

产教融合下 AI 赋能市场营销课程改革研究

马小婷

新疆工程学院

DOI:10.12238/er.v8i11.6577

[摘要] 人工智能技术的快速发展推动高等教育领域的深度变革，市场营销课程作为应用性强与更新迭代快的学科，亟需在内容与教学方式上实现创新。本研究以产教融合为基础，探索 AI 技术赋能市场营销课程改革的实现路径，围绕课程内容更新与协同育人机制展开分析，提出适应行业需求的改革方案。研究结果表明 AI 与产教融合的结合有助于提升教学效能与学生实践能力，对推动高校课程体系优化具有积极意义。

[关键词] 人工智能；产教融合；市场营销；课程改革

中图分类号：G642.3 文献标识码：A

Research on the Reform of AI-enabled Marketing Course under the Integration of Industry and Education

Xiaoting Ma

Xinjiang Institute of Engineering

Abstract: The rapid development of artificial intelligence technology promotes the deep reform in the field of higher education. As a subject with strong applicability and fast update and iteration, marketing course needs to be innovated in content and teaching methods. Based on the integration of industry and education, this study explores the realization path of AI technology-enabled marketing curriculum reform, analyzes the curriculum content update and collaborative education mechanism, and proposes a reform plan to meet the needs of the industry. The research results show that the combination of AI and the integration of production and education is helpful to improve teaching efficiency and students' practical ability, which is of positive significance to promote the optimization of college curriculum system.

Keywords: artificial intelligence; integration of production and education; marketing; curriculum reform

引言

人工智能的广泛应用正深刻改变各行各业的运行模式和人才需求结构，市场营销作为技术敏感型领域，在数字化转型背景下对专业人才的能力结构提出更高要求。当前高校市场营销课程普遍存在教学内容滞后与实践教学薄弱等问题，已难以满足新兴岗位对复合型人才的培养目标，产教融合理念为课程改革提供了现实路径，企业资源与教学体系的深度协同有望提升课程的适应性与实用性，结合 AI 技术在教学场景中的应用优势，可以有效推动教学内容智能化更新与教学模式优化，以实现人才培养模式的转型升级来增强学生的职业胜任力和创新能力。

1 产教融合背景下的课程改革需求

1.1 市场营销课程现状

高校市场营销课程体系长期以理论教学为主，内容结构稳定性强但动态更新能力不足，缺乏对行业演化趋势的快速响应机制。课程设置普遍围绕传统的市场调研、消费者行为、

品牌管理等板块展开，忽视了数字化环境中涌现出的平台运营、算法营销、内容生态等新兴领域。教学资源依赖纸质教材与固有 PPT，更新频率低，案例与数据难以体现当下营销场景的复杂性与实时性。在教学方法上，课堂呈现仍以教师单向讲授为主，互动环节较少，学生缺乏对完整营销过程的系统体验。项目教学和情境模拟等实践环节占比偏低，教学重心倾向知识传授而非能力构建。部分课程仍采用以期末笔试为主的评价方式，对学生在分析、策划与执行层面的能力缺乏有效反馈机制。这些结构性问题使得教学成果与市场用人标准之间产生脱节，影响了人才输出的适应性与精准度。

1.2 产业变革的影响

人工智能加速重塑营销行业运行逻辑，从内容创意、媒介投放到用户管理与反馈分析，越来越多的关键环节嵌入算法机制与数据驱动系统。平台对内容表现的自动识别、个性化推荐和流量调控直接影响传播效果，营销工作从线性操作转向系统优化，对从业者提出跨平台整合、实时响应与多维

度评估的复合能力要求^[1]。AI工具广泛应用于广告策略制定、A/B测试方案设计及用户行为预测等场景，使得技术逻辑成为营销实施中不可忽视的要素。企业在招聘市场营销人才时，更倾向于具备数据处理、内容生成工具应用与平台算法理解能力的候选人，而不仅是具备传统传播知识与沟通技巧的人员。营销岗位的实务需求已不再是单一执行层面的技能操作，而是建立在技术理解基础上的策略组织与数据洞察能力。

1.3 产教融合价值分析

课程内容与产业需求之间的错位加剧了高校教学与行业实践之间的信息断层，而产教融合机制在缓解这一矛盾中具有结构性价值。在课程设计层面，企业对当前一线需求的把握远高于高校教师的经验认知，若缺乏协同设计机制，课程难以反映真实岗位的任务特征与能力结构。教学过程的实践环节缺少真实平台、动态数据与标准化任务场景，学生在校期间难以获得足够的情境理解与任务体验。企业在实际运营中积累了大量具有教学价值的业务流程、工具应用案例与平台操作数据，这些资源若未被系统化引入课堂，将造成教学内容与产业语境的持续脱节。传统实习与企业见习时间短、任务形式单一，难以达到深度参与与系统训练的目标。

2 AI 技术赋能课程改革路径

2.1 课程内容智能化

在课程内容更新方面应将AI技术嵌入到知识结构构建中，以提升课程对行业变革的适应能力。可采用生成式AI工具辅助教学内容设计，例如借助GPT模型生成针对不同细分行业的营销案例，为学生提供贴近企业实践的学习材料。数据分析模块可引入可视化分析平台，如Tableau或PowerBI，构建围绕用户行为数据的实战分析任务，引导学生在真实数据中识别消费趋势和用户分群逻辑。内容设置上可根据企业常用平台（如抖音、微信、小红书）的算法机制调整知识点，例如增加平台内容推荐机制对营销传播路径影响的讲解，使学生理解内容与流量之间的因果关系。课程资源建设建议采用AI辅助内容构建工具，根据课程主题生成多版本文本或图像素材，辅助案例分析和内容策划模块教学，并动态调整教学素材库，使内容呈现形式更具时代感与互动性^[2]。

2.2 教学方式智能化

教学方式可采用AI驱动的虚拟仿真系统，如构建虚拟营销实验室场景，让学生在模拟平台上独立完成品牌定位、内容投放与用户分析的闭环操作流程。系统可依据学生行为数据生成个性化反馈，提升学习动机与学习路径优化效果。在教学过程中引入智能推送机制，根据学生的学习节奏和知识掌握情况动态推荐案例材料和练习任务，例如在微营销模块中，当系统识别学生对社交平台运营掌握不足时，自动匹配典型失败案例分析任务，并推送与之相关的补充视频讲解。

在课堂结构设计上，可以构建基于AI算法的自适应教学系统，实现分层式教学策略，使基础掌握程度不同的学生分别接收到难度匹配的学习任务。个性化教学可依托智能对话机器人，在课后提供答疑、测评和策略建议，提升非课堂时间的教学支持力度，并记录学生行为轨迹作为形成性评价依据。

2.3 教学评价智能化

评价体系应融合AI的数据挖掘与行为分析功能，将教学反馈从静态终结性评价转向动态、过程性评估。教学平台可设定行为追踪系统，对学生在案例分析、营销方案撰写及数据解读任务中的点击、停留、修改频率等进行综合分析，作为参与度与认知投入的量化指标。在内容产出评估方面，可设计AI辅助的文案分析模型，针对学生提交的广告文案进行语义识别与情感分析，从品牌契合度、目标客户匹配度与表达清晰度三个维度生成结构化评价报告。教师可根据报告结果进行人工干预，结合学生提交版本之间的差异进行有针对性的面批^[3]。

3 产教融合协同育人机制构建

3.1 共建教学资源

教学资源共建可围绕行业典型营销任务场景展开模块化开发，高校与企业可联合设立“案例共创实验室”，以营销活动中的实际项目为蓝本构建教学案例库。企业可提供运营数据、活动策划方案和执行素材，高校教师负责将其转化为可用于课堂教学的结构化案例，并与课程知识点匹配。案例内容应涵盖目标定位、内容设计、传播策略与投放效果评估等多个维度，以形成完整教学闭环。在实训平台建设方面，高校可与企业共建数据仿真环境，如基于模拟社交媒体后台构建数据操作平台，学生可在平台上进行账号搭建、内容编辑与数据调优操作。平台功能设计建议参考真实营销平台的核心操作路径，如内容发布频率控制、用户标签识别与转化率分析等模块，使学生在实操中逐步构建完整营销逻辑。高校与企业可定期对案例和平台功能进行更新与维护，保持教学内容与行业应用的同步发展。

3.2 协同师资培养

教师队伍建设可采用“双导师协同授课”模式，安排高校教师与企业导师共同承担课程模块，其中高校教师主讲理论框架与方法工具，企业导师负责行业逻辑、实操经验与数据平台使用技巧的讲解。联合授课应基于课程主题制定协同计划，明确各方职责与讲授节奏，并设置课堂对话环节让师生在不同知识视角下形成交互式理解^[4]。企业导师应接受教学设计基础培训，提升其教育表达能力与课堂组织能力，避免经验型讲述模式与教学目标脱节。师资互派交流可围绕暑期访学或短期实践开展，高校教师可进入企业参与项目方案设计或阶段性复盘工作，提升对营销实务的理解深度。企业

导师可以“访问专家”身份定期参与课程研讨和学生辅导，推动教师对行业术语、工具及方法的持续更新。校方可设立专项机制支持企业人员参与教学工作，在课程管理与教学反馈中建立双向参与体系。

3.3 实战项目导入

实战教学可围绕企业真实业务需求组织学生开展任务驱动型项目训练，高校与合作企业可签订教学项目合作协议，明确数据使用权限、成果归属与评价标准。课程中设置“企业项目模块”，将项目任务拆分为若干阶段，如市场调研、方案设计、内容制作与数据复盘，由学生团队在企业导师指导下独立完成。每阶段结束后组织企业专家参与评审，依据执行逻辑、创意水平与数据反馈提出优化建议，提升学生的应变能力与实践深度。为确保项目教学的周期性与系统性，可设立“企业项目档案库”，每学期更新项目内容并分类管理，使不同年级学生接触到不同行业与复杂程度的实战任务。在结课环节组织成果展示与评审路演，邀请企业评委参与评价过程，并将项目成果转化为课程成绩的重要组成部分，推动学生在真实业务场景中锻炼跨部门沟通、策略规划与执行控制能力^[5]。

4 结语

人工智能技术的迅猛发展推动市场营销行业不断演化，也为高校课程体系带来转型契机。产教融合作为连接教育供给与产业需求的重要桥梁，为课程改革提供实践土壤与应用场景。将 AI 技术嵌入课程内容、教学方式与评价机制，有

助于打破传统教学边界，增强学生的综合应用能力与岗位适应能力。校企协同育人机制的深入构建，不仅提升了教学资源的开放性与实用性，也推动了人才培养模式向更加精准、高效的方向发展。在多方联动中，课程改革将呈现出更强的生命力与创新性。

[参考文献]

- [1]孙萌.产教融合背景下高职路桥类专业实践教学体系的优化研究[J].学周刊,2025(25):37-40.
- [2]朱小艳.“一体两翼”战略下产教融合创新生态系统发展样态及重构路径[J].职业技术教育,2025,46(24):30-35.
- [3]孙建欣.职业教育产教融合高质量发展研究——基于新质生产力视角[J].新西部,2025(8):139-143.
- [4]金朝力,程靛.人才缺口激增4倍人形机器人产教融合加速跑[N].北京商报,2025-08-19(002).
- [5]刘茜枚,章力文,龚琳,等.数智化背景下应用型高校工程管理专业产教融合人才培养模式探究[J].项目管理技术,2025,23(8):95-102.

作者简介：

马小婷(1981.12-),女,回族,新疆乌鲁木齐市人,硕士研究生,副教授,研究方向为旅游管理。

基金项目：

新疆工程学院,课题名称:信息技术驱动下混合式教学改革创新研究—以《市场营销》课程为例,课题编号:XJGCJGB202320。