教学评价作为中职网络营销的关键一环，直接影响着教育教学质量。做好该环节的意义不仅仅在于能够让教师精准把握学生学情，进而实施有效的教学改革措施，保障教学质量，而且还在于能够让学生获得更多的学习思路，促进他们的改进提升，并让他们逐步找到一条适合自己的学习之路。但是，在以往的教学过程中，教学评价多以结果性评价为主，缺少对学生学习过程中专业能力、综合素质的评价与引导，这也直接影响了教学评价作用的发挥。对此，在生成式 AI 背景下，教师可以依托 AI 工具来对学生的过程进行监督分析，通过智能化的数据收集与分析来把握他们在学习过程中专业知识掌握情况、专业能力提升情况、AI 素养发展情况等信息，然后智能化地提出针对性的教育辅导建议，促进学生更好地学习与成长^[9]。其次，在以往的教学评价

过程中,评价主体主要是教师,这也影响了学生主动性的发挥。对此,在中职网络营销教学中,教师也要积极引入自评、互评以及企评等多种评价模式,为学生带来更全面化、专业化的评价指导。例如,可以组织学生在课程实践中进行彼此之间、小组之间的评价,促进他们交流想法、分享思路,营造良好的学习氛围,引领学生整体提升。又如,可以基于企业“AI+”网络营销项目来组织学生进行实践练习,在此基础上,和企业一同从“职业人”角度来对学生的表现进行打分和指导,以此来推动学生专业综合能力、职业能力的培养和发展。

（五）提升师资素养，打造“AI 融合”的双师型教师队伍

在新时期,教师作为中职网络营销专业推进“AI+”改革的重要主体,其自身素养的高低直接影响着教学质量。对此,中职学校也要积极推进师资素养水平的提升,加快打造“AI 融合”的“双师型”教师队伍。首先,应当积极牵线人工智能与教育领域的相关专家,定期开展“生成式 AI 技术应用”等方面的培训会、讲座,为教师带来先进的知识,提升教师的专业素养和 AI 应用能力^[10]。其次,可以联合企业为教师提供到企业实训学习的机会,在此基础上,基于企业真实的“AI+ 网络营销”项目来提升教师

的专业认知,培养他们实战化的网络营销能力,为其更好地推进网络营销教学和 AI+ 教学改革奠定基础。例如,可以和电商企业进行合作,为教师安排参与企业“AI+ 网络营销”项目的实践机会,让他们可以积累实战经验,提升他们的专业素养和 AI 素养。此外,还可以组织教师和企业专业人士共同成立教研小组,然后基于中职网络营销教学中生成式 AI 的应用情况和现实问题进行交流探讨,一同探寻高质量的教学改革之路,全面提升教师的专业能力和生成式 AI 技能应用能力,为网络营销课程教学改革与发展提供坚实保障。

总之,在新时期生成式 AI 技术的应用已经成为职业教育改革的重要趋势。在此背景下,中职网络营销教学也要本着“因时而变,因时而新”的思想,在把握生成式 AI 技术的应用价值的同时,以该技术为支撑来重构课程体系、创新教学模式、建设资源矩阵、优化评价体系、提升师资素养,以此来打造一个“AI+”的中职网络营销课程教学新样态,全面提高课程教学的有效性,强化专业人才培养质量,促进学生的就业和发展,并为社会输送更多高素质、综合型网络营销人才,全面推动网络营销领域的创新与发展。

参考文献

[1] 刘舒. 人工智能在中职英语教学中的应用——基于 Chat GPT 的文本生成应用技术 [J]. 太原城市职业技术学院学报, 2024, (08): 120-122.

[2] 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.

[3] 胡秀锦. 生成式人工智能赋能教师教学: 现状与思考——基于上海职业院校的调查 [J]. 职教论坛, 2024, 40(06): 52-61.

[4] 杨小丽. 基于人工智能技术的中职会计教学创新研究 [J]. 老字号品牌营销, 2024, (10): 231-233.

[5] 任龙. 基于人工智能的计算机教学辅助系统研究 [J]. 信息与电脑 (理论版), 2024, 36(09): 140-142.

[6] 顾晓静. AIGC 人工智能高速发展的背景下中职教艺术设计专业发展探索 [J]. 上海商业, 2024, (03): 171-176.

[7] 何会敏. 人工智能在电子电工课程教学模式设计中的应用 [J]. 电子技术, 2023, 52(12): 127-129.

[8] 缪雨. 人工智能在中职电商实践教学中的运用 [J]. 上海商业, 2023, (07): 199-201.

[9] 杨娜. 新时代背景下网络营销教学改革研究 [J]. 科技经济市场, 2022, (08): 115-117.

[10] 白海鹰. 网络互动教学模式在市场营销教学中的应用 [J]. 质量与市场, 2020, (13): 121-123.