

# 基于市场营销学理论的高职数字素养培养模式构建研究 ——以市场营销专业为例

朱艳丽, 陈秀香, 陈洪岐

滨州职业学院, 山东 滨州 256600

DOI: 10.61369/ETR.2025430034

**摘 要 :** 本文针对数字经济背景下高职市场营销专业学生数字素养培养与产业需求脱节的核心问题, 创新性地将市场营销学理论系统迁移至人才培养领域, 研究构建了一套以“目标市场理论”为定位导向、以“4P 产品组合策略”为内容框架、以“4P 渠道策略”为实施路径、以“三协同”为运行保障的数字素养培养模式。该模式旨在实现从“教什么学什么”到“市场需求什么我们培养什么”的根本性转变, 为高职市场营销专业乃至整个商科领域的数字化教学改革提供兼具理论深度与实践价值的数字素养培养系统解决方案。

**关 键 词 :** 市场营销学理论; 高职教育; 数字素养; 培养模式; 4P 策略

## Research on the Construction of Digital Literacy Training Model in Higher Vocational Education Based on Marketing Theory — Taking the Marketing Major as an Example

Zhu Yanli, Chen Xiuxiang, Chen Hongqi

Binzhou Vocational College, Binzhou, Shandong 256600

**Abstract :** This paper addresses the core issue of the disconnect between the cultivation of digital literacy among vocational college marketing students and industry demands in the context of the digital economy. It innovatively transfers the systematic framework of marketing theory to the field of talent cultivation, proposing a digital literacy training model. This model is positioned with the "Target Market Theory," structured around the "4P Product Mix Strategy," implemented through the "4P Distribution Strategy," and supported by the "Three Synergies." The model aims to achieve a fundamental shift from "teaching what is learned" to "training what the market demands," providing a theoretically profound and practically valuable systematic solution for digital literacy cultivation in vocational college marketing and the broader business education sector.

**Keywords :** marketing theory; higher vocational education; digital literacy; training model; 4P strategy

### 引言

数字经济催生产业业态深刻变革, 数字素养成为高职市场营销人才的核心竞争力。然而, 当前培养体系存在目标与需求脱节、内容与技术断层、模式与规律不符等结构性问题。为此, 本研究创新应用市场营销学理论, 基于前期构建的“高职市场营销专业数字素养框架”, 构建理论驱动型培养模式, 为职业教育改革提供可落地的解决方案。

### 一、理论基石: 市场营销学理论在人才培养中的迁移与应用

职业教育与市场营销在核心逻辑上具有内在一致性, 均以“需求导向”为基本原则, 这为理论迁移提供了充分的理论依据。具体而言, 目标市场理论 (STP) 通过系统的市场细分、精准的目标市场选择与差异化的市场定位, 为数字素养培养目标的确定提供

了科学的“导航系统”, 确保人才培养方向与区域经济发展需求高度契合。4P- 产品组合策略 为课程体系构建提供了完整的“设计蓝图”, 通过系统规划课程产品的广度 (构建多元课程模块)、深度 (划分能力层级) 与关联度 (建立课程衔接机制), 形成结构化的“数字素养产品矩阵”, 有效解决传统课程设置碎片化、分散化的问题。4P- 渠道策略 则为培养过程实施提供了创新的“组合方案”, 通过构建“三课堂”协同的长渠道模式, 实现教学资源的

基金项目: 本文系2023年山东省职业教育教学改革研究项目“数字经济背景下高职市场营销专业学生数字素养培养研究与实践”(项目编号: 2023307)的阶段性研究成果。

多维覆盖与培养环节的有机衔接,全面提升人才培养的系统性和有效性<sup>[1]</sup>。

## 二、模式构建：理论驱动的数字素养培养四维模型

基于前期研究构建的包含3个一级维度、12个二级维度及22个三级维度的“高职市场营销专业数字素养框架”，本研究诊断出AI应用能力、计算思维、数字评估决策等关键能力短板，并以此为依据构建了“目标定位—内容体系—实施路径—保障机制”四维一体培养模式（图1），系统回应了数字素养培养的顶层设计需求。

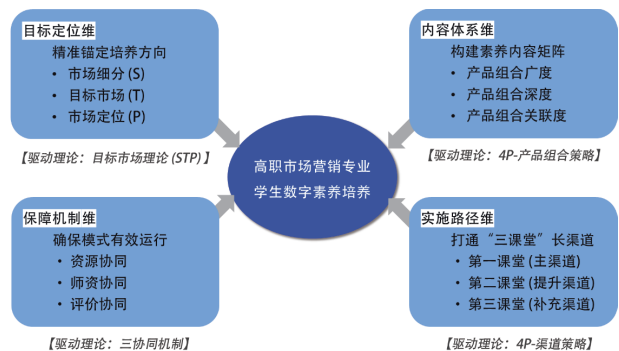


图1 理论驱动的数字素养培养四维模型

### （一）目标定位维：以“目标市场理论”精准锚定培养方向

以山东省农业数字化转型升级为战略背景，通过对农产品电商、数字营销、农业大数据分析等新兴领域的深入调研，项目组将培养目标具体细分为数字营销策划、新媒体运营、农产品直播销售、农业品牌数字化管理等专业方向<sup>[2-3]</sup>。基于目标市场理论的精准定位，最终确定人才培养的核心定位为：培养具备深厚“三农”情怀、掌握现代数字营销工具与方法、精通农业全产业链数字化运营的复合型技术技能人才。这一精准定位确保了数字素养培养既符合区域经济发展需求，又体现专业办学特色。

### （二）内容体系维：以“4P-产品组合策略”构建相融共生的素养矩阵

本研究运用产品组合策略的系统思维，构建了层次分明、相互支撑的数字素养课程体系，并前瞻性地融入了生成式人工智能（AIGC）等前沿技术内容。

在产品组合广度方面，建立了“基础素养—专业应用—实践发展”三级课程体系。基础素养课程聚焦“数字公民”培育，着力培养学生的数字公民意识与基本数字技能；专业应用课程聚焦“数字职业”塑造，着力数字营销专业能力的系统培养；实践发展课程聚焦“数字创新”引领，通过真实项目驱动学生数字创新能力的提升。三级课程由通识到专精、由认知到创新逐级进阶，形成了完整的数字素养培育链。

在产品组合深度方面，基础素养课程通过《信息技术》等课程培育数字伦理与安全，构建学生的数字素养基础，夯实学生的数字公民素养；专业应用课程采取“换代”与“赋能”双轮驱动策略，对素养框架中“数据分析工具应用”与“数字评估决策”等核心能力，既开设《AIGC营销应用实战》《大数据营销分析》

等前沿课程，又在《市场调查与分析》《市场营销》等传统课程中深度融入数据分析、数字工具应用等现代营销技能，确保学生掌握前沿生产力工具；实践发展课程通过“农产品品牌数字化推广”等真实项目，并将数字技能大赛、1+X数字营销证书标准融入考核，锤炼学生的数字创新与问题解决能力，提升“数字创新创造”与“专业问题解决能力”等高阶维度能力<sup>[4-6]</sup>。

在产品组合关联度方面，建立跨课程的核心素养贯通培养机制。以“数据驱动决策能力”培养为例，该能力在《商务数据分析》课程中学习理论方法奠基，在《新媒体营销》课程中通过分析运营数据并优化策略等技能学习深化，在《营销策划》课程中在实践中完成数据驱动的策划案实现综合应用，最终在顶岗实习中完成实践验证，形成了螺旋上升的能力培养路径。

### （三）实施路径维：以“4P-渠道策略”打通“三课堂”长渠道培养模式

第一课堂（教学主渠道）改革：推动教学方式从“灌输式”向“人机协同的项目式”转变。例如，在《新媒体营销》与《AIGC营销应用实战》的联动项目教学中，以“为本地特色农产品策划并执行一次小红书平台推广”为项目任务，学生在完成项目的过程中，综合利用大语言模型进行洞察、AI工具进行创作，在真实任务中掌握数字技能。

第二课堂（提升渠道）拓展：建设“数字营销工坊”与“AI营销工坊”，承接企业微任务，如AIGC内容创作，鼓励学生社团围绕数字营销开展活动，并将假期社会实践主题与数字技能服务乡村相结合<sup>[7]</sup>，让学生在实战中提升数字应用与创新能力。

第三课堂（补充渠道）赋能：充分利用超星学习通等平台，构建以微课、案例库、行业前沿报告为核心的线上资源库。支持学有余力的学生自主选修AI视频剪辑等线上课程，鼓励其考取相关的微认证，构筑个性化的AI技能树，赋能终身学习。

### （四）保障机制维：以“三协同机制”确保模式有效运行

本模式的有效运行与持续迭代，依赖于“资源、师资、评价”三协同的系统化保障机制。

资源协同奠定物质基础。建立“政—行—企—校”四方联动机制，整合各方资源。政府提供政策支持，行业协会发布人才标准，企业提供真实项目和技术平台，学校则整合资源，建设集教学、实训、生产、研发于一体的“中裕产业学院”，从资源层面保障教学内容和先进性与实战性。

师资协同提供关键动力。实施“双师”共育与“AI技能提升”计划，打造校企双师团队。一方面，设立“教师企业工作站”，定期选派教师至合作企业顶岗实践；另一方面，聘期企业专家担任“产业导师”，深度参与课程设计与项目指导。此外，定期开展“AIGC教学应用”专项工作坊，提升教师数字化教学能力，从师资层面保障模式执行效果。

评价协同引领优化导向。构建“四维主体、三阶维度”的质性评价体系，实施全过程跟踪评价。建立学生（自评）、教师（课程评价）、辅导员（素养观察）与企业导师（实践评价）四方联动机制<sup>[8]</sup>；围绕数字素养“学习理解—应用实践—迁移创新”的进阶路径开展多层次评估，形成持续改进的反馈闭环，从评价层

面保障培养质量的持续提升。

### 三、实践成效与反思

#### （一）实践成效初步显现

本培养模式在滨州职业学院市场营销专业的试点应用中，已在学生成长、教学创新与课程建设三个层面取得显著阶段性成果。特别是在响应人工智能技术变革方面，采取了前瞻性布局并已收获初步效果。

在学生成长方面，数字营销技术应用 X 证书通过率连续三年保持 100%，学生在“挑战杯”“互联网+”等创新创业大赛中获得省级以上奖项多项，特别是在 2024 年山东省职业院校技能大赛“商务数据分析”赛项中荣获三等奖，体现了学生数据素养的显著提升。更值得注意的是，通过 AIGC 工具的深度融入，学生在市场调研、内容创作、营销策划等环节的工作效率大幅提升，创意思维和数字表达能力得到明显增强。

在教学创新与课程建设方面，改革的系统性与纵深性得以体现。一方面，师资团队的数字化教学与研究能力稳步提升，成功申报多项数字化教改课题，并校企合作开发了《商务数据分析》、《短视频与直播运营实战》等一批紧贴行业实践的特色校本教材与案例库，实现了教学内容的同步更新<sup>[9-10]</sup>。另一方面，课程体系完成了系统性重构，在新一轮人才培养方案修订中，显著增加了数字化课程的比重与深度，确保了数字素养培养在制度层面的有效落地。

#### （二）现实挑战与优化路径

尽管试点成效显著，实践过程中亦暴露出亟待解决的深层挑战，主要集中在师资转型与产教融合两方面。

其一，师资队伍数字素养结构性不均。部分传统学科背景的教师面临知识结构老化、数字化教学理念与技能不足的转型困境，这成为新模式全面铺开的关键瓶颈。

其二，产教融合的数据壁垒有待突破。企业出于商业机密与数据安全的考量，在向教学开放全真业务数据时存在固有顾虑，导致部分实践教学情境的真实性不足，与一线实战存在“最后一公里”的差距。

针对上述挑战，项目组正通过多路径积极破局：建立“数字素养提升工作坊+企业实践基地”的双轨培训机制，帮助教师完成数字化教学转型；与合作企业共同开发“教学专用脱敏数据库”，在保护企业核心数据的同时确保教学内容的真实性；同时建立产业技术动态追踪机制，确保培养内容与行业技术发展同步。

### 四、结论与展望

本研究构建的以市场营销学理论为底层逻辑的数字素养培养模式，不仅有效解决了市场营销专业数字素养培养的具体问题，更重要的是提供了一种“用专业理论重构专业人才培养”的可迁移方法论。这种模式强调理论指导与实践创新的统一，系统设计与个性发展的结合，为高职院校的数字化教学改革提供了新思路。

展望未来，我们将从两个方向持续深化研究：一是构建更加精细化的教师数字素养发展模型，建立分层分类的教师发展体系；二是探索将大数据技术融入人才培养质量评价，开发数字素养成长追踪系统，实现人才培养过程的精准监测与持续优化。通过这些探索，我们期望能够为职业教育数字化转型提供更多可复制、可推广的实践经验。

### 参考文献

- [1] 中央网络安全和信息化委员会. 提升全民数字素养与技能行动纲要 [EB/OL]. (2021-11-05)[2024-07-20]. [http://www.cac.gov.cn/2021-11/05/c\\_1637708867331677.htm](http://www.cac.gov.cn/2021-11/05/c_1637708867331677.htm).
- [2] 国务院. 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要 [EB/OL]. (2021-03-13)[2024-07-20]. [http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content\\_5592681.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm).
- [3] 教育部. 教师数字素养 [J]. 中华人民共和国教育部公报, 2022(21): 4-7.
- [4] 山东省教育厅. 山东省提升全民数字素养与技能行动实施方案 [Z]. 2022.
- [5] 郭福春. 高职院校数字化人才培养的现实需求与实践进路 [J]. 中国职业技术教育, 2023(4): 43-47+74.
- [6] 杨莹, 吴伟伟. 高职学生数字素养培育的时代需求、现实困境与实现路径 [J]. 职业教育研究, 2024(5): 61-69.
- [7] 耿荣娜. 信息化时代大学生数字素养教育的关键影响因素研究 [J]. 情报科学, 2020, 38(9): 42-48.
- [8] 严明. 我国外语类专业学生数字素养能力框架构建研究 [J]. 外语学刊, 2024(3): 67-74.
- [9] 祝智庭, 胡姣. 教育数字化转型的实践逻辑与发展机遇 [J]. 电化教育研究, 2022, 43(1): 5-15.
- [10] 洪爽, 周向军. 高职学生数字化学习能力现状及提升策略 [J]. 职业教育研究, 2024(5): 70-76.