

AIGC 赋能高职数字营销产教融合模式创新研究

黄熙熙

浙江安防职业技术学院，浙江 温州 325000

DOI:10.61369/EIR.2025050020

摘 要： 随着 AIGC 技术的快速发展，数字营销行业正经历深刻变革，对高职院校人才培养提出全新要求。本文围绕产教融合的现实困境，提出 AIGC 赋能下高职数字营销人才培养的模式重构框架。通过分析 AIGC 在课程内容更新、实训场景仿真与校企协同机制优化三方面的赋能逻辑，构建以“课程体系—教学场景—评价机制—校企协同”为核心的四维重构模型。研究表明，AIGC 技术能够有效推动高职数字营销教育向智能化、生态化方向转型，为培养符合产业需求的复合型人才提供理论依据与实践参考。

关 键 词： AIGC；数字营销；产教融合；模式重构

Research on the Innovation of Digital Marketing Industry-Education Integration Mode in Higher Vocational Education Enabled by AIGC

Huang Xixi

Zhejiang College of Security Technology, Wenzhou, Zhejiang 325000

Abstract： With the rapid advancement of AIGC technology, the digital marketing industry is undergoing profound transformation, presenting new requirements for talent cultivation in higher vocational colleges. This paper addresses the practical challenges in industry-education integration by proposing a framework for reconstructing digital marketing talent development models in vocational education through AIGC empowerment. By analyzing three key applications of AIGC—curriculum content updates, simulation of practical training scenarios, and optimization of school-enterprise collaboration mechanisms—we establish a four-dimensional reconstruction model centered on "curriculum system—teaching scenarios—evaluation mechanisms—school-enterprise collaboration." Research findings demonstrate that AIGC technology can effectively drive the intelligent and ecosystem-oriented transformation of digital marketing education in vocational colleges, providing theoretical foundations and practical references for cultivating industry-aligned interdisciplinary talents.

Keywords： AIGC; digital marketing; industry-education integration; model reconstruction

引言

党的二十大报告明确指出，要“推进教育数字化，建设全民终身学习的学习型社会、学习型大国”。职业教育作为与产业发展联系最为紧密的教育类型，其数字化转型已成为必然趋势。数字营销作为数字经济时代的核心驱动力之一，其技术迭代与模式创新日新月异，特别是以 ChatGPT、DeepSeek 等为代表的 AIGC 技术正重塑营销内容的生产方式、用户洞察的分析维度以及广告投放的优化策略。这一变革促使企业对数字营销人才的能力要求从传统的技能操作，转变为具备 AI 工具应用能力、数据驱动思维和跨界创新能力的复合型技能。

反观当前高职院校数字营销人才培养，虽在产教融合方面进行了“订单班”、“产业学院”等有益探索，但仍存在三大突出矛盾：其一，课程更新速度滞后于技术迭代速度，导致教学内容难以契合企业真实的 AIGC 应用场景；其二，校内科创平台的真实性与复杂性有所欠缺，学生难以积累应对市场不确定性的实战经验；三是产教融合机制多为浅层合作，企业缺乏深度参与人才培养的内生动力，导致教学与岗位需求存在“最后一公里”的差距。

因此，如何高效运用 AIGC 这一颠覆性技术，破解当前产教融合的难题，重构高职数字营销人才培养体系，已成为亟待深入研究的重大课题。本研究旨在探索 AIGC 技术赋能下数字营销产教融合新模式，为高职院校相关专业改革提供理论指导与实践参考。

基金项目：浙江安防职业技术学院 2022 年产教融合育人项目《数字营销技术应用人才培养基地》（项目编号：CJRH2022Y01）。

作者简介：黄熙熙，女，硕士，讲师，浙江温州人；研究方向：区域经济、职业教育。

一、AIGC赋能数字营销产教融合的内在逻辑与价值

AIGC技术并非与职业教育简单叠加的辅助工具，而是能够深度重塑产教融合生态系统、破解其核心难题的关键赋能者。AIGC技术凭借其强大的内容生成、数据洞察及流程自动化能力，精准聚焦并突破了传统数字营销人才培养中的三大核心痛点，进而构建起“技术赋能—痛点破解—价值创造”的闭环逻辑（如图1所示）。

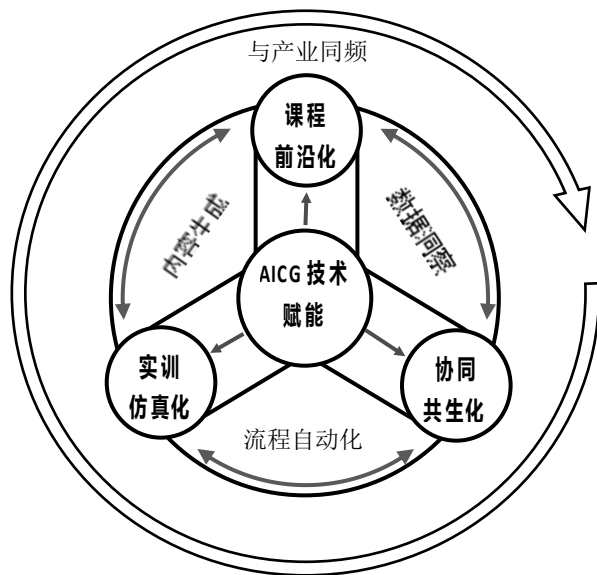


图1：AIGC技术赋能数字营销人才培养模式重构逻辑结构图

（一）破解课程滞后，赋能内容前沿化

在数字营销领域，技术迭代周期极为短暂，新的平台、算法、工具和策略不断涌现。而高职教育的传统课程体系与教材开发流程较长，导致教学内容往往滞后于行业实践1~2年，学生所学技能毕业后可能已然过时。这种“时间差”是制约人才培养质量的首要瓶颈。

AIGC技术本身即当前数字营销领域最前沿的生产力工具。AIGC工具（如AI文案生成、AI图像设计、AI视频剪辑、AI智能客服、AI数据分析平台）本身就可以作为核心教学内容。相较于固化教材，基于AIGC的课程模块能够随时根据技术迭代和行业最佳实践进行动态更新。教师可引导学生探索如何利用最新发布的AIGC模型解决特定营销问题，使课程内容保持动态更新，与产业发展同频共振^[1]。

（二）颠覆传统实训，实现场景仿真化

传统实践教学多依赖模拟软件或有限的真实项目，存在明显瓶颈：其一，真实企业项目风险高、成本大，难以大规模引入教学；其二，市场环境动态且不可逆，学生无法对同一营销活动进行多次试错与优化；其三，实训场景的复杂性和真实性不足，难以培养学生应对真实市场不确定性的能力。

借助AIGC与数字孪生技术，可构建高仿真虚拟市场环境，生成多样化AI消费者画像并模拟动态竞争态势。学生在此“沙盘”中开展全流程营销实战，其制定的定价、渠道、促销等策略可由系统实时执行，并生成点击率、转化率、用户评论等市场反馈数

据。学生可运用AIGC工具对虚拟或真实项目进行海量内容创意，零成本提升创作与优化能力。

（三）重塑协同机制，驱动融合共生化

传统的“订单班”“顶岗实习”等模式经常面临“校热企冷”的困境。究其原因，企业投入资源参与人才培养的回报率不明确或不够直接，导致合作多停留在提供实习岗位的浅层阶段，缺乏深度参与课程开发、项目指导及联合研发的内生动力^[2]。

AIGC通过技术平台将学校的人才培养过程与企业的生产运营过程有机融合，创造显性的、即时的共享价值^[3]。校企共建的“AIGC营销工作室”依托于先进的人工智能生成内容（AIGC）技术，能够承接企业的真实小微项目。对企业而言，这意味着获得了低成本、高效率、充满创意的“外部脑库”和解决方案。校企可以基于AIGC平台共同开展针对特定行业或区域的营销应用研究，学校提供智力支持，企业提供场景和数据，研究成果反哺教学与应用，形成良性循环^[4]。

综上所述，AIGC的赋能逻辑呈现为一个由技术驱动、精准破解行业痛点、最终达成价值创造的闭环体系。它通过推动课程、实训、协同三大核心环节的深度变革，为重构高职数字营销人才培养模式提供了关键支撑。

二、AIGC赋能下高职数字营销产教融合的模式重构框架

基于AIGC赋能的内在逻辑，本研究构建了一个以AIGC技术为底层支撑、四维联动的一体化重构框架（如图2所示）。

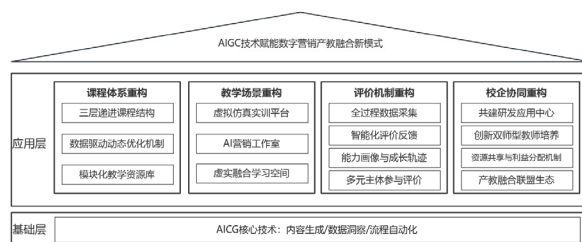


图2：AIGC赋能的高职数字营销产教融合模式重构框架图

（一）课程体系重构：从模块化到“AIGC+营销”的智能适配

1. 构建“基础—融合—创新”的三层递进课程结构。首先，需打破原有僵化的课程结构，构建层次分明、循序渐进的课程体系。在基础认知层，开设《AIGC技术原理与应用导论》、《人工智能伦理与法规》等通识性课程，重点培养学生对AIGC技术的基本认知、工具使用能力和正确的技术伦理观^[5]。此层次的目标在于让学生“懂AI”，为后续的专业学习筑牢根基。

在专业融合层面，需将AIGC技术深度融入现有专业课程体系。例如，在《数字营销策划》课程中融入AIGC辅助市场分析与策略制定的内容；在《内容营销》课程中增设AI文案创作、AI图像生成等模块；在《数据分析》课程中强化AI驱动的情感分析、用户画像构建等实践环节。此层次强调“用AI”，达成AIGC技术与专业技能的有机融合。

在实战创新层，则应设立《AIGC营销综合实战》、《数字

营销创业实践》等跨学科、项目化的课程。通过引入企业真实项目，让学生以团队形式综合运用各类 AIGC 工具解决复杂的营销问题，培养其创新思维与实战能力。此层次着重于“创价值”，实现从技能学习到价值创造的跨越。

2. 建立数据驱动的课程动态优化机制。利用自然语言处理等先进技术，可以实时抓取和分析招聘网站的技能要求、行业报告的关键词变化、新兴平台的营销案例等海量数据，从而智能识别行业最新趋势和技能需求变化。这些分析结果可以作为课程内容调整的客观依据，建立课程内容的动态更新机制。

同时，基于学生在 AIGC 实训平台的学习行为数据和成果数据，可以对课程难度、教学内容安排进行精准优化。这种基于学习数据的课程优化，能够真正实现“因材施教”和“按需培养”。

3. 开发模块化、可组合的 AIGC 数字营销教学资源库。为支撑动态课程生态的运作，需构建一个持续更新的教学资源库。该资源库应涵盖 AIGC 工具教程库、行业案例库、项目任务库及评估标准库等模块。各模块均采用标准化接口设计，能够依据不同的专业方向与培养目标进行灵活组合，以满足不同院校的个性化需求。同时，建立开放共享机制，鼓励教师、企业专家共同参与资源的建设和更新，并建立合理的激励制度，确保资源库的活力和可持续性。

（二）教学场景重构：从实训室到“虚实融合”的沉浸式生态

1. 打造 AIGC 驱动的数字营销虚拟仿真实训平台。通过构建数字孪生市场环境，能够精准模拟不同行业、区域及消费群体的特征与行为模式。该平台的核心优势在于其高度的真实性与可重复性^[6]。例如，学生可以利用 AIGC 技术为虚拟品牌创作广告文案和视觉素材，在模拟的社交媒体平台上进行广告投放，并实时收集用户反馈以及分析投放效果数据。

2. 建设“AI 营销工作室”实现产学研一体化。“AI 营销工作室”是一种理想的形式，它将企业真实项目引入校园，按照真实工作流程和标准组织教学。工作室可以设立内容创作组、数据分析组、策略策划组等，由学生轮岗担任不同角色。

企业导师和专业教师共同指导学生利用 AIGC 技术，如在社交媒体平台上进行精准营销活动，完成的作品可直接满足企业需求，优秀方案甚至能直接被企业采用。这种“教学即生产”的模式，显著增强了学习的实践性与成就感。

3. 构建线上线下融合的混合式学习空间。传统教室需升级为支持小组协作、项目研讨的智慧教室，并配备必要的 AIGC 软件与硬件工具。同时，需构建与虚拟实训平台和 AI 营销工作室无缝对接的线上学习管理系统，以支持学生随时随地开展学习。

（三）评价机制重构：从结果性到“数据驱动”的动态精准评价

1. 建立全过程学习数据采集系统。在虚拟实训平台、AI 营销工作室等学习场景中设置数据采集点，自动记录学生的学习行为数据，如任务完成时长、工具使用频次、方案修改次数、团队协作成效等^[7]。同时，还要收集学生的学习成果数据，包括 AIGC 生成内容的质量评估维度（如准确性、连贯性、创意与创新、读者

互动与反馈）、营销方案的完整性评估、以及项目执行的效果指标（如内容的受欢迎程度、传播效果、用户参与度等）。这些过程性数据与结果性数据共同构成了学生能力评价的客观依据。

2. 开发基于 AIGC 的智能评价与反馈系统。借助自然语言处理技术，可自动评估学生撰写的营销方案在结构完整性、逻辑严谨性及创意新颖性方面的表现；计算机视觉技术可以分析学生设计的广告图片的视觉吸引力和品牌契合度。更重要的是，AIGC 系统能够根据评价结果生成个性化的学习建议。这种即时且精准的反馈机制，显著提升了评价的教育效能。

3. 构建综合能力画像与成长轨迹图。基于采集的多维数据，可以为每位学生生成数字营销能力画像，直观展示其在内容创作、数据分析、策略规划等不同维度的能力水平。该画像既涵盖静态能力评估，也呈现能力动态发展轨迹。对学生而言，可以帮助其清晰认识自身优势与不足，指导学习规划；对教师而言，可以实现精准的教学干预和个性化指导；对企业而言，可以提供翔实的人才能力证明，提高招聘效率。

4. 实施多元主体参与的评价机制。引入企业导师、AI 系统、同学等多元评价主体。企业导师基于行业实际需求评估学生作品的应用价值；AI 系统提供客观且一致的技术性评价；同学互评有助于培育学生的批判性思维与协作精神。不同评价主体的权重可依据评价内容与目的进行动态调整。

（四）校企协同重构：从项目合作到“命运共同体”的生态共建

1. 共建 AIGC 数字营销研发与应用中心。通过学校提供场地和基础设备，企业投入最新的 AIGC 工具和行业数据，共同组建研发团队，实现了校企双方资源的互补和深度合作^[8]。中心可以开展多种形式的合作：一是针对行业共性技术问题开展应用研究；二是为企业提供技术咨询和解决方案；三是将研究成果转化为教学资源和商业产品。

2. 创新“双师型”教师队伍培养机制。一方面，定期选派教师到合作企业挂职锻炼，参与实际营销项目，积累 AIGC 技术应用的实战经验；另一方面，邀请企业专家到学校担任产业导师，不仅参与教学，还与校内教师共同开展课程开发和教学研究。此外，还可以建立“教师-工程师”结对机制，校内教师与企业技术专家组成固定搭档，共同指导学生项目，合作开展技术攻关。这种紧密的协作关系有助于消弭理论与实践间的隔阂。

3. 构建资源共享与利益分配机制。在校企共建的 AIGC 平台中，明确数据所有权、知识产权归属和利益分配原则是至关重要的，这需要重塑规则以适应 AIGC 与版权法规的互动，并考虑利用区块链技术等创新手段来平衡利益相关者的权益。同时，要建立开放的平台接口，允许不同企业根据自身需求接入特色工具和数据，丰富平台资源。这种开放生态有助于吸引更多企业参与，形成良性循环。

4. 打造数字营销产教融合联盟。单一学校与企业的合作资源有限，可以基于 AIGC 平台构建区域性或行业性的数字营销产教融合联盟^[9]。联盟成员涵盖高职院校、本科院校、行业协会及上下游企业，通过资源共享、标准共建、人才共育，形成规模效应，

提升整体人才培养质量。

三、结论与展望

AIGC技术的浪潮给高职数字营销教育带来了挑战，更提供了前所未有的改革契机。本研究提出的以 AIGC 为赋能核心的产教融合四维重构框架及其实现路径，旨在推动人才培养从传统模式向

智能化、生态化模式转变。未来，随着 AIGC 技术的持续演进，高职院校需保持敏锐的行业洞察力，动态调整育人模式，同时在数据安全、技术伦理、学生批判性思维培养等方面加强研究，方能在数字经济的时代洪流中，培养出真正满足产业需求的卓越数字营销人才。

参考文献

- [1] 李洋, 桂泽堃. AIGC 赋能混合式教学: 理念创变、资源优化和模式变革 [J]. 科教文汇, 2024(09): 53–57.
- [2] 汪佳. 数字经济背景下互联网营销师资队伍建设路径研究 [J]. 产教融合研究, 2024, 6(6): 45–55.
- [3] 王琳, 刘建国. AIGC 技术在高职教育中的应用路径探析 [J]. 中国职业技术教育, 2024(12): 62–68.
- [4] 陈静, 赵一鸣. 数字营销人才培养的产教融合机制研究 [J]. 教育现代化, 2023, 10(25): 88–92.
- [5] 吴晓波, 李丽. 人工智能时代职业教育课程重构的逻辑与路径 [J]. 职业技术教育, 2024, 45(15): 36–41.
- [6] 周涛, 徐静. 基于 AIGC 的虚拟仿真实训教学模式研究 [J]. 实验技术与管理, 2025, 42(1): 112–117.
- [7] 刘畅, 高敏. 教育大数据驱动的学习评价模型构建研究 [J]. 远程教育杂志, 2023, 41(4): 45–53.
- [8] 胡波, 孙伟. 产教融合背景下高职数字营销专业群建设路径研究 [J]. 职业教育研究, 2024(5): 34–39.
- [9] CHENG EWL, LI H. Understanding the key barriers and enablers of industry–university collaboration: A meta–synthesis[J]. Studies in Higher Education, 2023, 48(5): 678–693.