

# 高职数字化市场营销人才培养的创新路径

陶群, 据惠

九江职业大学 经济管理学院, 江西 九江 332000

DOI:10.61369/IED.2025060010

**摘 要 :** 数字化市场营销人才的能力构成主要包括理论知识储备能力、数字化市场营销能力、软件操作与平台应用能力、学习能力和沟通表达能力。高职数字化市场营销人才培养能精准对接就业市场需求, 有助于提高学生的职业技能和核心竞争力, 但目前人才培养存在不足。通过明确数字化市场营销人才培养目标; 开发数字化课程教学内容; 灵活采用多种方式, 实现育人过程数字化; 深化校企合作, 推动育人场景数字化, 有助于推动高质量的高职数字化市场营销人才培养, 为就业市场输送更多优秀人才。

**关 键 词 :** 高职院校; 数字化市场营销人才; 数字化课程; 育人过程数字化; 育人场景数字化

## Innovative Practice of Cultivating Higher Vocational Digital Marketing Talents

Tao Qun, Ju Hui

School of Economics and Management, Jiujiang Vocational University, Jiujiang, Jiangxi 332000

**Abstract :** The ability composition of digital marketing talents mainly includes theoretical knowledge reserve ability, digital marketing ability, software operation and platform application ability, the ability to learn and communicate. Higher vocational digital marketing talent cultivation can accurately match the employment market demand, which helps to improve students' vocational skills and core competitiveness, but the current talent cultivation is deficient. By clarifying the objectives of digital marketing talent cultivation; developing digital course teaching content; flexibly adopting a variety of ways to realize the digitization of the nurturing process; deepening school-enterprise cooperation and promoting the digitization of the nurturing scene, it helps to promote the cultivation of digital marketing talents in higher vocational education and deliver more excellent talents to the employment market.

**Keywords :** higher vocational colleges; digital marketing talents; digital curriculum; digitalization of parenting process; digitalization of parenting scene

## 引言

在数字经济发展背景下, 企业对数字营销人才的需求急剧增加。但与只掌握营销理论知识层面的传统营销人员相比, 数字化营销人才是指需具备数字化思维及数字化的基本营销知识、业务能力和发展潜能, 能够胜任企业数字营销业务发展需要的各类人才<sup>[1]</sup>。这就要求高职院校在人才培养中进行适应性变革, 以提高人才培养质量, 使其更好适应工作岗位需要。然而, 就目前高职院校市场营销人才培养来看, 其课程建设和培养方式相对滞后, 数字化市场营销人才的供给不足。为转变这种情况, 有必要更新思想观念, 关注就业市场对数字化市场营销人才的需要, 并明确人才培养目标、调整课程内容、创新教学方式、深化校企合作, 以更好匹配企业需要, 提高专业人才培养的针对性和有效性。

## 一、数字化市场营销人才的能力构成

为了得到数字化市场营销人才的能力构成要素, 我们从智联招聘、领英招聘等职场社交平台数据中, 提炼任职要求的关键词, 按出现频次对这些关键词排序, 得出数字化市场营销岗位任职要求的关键词清单。通过分析得出, 数据分析、文案撰写、社交媒体营销、创意策划是数字化市场营销岗位最主要的工作内

容。任职人员应具备良好的文字表达能力、优秀的沟通技能, 能熟练使用办公软件, 且拥有良好的团队合作精神, 同时还要及时了解市场需求, 具有良好的执行力<sup>[2]</sup>。在此基础上, 本研究提炼出数字化市场营销人才的能力构成要素, 主要包括以下四个方面。

### (一) 理论知识储备能力

数字化市场营销人才的综合能力提升, 离不开充足的理论知识储备。要想更好培养高质量人才, 需要丰富的市场营销理论知识支

作者简介: 陶群 (1978—), 女, 汉族, 江西九江人, 经济学硕士, 九江职业大学经济管理学院副教授, 主要研究方向: 企业管理、产业经济。

撑。扎实、丰富的理论知识储备，是学生形成数字营销逻辑思维的基础，对培养消费洞察力和营销策划能力不可或缺。理论知识构成主要包括市场营销基础理论、营销调研、营销策划、客户关系管理等。作为任课教师，应指导高职学生加强这些理论知识学习，增加理论知识储备，为胜任数字化市场营销工作奠定基础。

### （二）数字化市场营销能力

研究中，从根据出现频次对关键词进行排序的结果来看，数据分析和文案撰写出现频次最高，说明这是数字化市场营销能力的重要组成。其主要原因是，随着企业数字化转型，数字化市场营销工作需以数据分析为导向，通过对数据的获取、统计、筛选、挖掘与分析，为市场营销提供参考，有助于推动市场营销效率提升。数据分析能力要求具备数字化思维，能熟练运用数据采集和分析工具，将复杂的数据转化为可视化数据与信息，并据此判断、评估运营质量、预测运营方向、控制运营方案，并为企业营销决策提供数据支撑和依据<sup>[3]</sup>。

### （三）软件操作与平台应用能力

在软件操作与平台应用能力培养时，主要是要求高职学生熟悉各类数据采集平台，掌握数据处理工具的使用方法。以往，学生常用调查问卷进行数据采集和分析，这种方式能发挥一定作用，但抽样可能会出现大面积盲区，所获取的数据可能会存在较大偏差，其局限性不容忽视。而在数字经济时代，市场调研更多的是关注并收集网络平台的用户数据，通过各种数据管理平台，能及时、迅速获取大量的有效数据。

### （四）学习能力和沟通表达能力

为更好适应数字时代对应用型人才培养的新要求，高职院校还需注重提升学生的综合软实力和素养，具体表现为良好的学习能力、出色的沟通表达能力。数字化市场营销人员应养成良好的学习习惯，不断提升和超越自己，更好适应社会发展新要求。数字化市场营销人员在入职后，往往需不断加强自身学习，构建多学科知识体系，这样才能快速适应工作岗位，而提高自身学习能力是促进其职业发展的重要途径。

## 二、高职数字化市场营销人才培养需解决的主要问题

高职数字化市场营销人才培养意义重大，能够精准对接就业市场对市场营销人才的需求，有助于提高学生的职业技能和核心竞争力，对推动高职院校发展也具有积极作用，但目前在人才培养中需解决以下几个主要问题。

### （一）培养目标有待明确

面对企业数字化转型，高职院校在数字化市场营销人才培养方面碎片化的提出一些构想，尚未提出明确的培养目标，或者培养目标尚未完全匹配企业实际需要。由于缺乏明确的目标指引，课程内容建设、育人过程、实习实训均还没有形成有效体系。为转变这种情况，立足于企业数字化转型需要，明确高职数字化市场营销人才培养目标十分必要。

### （二）课程内容需要完善

市场营销专业是一个紧跟时代发展的专业，由于市场处在不

断变化发展之中，因而高职市场营销专业课程内容设置也要与时俱进，注重课程内容更新，这样才能让教学和人才培养更好适应市场变化发展需要。就目前高职市场营销课程内容设置来看，均注重基本理论和实践技能培养，但未能紧跟数字化市场营销环境变化发展的需要，忽视研究分析数字经济时代市场营销的新特征，数字化技术方面的课程较少，真实案例较少，需改进和完善。

### （三）育人过程有待优化

为提升高职学生的数字化市场营销技能，在明确目标、优化课程设置的基础上，改进教学过程，实现育人过程与数字化市场营销对接是必要的。然而就目前实际情况来看，大部分高职院校缺乏数字化市场营销教学真实场景，往往将重点放在理论知识学习，整个教学过程缺少真实的数字化市场营销体验感<sup>[4]</sup>，这不仅降低了教学效果，而且还难以有效适应数字经济时代市场营销的新变化和企业发展的新需要。

### （四）实习实训存在不足

实习实训是高职人才培养的重要环节，《国家职业教育改革实施方案》强调高职院校实践教学的重要性。随着数字经济发展，在市场营销教学中同样也不能忽视学生的实习实训。高职院校应努力创造条件，组织学生参加数字化市场营销实习实训，以增强他们对工作岗位的适应性。然而，部分高职院校虽然组织学生参与实习实训，但未能很好适应数字经济时代市场营销环境的变化，数字化市场营销的实习实训内容较少，未能取得应有效果。

## 三、高职数字化市场营销人才培养的创新举措

为更好适应企业数字化转型的背景，实现高职院校人才培养和就业市场无缝对接，需要注重数字化技术应用，为新时代市场营销人才培养赋能，推动教学效果提升和高质量人才培养，使其更好适应就业市场需要。

### （一）精准定位，明确数字化市场营销人才培养目标

当前数字经济发展势头良好，并将成为我国经济增长的新引擎。随着企业数字化转型升级，新的工作岗位涌现，对数字化市场营销人才培养也提出了新要求。为此，高职院校在人才培养中，要精准定位，对接就业市场需要，明确人才培养目标。具体来说，在人才培养中要抓住数字经济发展带来的机遇，并与产业数字化保持协同，以服务区域数字化产业发展、为企业输送数字化应用型人才为目标<sup>[5]</sup>，培养“扎实掌握市场营销专业基础知识，具备数字化思维，掌握数字化营销技能”的高素质技能型和创新型人才。

### （二）围绕需求，开发数字化课程教学内容

在课程设置方面要顺应数字化时代背景和企业需求的新变化，坚持以职业本位为导向，优化课程内容设置。围绕数字营销实际工作流程，开发以工作为导向的数字化课程，从而更好培养高职学生的数字化思维能力、数字化市场营销技能以及学习能力和沟通表达能力。具体来说，根据数字化市场营销人才的能力构成，数据分析、文案撰写等能力是数字化市场营销人员的必备技

能，可以在专业基础模块上增设 Excel 与商务数据分析、营销文案写作两门课程，针对性的加强训练。（见表 1）。

表 1 高职数字化市场营销人才培养的专业课程设置

课程属性	课程模块	具体的课程设置
必修课程	公共基础模块	思想道德素质类课程（思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论）
		身体素质类课程（体育、军训等）
		基本知识与能力素质类课程（计算机、大学英语等）
	学科基础模块	市场营销基础、经济学、统计学、管理学、会计基础与原理
选修课程	专业基础模块	营销策划、营销调研、Excel 与商务数据分析（新增设课程）、营销文案写作（新增设课程）
	专业方向模块（还包括专业实习、毕业实习和毕业设计）	数字营销
		新媒体运营
		销售与客服
	公共方向模块	人文素质类课程、其他跨学科选修课程

同时，针对数字化市场营销教学真实案例较少的缺陷，以知名企业的数据报告为分析样本，介绍常用数据分析工具，让高职学生掌握数据分析步骤与方法、数据挖掘和数据分析方法，增强学生数据采集、分析和应用能力，更好适应数字化市场营销岗位需要。同时还新增设营销文案写作课程，教学中融入数字化市场营销写作实训的内容，以进一步提升高职学生的文字写作能力。

（三）灵活采用多种方式，实现育人过程数字化

为更好适应数字经济时代市场营销的新变化和企业发展的新需要，在教学中应灵活采用多种方式，增进教学过程与数字化市场营销的联系，实现育人过程数字化。例如，多开展网络策划、

网络客户管理等仿真型课堂教学，让学生更好掌握数字化市场营销策略。运用虚拟实验教学平台，体验市场调研、企业分析、营销策略制定等过程，提高学生的数字化市场营销实践技能技能。<sup>[6,7]</sup>

又如，创设市场化的教学情境，以营销策划、营销调研、数字营销等课程为基础，携手企业打造各类数字化市场营销设计大赛，并组织学生积极参赛。通过创设市场化教学情境，引导高职学生开展市场调研、创意策划、设计制作等，提高学生市场营销理论知识运用能力，更好掌握数字化市场营销技能，实现以赛促学、以赛促教的目标。

（四）深化校企合作，推动育人场景数字化

继续深化校企合作，推动产学研深度融合，高职院校要拓展实习实训基地，与企业建立长期、稳定的合作关系。通过校企合作，共同制定人才培养方案和教学计划，将数字化市场营销相关内容引入课堂教学。还可以开设基于企业实际业务的项目化实训课程，定期组织高职学生到企业开展数字化市场营销岗位实习实训，让他们进行全过程实战训练，开展数字化市场营销方案策划、创意策划和设计制作等。

四、结束语

数字经济背景下，随着大数据、人工智能等技术的发展及在众多领域的涌入，给高职市场营销人才培养也带来了深刻变革。在此背景下，高职院校应创新思维，顺应时代要求，注重数字化市场营销人才培养。通过明确数字化市场营销人才培养目标，开发数字化课程教学内容，实现育人过程数字化，推动育人场景数字化，有助于破解人才培养的不足，切实提高学生应用数字技术开展市场营销的工作能力和水平，增强对工作岗位适应性，为就业市场输送更多高质量的数字化市场营销人才。

参考文献

[1] 吕茜茜. 产业数字化转型背景下高职市场营销专业人才培养模式研究 [J]. 青岛职业技术学院学报, 2023(1): 39-43.  
[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(2): 99-101.  
[3] 郭金宇, 孔凡凤. 大数据视角下高职院校智慧课堂学习有效性分析及提升策略 [J]. 湖南邮电职业技术学院学报, 2023(4): 57-59, 81.  
[4] 吴军, 梁燕冰. 高职数字化营销人才培养的职业适应性与实践路径 [J]. 人力资源开发, 2023(9): 36-38.  
[5] 万畅. 数字技术赋能社区教育创新发展研究 [J]. 安徽电子信息职业技术学院学报, 2023(4): 84-87.  
[6] 林小兰. 基于教材视角的高职市场营销专业课程改革研究——以“市场营销”课程为例 [J]. 职业教育研究, 2023(11): 16-21.  
[7] 冉晖. 数字化时代高职院校市场营销专业教学改革研究 [J]. 柳州职业技术学院学报, 2023(2): 68-71.