

# 《全渠道营销》智慧课程建设与实践探索 ——基于广东财经大学教学改革实践

冯小亮, 郭昱琅

广东财经大学 工商管理学院, 广东 广州 510320

DOI: 10.61369/SSSD.2025090031

**摘 要 :** 在教育数字化战略的推动下, 智慧课程建设已成为当下高校教学改革的重要趋向。本文以广东财经大学《全渠道营销》课程为案例, 从建设理念、路径实施、教学创新以及评价机制等层面, 系统归纳该课程在智慧化转型过程中的实践经验。该课程以“数字化资源为根基、图谱化知识为架构、智能化教学为驱动”, 构建了“线上线下融合、学赛一体、多元评价”的教学模式, 切实提高了学生的综合能力与创新素养, 为同类课程的建设提供了可供参考的路径。

**关 键 词 :** 智慧课程; 全渠道营销; 数字化教学; 图谱化建设; 教学创新

## Construction and Practice Exploration of Smart Course for "Omnichannel Marketing" — Based on Teaching Reform Practice of Guangdong University of Finance and Economics

Feng Xiaoliang, Guo Yulang

School of Business Administration, Guangdong University of Finance and Economics, Guangzhou, Guangdong 510320

**Abstract :** Under the impetus of the education digitalization strategy, the construction of smart courses has become an important trend in the current higher education teaching reform. Taking the "Omnichannel Marketing" course at Guangdong University of Finance and Economics as a case study, this paper systematically summarizes the practical experience of the course in the process of intelligent transformation from the aspects of construction philosophy, implementation path, teaching innovation, and evaluation mechanism. The course, based on "digital resources as the foundation, knowledge graph as the framework, and intelligent teaching as the driving force," has established a teaching model that integrates "online and offline, learning and competition, and diversified evaluation." It has effectively enhanced students' comprehensive abilities and innovative qualities, providing a reference for the construction of similar courses.

**Keywords :** smart courses; omni-channel marketing; digital teaching; knowledge graph construction; teaching innovation

### 引言

在人工智能全球化浪潮与国家顶层战略部署的共同驱动下, 高等教育数字化转型已成为重塑教育生态体系、提升教育质量的关键力量。《教育强国建设规划纲要(2024—2035年)》明确提出了“实施国家教育数字化战略”的目标, 旨在推动教育系统从传统模式向智能化、个性化方向迈进<sup>[1]</sup>。与此同时, 教育部联合九部门发布了《关于加快推进教育数字化的意见》, 着重提出以“集成化、智能化、国际化”为发展方向, 打造高质量数字教育资源体系, 深化人工智能与教育的融合应用。这一系列政策部署为高等教育的高质量发展提供了顶层设计与实践路径, 不仅要求高校在技术层面完成基础设施的升级改造, 更强调在教学理念、课程设计以及评价机制等方面实现全面创新。

智慧课程作为教育数字化的关键载体, 借助人工智能、大数据、知识图谱等前沿科技, 达成教学资源的智能整合、学习路径的个性化定制以及教学过程的精准化管理。其根本目标在于突破传统教育模式的时空约束, 构建以学习者为中心、以能力发展为本位的新型教学范式<sup>[2]</sup>。例如, 通过知识图谱构建学科知识逻辑框架, 运用智能算法实现对学习行为的动态追踪与干预, 并结合测试评价强化实践应用能力的培养, 最终形成“数字化资源—智能化教学—精准化评价”一体化闭环系统。然而, 当前智慧课程的建设仍面临一系列挑战: 首先, 技术与教学内容的融合深度不足, 很多课程仍停留在教学资源数字化的初级阶段; 其次, 跨学科课程设计与开发能力有限, 难以应对产业变革对跨领域复合型人才的需求; 第三, 教学评价机制尚未完全适应数字化教育的特点, 过程性数据的采集与分析精度仍有待提升。

广东财经大学《全渠道营销》课程依托省级在线开放课程项目，以智慧课程建设为契机，积极响应国家政策导向，深度融合信息技术与教学实践<sup>[3]</sup>。该课程立足于市场营销专业特色，顺应新文科建设趋势，系统探索了“数字化资源开发—图谱化知识建构—智能化教学应用”三位一体的发展路径。通过引入虚拟仿真实验、智能学情诊断、跨校协同教学研究等一系列创新实践，该课程有效提升了学生在渠道设计、数据分析与创新决策等方面的综合能力，并为同类高校商科课程的智慧化转型提供了可复制、可推广的实践范式。本文通过对该课程建设经验的系统梳理，旨在为高等教育领域的数字化转型升级提供理论参考与典型案例借鉴。

## 一、智慧课程建设理念与目标

《全渠道营销》课程坚持以“学生为中心、能力为导向、技术为支撑”的核心理念，积极响应国家教育数字化战略，结合新文科建设要求，确立了系统化的智慧课程建设目标。

课程以培养学生全渠道战略思维与实践能力为核心，构建了“知识—问题—能力”三维目标体系<sup>[4]</sup>。在知识层面，通过构建结构化知识图谱，系统梳理渠道设计、成员管理、绩效评估等核心模块，形成逻辑清晰的理论体系；在问题层面，聚焦传统渠道冲突、线上线下整合、数据驱动决策等行业真实问题，建立问题图谱，引导学生开展探究式学习；在能力层面，紧扣行业人才需求，从分析、策划、执行到评估，分层设计能力指标，实现教学目标与岗位需求的有效对接。

在教学流程智能化方面，课程充分利用 AI 技术实现教学全流程升级<sup>[5]</sup>。依托智能备课系统生成个性化教案，利用学情分析工具动态监测学习进展，通过智能批阅与反馈系统实现精准指导，构建“数据驱动、人机协同”的教学新形态。

此外，课程积极推动跨校协同与社会服务，依托省级在线开放课程平台，面向校外学生与社会学习者开放资源，开展跨校教研与学分互认，探索“高校—企业—社会”协同育人新模式，显著提升了课程的辐射力与影响力。

## 二、智慧课程建设路径与实践

### （一）数字化资源体系的系统化构建

课程以“基础—拓展—动态”三级资源为建设框架，系统整合了包括电子教材、教学大纲、课件、图表等传统文本与图像资源，以及录制发布的视频、微课、实操演示音频等多媒体材料<sup>[6]</sup>。在此基础上，课程重点拓展高阶资源类型，引入虚拟仿真实验（如“嘉言便利店渠道成员综合评估系统”和“基于卡诺模型的全渠道消费者行为预测平台”）、企业真实案例库（覆盖零售、电商、跨境等多行业场景）、互动式决策工具和前沿学术论文解析等动态模块，极大提升了资源的互动性与现实契合度。课程团队将原纸质教材、板书和线下实操环节转化为结构化数字资源，为后续基于 AI 的个性化学习推荐和智能化教学管理奠定了坚实数据基础。

### （二）图谱化知识体系的深度融合与课程特色体现

课程以知识图谱、问题图谱与能力图谱“三图协同”为核心，系统构建契合“全渠道营销”内在逻辑的体系化内容架构。

知识图谱以“渠道结构设计—成员选择与激励—供应链协同—绩效评估与控制—新技术赋能”为主线，梳理出包含超过 120 个关键知识节点、380 个关联关系的网状知识结构，清晰展现知识层级与模块间联系，帮助学生建立系统化认知框架。

问题图谱则紧扣当前企业面临的真实复杂问题，设置高价值议题链，例如“传统渠道与线上渠道冲突如何治理？”“如何设计全渠道整合策略以实现消费者无缝体验？”“大数据如何驱动渠道精准决策？”等。以这些问题为导向，课程设计了一系列探究式任务和项目实践，引导学生开展分析、协作与解决，强化知识在真实语境中的迁移能力。

能力图谱紧密围绕市场营销专业的人才培养目标与行业实际需求，明确了学生在五大核心领域的胜任力标准，包括渠道规划、数据洞察、冲突协调、团队协作及创新决策<sup>[7]</sup>。该图谱进一步将这些能力细化为可观察、可量化的行为指标，全面融入课程的教学实施与评价机制中，确保能力培养贯穿教学全过程。

## 三、教学创新与特色

### （一）深度融合的混合式教学模式

课程突破传统课堂教学时空限制，系统构建了“课前线上自主学习—课中线下研讨与实践—课后延伸拓展与竞赛反思”三阶段教学模式。课前，学生通过在线平台完成基础理论知识学习，包括视频观看、课件研读和在线自测；课中则聚焦重难点突破，开展案例研讨、小组协作、虚拟仿真实验和角色模拟等互动活动，例如模拟渠道谈判或设计全渠道整合方案；课后借助项目实践、竞赛参与和反思报告，推动知识内化与能力迁移<sup>[8]</sup>。这一模式有效实现了线上线下教学环节的有机衔接和功能互补，显著提升了学生的学习深度与参与度。

### （二）问题导向与真实案例驱动的教学实施

课程坚持以企业真实问题作为教学切入点，围绕“渠道冲突治理”“全渠道数据融合”“线上线下协同”等业界痛点，引入一系列高质量企业案例<sup>[9]</sup>。通过案例分析、虚拟仿真实验和项目式学习，引导学生深入现实商业场景，主动探究解决方案。例如，使用虚拟仿真平台模拟不同渠道策略下的市场反应，或分析知名零售企业的全渠道实践，使学生不仅掌握理论工具，更锤炼了在复杂情境下的判断力、分析力和解决问题的实战能力。

### （三）“学赛一体、以赛促创”的协同育人机制

课程积极推行“学赛一体化”设计，依托“CMAU 全国大学生市场研究与商业策划大赛”“全国大学生市场调查与分析大赛”

等学科竞赛平台，将竞赛主题、项目任务与课程内容紧密衔接。学生课程学习成果可直接转化为竞赛作品，竞赛中遇到的真实问题也可反哺课堂讨论与内容迭代<sup>[10]</sup>。这一机制有效激发了学生的学习动力与创新热情，培养了其团队协作、数据洞察和商业策划等综合能力。近年来，课程学生多次在省级及以上竞赛中获奖，体现了“以赛促学、以赛促创、以赛促教”的良好效果。

## 四、课程评价与成效

课程秉持“以评促学、以评促教”的理念，构建了“过程与结果兼顾、线上与线下结合、知识与能力并重”的多元评价体系。在过程性评价方面，依托智能教学平台自动采集学生视频观看、章节测试、讨论发帖、虚拟实验操作等全过程数据，实时追踪学习进度与知识掌握情况；在结果性评价方面，综合期末考核、项目报告、竞赛成果等多种形式，全面衡量学习产出。同时，将教师评价、学生自评与互评、企业专家评价纳入考核机制，并积极引入社会学习者反馈，形成多维度、立体化的评价网络。

实践表明，《全渠道营销》智慧课程的建设取得了显著成效。学生的课程参与度与自主学习意愿显著提升，线上教学资源平均使用率增长超过40%，课堂互动频率和质量也明显增强。在知识掌握方面，学生的课程考核通过率和优秀率持续提高；在实践能力方面，多名学生在全国性商业策划大赛和创新创业竞赛中获奖，展现出出色的渠道设计能力、数据分析能力和团队协作水平。此外，该课程的资源已实现多校共享，累计选课人数逾万人，赢得了兄弟院校和行业企业的高度评价，形成了广泛的示范与辐射效果。

## 五、结语与展望

《全渠道营销》智慧课程建设是广东财经大学推进教学数字化改革的一项成功探索。今后，课程团队将进一步深化知识图谱构建，扩大虚拟仿真技术的应用范围，加强跨校协同与社会服务能力，持续提升课程的智能化水平和示范引领作用，为数字经济时代培养具备全面素养的高水平营销人才提供坚实支撑。

## 参考文献

- [1] 黎中彦. 基于首要教学原理的“应用多元统计分析”混合式教学模式改革研究[J]. 大众科技, 2023, 25(06): 130-133. DOI: CNKI: SUN: DZJL.0.2023-06-030.
- [2] 姚凤民. 广东商学院财政学(税务)专业实践教学体系的构建与创新[J]. 内蒙古财经学院学报(综合版), 2007, (03): 4-7. DOI: CNKI: SUN: NMCJ.0.2007-03-001.
- [3] 牟琳. ASSURE混合式教学在《财务数据处理》课程中的实践与优化研究[D]. 广东技术师范大学, 2023. DOI: 10.27729/d.cnki.ggdjs.2023.000273.
- [4] 李宏, 毛玮婧, 吴春霞. 设计介入乡村振兴在产品设计专业课程中的实践探索[J]. 山东农业工程学院学报, 2021, 38(04): 101-105. DOI: 10.15948/j.cnki.37-1500/s.2021.04.018.
- [5] 周璐, 马永远, 李丹. 基于“岗课赛证”的财经专业RPA课程教学改革[J]. 教育观察, 2023, 12(31): 27-30+69. DOI: 10.16070/j.cnki.cn45-1388/g4s.2023.31.032.
- [6] 张华. “新文科”建设: 从理论走向实践——以广东财经大学为例[J]. 大学, 2022, (07): 22-25. DOI: CNKI: SUN: DXYP.0.2022-07-006.
- [7] 陈燕, 曹晓静. 基于学习质量保障体系(AOL)的课程建设研究——以“国际贸易(双语)”课程为例[J]. 黑龙江教育(理论与实践), 2021, (07): 80-81. DOI: CNKI: SUN: HJLL.0.2021-07-032.
- [8] 唐雅文, 李惠, 程小柳. 高等继续教育网络课程建设研究——以广东财经大学继续教育学院为例[J]. 高等继续教育学报, 2019, 32(05): 19-25. DOI: CNKI: SUN: GDHS.0.2019-05-003.
- [9] 周凌, 阮银兰. 移动学习资源的设计与开发——以广东开放大学财经类课程为例[J]. 广东开放大学学报, 2019, 28(06): 20-25. DOI: CNKI: SUN: GDGB.0.2019-06-005.
- [10] 张芳, 李政. 计量经济学课程思政教学改革成效分析——以广东财经大学金融专硕为例[J]. 金融理论与教学, 2023, (05): 89-94. DOI: 10.13298/j.cnki.ftat.2023.05.004.