

新质生产力推动下，AI 赋能新媒体营销课程 教学实践研究

字子颖

临沧技师学院，云南 临沧 677000

DOI: 10.61369/VDE.2025210028

摘 要： 在新质生产力迅猛发展的浪潮中，人工智能（AI）技术持续赋能新媒体营销，不断重构其运作机制与传播形态。传统营销方式日益被具有强互动性、强精准度、高惠众性的新媒体所替代，加之 AI 的深度赋能，更显著提升了营销效率与数据挖掘能力。在这一背景下，新媒体营销课程的数字化转型，已成为必然趋势。这不仅仅是 AI 技术的应用，还是教育观念、方法和管理的全面变革，顺应时代的发展，行业的要求，增强学生的实操素养与就业竞争力。本文立足于新质生产力的推动效应，聚焦 AI 赋能新媒体营销课程在中职教育中的教学实践，系统探讨多样化教学方法及可行的实施路径。通过文献分析、课堂观察与学生反馈等多维研究方法，构建出一套融合 AI 技术的新媒体营销教学模式，结合实证数据验证及其可行性与教学效果，以便能够为中职教育相关课程的开发改进提供借鉴和参考。

关 键 词： 新质生产力；AI；中职教育；新媒体营销；教学实践

Research on the Teaching Practice of AI-Enabled New Media Marketing Courses Driven by New-Quality Productive Forces

Zi Ziying

Lincang Technician College, Lincang, Yunnan 677000

Abstract： Amid the rapid development of new-quality productive forces, artificial intelligence (AI) technology continues to empower new media marketing, constantly reshaping its operation mechanism and communication forms. Traditional marketing methods are increasingly replaced by new media with strong interactivity, high accuracy, and broad benefits. Coupled with the in-depth empowerment of AI, marketing efficiency and data mining capabilities have been significantly improved. Against this backdrop, the digital transformation of new media marketing courses has become an inevitable trend. This transformation is not only the application of AI technology, but also a comprehensive reform of educational concepts, methods, and management. It conforms to the development of the times and the requirements of the industry, and enhances students' practical literacy and employability. Based on the driving effect of new-quality productive forces, this paper focuses on the teaching practice of AI-enabled new media marketing courses in secondary vocational education, and systematically explores diversified teaching methods and feasible implementation paths. Through multi-dimensional research methods such as literature analysis, classroom observation, and student feedback, a new media marketing teaching model integrating AI technology is constructed. Combined with empirical data, its feasibility and teaching effects are verified, so as to provide reference for the development and improvement of related courses in secondary vocational education.

Keywords： new-quality productive forces; AI; secondary vocational education; new media marketing; teaching practice

引言

2019年1月，国务院印发《国家职业教育改革实施方案（以下简称方案）》指出没有职业教育现代化就没有教育现代化，要把职业教育摆在教育改革创新和经济社会发展中更加突出的位置，大幅提升新时代职业教育现代化水平，为促进经济社会发展和提高国家竞争力提供优质人才资源支撑^[1]。该《方案》的实施标志着国家开始下大力气抓好职业教育，职业教育进入快速发展的阶段。2021年中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》强调职业教育肩负着培养多样化人才、传承技术技能、促进就业创业的重要职责^[2]。

一、新质生产力与 AI 技术的发展趋势

教育部部长怀进鹏在 2024 世界数字教育大会上强调，实施 AI 赋能行动，积极推动以智助学、以智助教、以智助管、以智助研，从而为学习型社会建设、智能教育和数字技术发展提供有效的行动支撑。AI 为营销和教育领域带来了革命性变革，对此，推动教育数字化，探索智慧教学新型教育方式，是大势所趋也是发展所向，对满足学生的学习需求具有积极的现实意义^[3]。

新质生产力的快速发展，正推动人工智能（AI）技术成为社会进步与经济转型的关键力量。凭借其强大的深度思考、数据处理、自动化决策与智能学习能力，AI 技术已在众多行业中引发运行模式的深刻变革。在新媒体营销领域，AI 的应用成效尤为显著——从智能推荐、用户行为分析到自动化内容生成，其技术整合不仅全面提升了营销效率，也优化了用户体验，显著增强了企业的市场竞争力。

二、《新媒体营销》课程教学现状

新媒体营销是数字化时代的典型产物。与传统营销学科相比，其在传播载体、传播方式方面存在本质上的差异^[4]。

（一）教学内容侧重理论

在《新媒体营销》课程的教学过程中，主要的教学内容是对理论知识的详细讲解。课程以市场营销基本原理为主线，以新媒体平台基础理论和营销策划理论框架为基础，系统全面地向学生讲解新媒体营销概念、特征、发展趋势和典型案例等。教师上课时花了很多时间对理论知识进行梳理与讲解，并将知识要点以教材和课件的方式传达给学生。但对于新媒体营销实践中层出不穷的新方法、新技术、行业前沿动态等方面的重视与融入较为欠缺，致使教学内容在一定程度上脱离了飞速发展的行业实践，学生很难直接通过课堂学习获得与实际工作需要相贴合的知识与技能^[5]。

（二）教学方法传统单一

《新媒体营销》课程的教学方法还是主要采用传统的讲授方式。教师是课堂的主导者，以口头讲解、板书或者演示课件的形式向学生单向地传递知识。尽管也会穿插少量的案例分析，但案例讨论的深度和广度有限，且案例更新速度较慢，无法充分体现新媒体营销行业的新变化。小组讨论这一互动式教学环节在实践中实施频率不高，学生的课堂参与度不高，缺少主动思考与实践操作，很难有效地培养学生的创新思维与解决现实问题的能力，也不能适应《新媒体营销》课程实践性与创新性的教学需要^[6]。

（三）实践教学薄弱

目前，《新媒体营销》课程的实践教学存在明显不足。校内实践主要依赖模拟软件进行操作练习，软件所设置的场景和任务与真实的市场环境存在较大差异，学生难以体验到实际工作中的复杂性和不确定性。校外实习方面，由于缺乏稳定且高质量的实习基地，学生实习机会有限，且实习内容往往与课程学习内容衔接不紧密，无法让学生深入参与到企业新媒体营销的核心业务环节。此外，实践教学的课时占比较低，学生没有充足的时间进行系统的实践训练，导致学生的实践能力培养不足，难以适应企业对新媒体营销人才的实践技能要求^[7]。

四、AI 赋能新媒体营销课程在中职教育中的必要性

（一）提升核心竞争力

当前，企业为了适应产能过剩的经济环境，亟需将传统的宣传与营销转变为能够迅速抢占用户注意力时间、提升影响力和用户粘性、降低营销成本的新媒体营销，相对于传统营销，它拥有高度传播性，能够广泛或精准的推送信息，基于这一背景，中职教育将 AI 融入新媒体营销的课程体系中，将有助于增强学生的专业技能与素养，大大提升其就业竞争力，使其更好适应行业数字化发展的新要求。掌握 AI 应用技术的学生在就业市场中占用竞争优势，他们不仅具备扎实的营销理论基础，更能熟练运用智能分析工具完成用户画像构建、投放效果评估与策略调优。

（二）强化实践能力

在新媒体营销教学中融入 AI 技术，可实现模拟营销全流程。借助 AI 营销平台，剖析用户行为、制定精准推广方案，并运用智能工具高效产出优质新媒体营销策略，将传统营销的“广而告之”转变为“准而告之”，增强学生对数据分析与技术工具的实际操作训练，以 AI 技术为支撑的实践教学，不仅能提升学生的动手能力，更有助于他们深入理解智能营销的运作机制，学以致用，加快实现“所学即所用”。

（三）激发创新思维

AI 技术降低了探索与验证的门槛，引入 AI 工具，能够帮助学生把抽象的想法变为可操作的原型，甚至一些原本有风险的实操，也可以在 AI 工具的帮助下，实现“零风险”，让“先试错、再修正”的循环为学生探索创新策略提供了更多可能，让他们不用为繁琐的试验成本所束缚，从而更愿意提出独立的假设、创新的路径，激发和培养他们的创新思维，实现更多可能。随着 AI 技术持续演进，该类教学模式将成为中职教育提质增效的重要方向，为培养符合人工智能新时代要求的高素质技能型人才提供坚实支撑。

五、AI 赋能新媒体营销课程课堂教学核心素养目标

基于中职学生的特点、中职教育特色及行业需求，AI 赋能新媒体营销课程应着力培养以下核心素养。首先是 AI 工具的应用能力，即根据新媒体营销场景选择合适的 AI 工具，并有效使用的能力。其次是数据思维，能够解读 AI 生成的数据，进行结果分析并优化营销策略。第三是人机协同创新能力，将人类创造力与 AI 生成能力结合，产生更具有价值的营销创意。最后是 AI 新媒体营销道德意识，理解并遵守 AI 在营销应用中数据隐私、内容真实性等方面的道德规范。

表 1：新质生产力背景下，AI 赋能新媒体营销课程的核心素养目标

素养类别	传统教学目标	AI 赋能教学目标	对新质生产力要求
技术应用素养	掌握基础软件操作	精通 AI 工具链，理解技术原理	高科技、数字化转型
数据分析素养	进行基础数据解读	数据挖掘、分析、决策能力	数据驱动、精准高效
创新思维素养	遵循既定创意模型	人机协同创意，突破常规思维	创新驱动、价值意义创造

素养类别	传统教学目标	AI 赋能教学目标	对新质生产力要求
道德责任 素养	掌握传统营销 理论	把握 AI 应用边界， 规范性使用技术	可持续发展、法治 道德

六、AI 赋能新媒体营销课程教学实践

（一）AI 技术在教学中的具体应用

针对中职新媒体营销课程的传统教学痛点，在新媒体营销课程教学中融入 AI 已成必然趋势，授课教师、AI 工具与学生三者之间的高效互动与优势互补，全面提升中职学生的数字素养与职业竞争力。

教师作为教学主导者和学习的促进者，打破传统教学模式，提高学生的学习积极性和主动性，提升学生综合能力和培养良好的道德素养、专业素养，负责设计学习情境、引导学生完成既定项目，充分展现其课堂的主导地位^[6]。AI 工具作为认知助手与认知拓展工具，提供数据支持、内容生成和自动化执行等功能；学生作为知识的构建者与技能应用者，在与教师和 AI 工具的互动中实现能力的发展。

AI 赋能新媒体营销课程教学的具体应用在以下方面：

智能推荐算法：基于用户的浏览记录、购买行为与社交互动等数据，AI 能够精准推送个性化内容，有效提升广告转化率与用户黏性。处在现代营销体系的格局内，用户数据正跻身第一生产力行列，采用 AI 技术对用户在多个平台的行为进行细致分析，得以实现从“认识用户”到“预断用户”的本质性跃进。系统除了可以捕捉用户类似点击、浏览、购买的显性行为，还可以辨别用户潜在的兴趣线索及需求偏好，进而形成动态化与立体化相结合的用户画像。AI 所采用的推荐算法，从传统的协同过滤转变为融合深度学习、图神经网络、增强学习等技术的新一代模型，图神经网络可以搭建用户与商品间复杂的关联结构，达成对兴趣点的深度挖掘；增强学习模型可以凭借用户反馈动态调整推荐的策略，实现更上一层的推送自适应水平。依靠此类技术支持，推荐系统不仅可精准捕捉用户兴趣，还会依照实时行为的变化调整推送的节奏与内容的结构^[9]。

用户行为分析：借助 AI 对海量数据的实时监测与深度挖掘分析，企业可精准识别消费者偏好、预判市场动向，从而灵活调整营销策略，为决策者提供可靠的数据支持，有助于企业在竞争环境中把握先机。

AIGC 产出：AI 在文案撰写、视频、直播脚本生成乃至广告素材创作等方面的应用，正逐步替代部分人工作业，在降低人力成本的同时，也大幅提高了内容产出与营销推广的效率。例如，在一次直播带货策划中，学生使用 AI 生成直播脚本与商品介绍文案，并配合智能剪辑软件完成视频制作，显著增强了内容的专业性与吸引力。

（二）学生反馈与教学效果

提升学习兴趣：85% 的学生认为，新媒体营销课程融入 AI，大大提升了课堂内容生动性，增强了他们对新媒体营销的学习兴趣与热情。

增强实践能力：76% 的学生表示，新媒体营销课程融入 AI，掌握了数据分析与内容优化等关键技能，能够更高效地开展营销策划与运营。

提高就业信心：90% 的学生认为，新媒体营销课程融入 AI，提升了自身职业竞争力，对未来从事专业相关工作更具自信心。

与传统教学相比，采用 AI 融合模式教学，学生在作业质量、

项目策划、文案创作与数据分析等方面表现更为出色，反映出该模式对教学质量有着积极促进作用。

（三）改进空间与优化建议

尽管教学实践取得一定成效，仍存在如下提升空间：部分学生认为 AI 工具操作具有一定难度，需加强指导；部分教学资源与实际应用场景存在差距，实用性有待提高。

因此，可优化教学资源配套：深化校企合作，引入更多真实案例与行业常用 AI 平台，增强教学内容的实战性。完善教学评价机制：建立基于 AI 数据分析的考核方式，如通过系统生成的投放效果报告评估学生的策划能力，提升评价的科学性与客观性。

AI 赋能新媒体营销课程教学实践在中职教育中展现出良好的可行性，有助于系统提升学生的实战能力与职业素养。通过持续优化课程设计与教学方法，该模式有望在更广范围推广，为行业输出具备 AI 应用能力的高素质技能人才。

七、结论与展望

AI 赋能新媒体营销课程教学实践在中职教育中的应用，不仅契合新质生产力的发展趋势，也为学生提供了更广阔的职业发展空间。通过将 AI 技术融入新媒体营销课程，学生能够掌握智能化营销工具的使用方法，提升数据分析、内容优化和市场策划等核心能力，从而增强自身的就业竞争力。此外，AI 技术的应用使教学更加贴近行业实际，帮助学生在真实或模拟的营销环境中积累实践经验，提高解决实际问题的能力。

然而，当前的 AI 赋能新媒体营销课程教学仍处于探索阶段，仍然面临诸多挑战。此外，AI 技术的快速发展也对教师的综合素质提出了更高要求，教师需要不断更新自身知识，掌握最新的 AI 营销工具和教学方法，以确保教学质量。因此，未来的研究应进一步深化 AI 赋能新媒体营销课程教学模式的优化路径，探索更有效的课程设置、教学方法和资源整合策略，以提升教学的系统性和实效性。

参考文献

[1] 国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知 [J]. 中华人民共和国教育部公报, 2019, (Z1): 9-16.

[2] 中共中央办公厅国务院办公厅印发《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》[J]. 中华人民共和国教育部公报, 2021, (12): 2-6.

[3] 韦媛静. 新质生产力背景下 "AI+ 新媒体营销" 智慧教学实践研究 [J]. 教育现代化, 2022(12): 4548.

[4] 安晴雯. 乡村振兴背景下高职市场营销专业产教融合实践教学模式研究: 以农产品新媒体营销实践为例 [J]. 陕西教育 (高教), 2024 (12): 78-80.

[5] 李迎迎, 丁纪喜. "新媒体营销" 产教融合课程改革的路径及策略研究 [J]. 山东纺织经济, 2024, 41 (4): 35-38.

[6] 钟晶灵. 数字经济时代《新媒体营销》理实融合课程改革路径 [J]. 老字号品牌营销, 2025 (15).

[7] 杨晓黎, 刘凤. "专创融合" 课程教学改革路径探索: 以新媒体营销课程为例 [J]. 青岛职业技术学院学报, 2021, 34 (4): 37-40.

[8] 叶林茂. 项目式学习在中职《新媒体营销》课程中的教学应用研究 [J]. 社会科学 II 辑, G712; F713.50-4

[9] 首丹. AI 驱动下互联网营销中信息技术的应用研究 [J]. 现代营销, 2021(8): 2225.