

基于PBL的市场营销学课程混合教学模式研究

张丽丽

海口经济学院, 中国·海南 海口 570203

【摘要】随着互联网的发展和大数据的应用,传统的营销方式已不能满足行业和企业发展的需要,高校市场营销专业也面临着报考率下降、毕业生就业情况不理想等问题。本文以海口经济学院为例,分析本学院市场营销专业亟须改进的问题,并结合大数据背景,从培养方案、教育理念、教学方法和教学梯队建设四个方面提出改进措施,以达到完善和创新市场营销专业人才培养体系,促进专业转型的目的。旨在推动市场营销专业实现教学模式升级、人才培养质量提升与专业内涵发展,为应用型高校在新时代背景下开展智能化教学改革提供理论依据与实践指导。

【关键词】人工智能;应用型本科;市场营销专业;教学改革

【课题】人工智能背景下应用型本科市场营销专业教学创新探索,海口经济学院校级教学改革课题,课题编号 Hjjj2024056

引言

人工智能技术的迅猛发展正在深刻改变社会运行逻辑与产业结构,也对高等教育的人才培养模式提出了新的要求。市场营销作为高度依赖数据分析、消费者行为预测与传播技术的应用型学科,在智能时代背景下面临内容更新与能力重塑的双重挑战。尤其在应用型本科院校,传统教学模式已难以满足对复合型、实践型营销人才的培养需求。因此,如何有效融合人工智能技术,推动课程内容、教学方法、评价机制与师资队伍的系统创新,成为实现市场营销专业高质量发展的关键命题。本文从理论基础、现实问题与实践路径三个维度出发,系统探讨教学创新的逻辑与策略,为相关专业的教育改革提供参考。

1 人工智能赋能应用型本科市场营销教学的理论基础

1.1 教学模式转型中的人工智能技术融合路径与适应趋势

在人工智能日益渗透社会各领域的背景下,传统以教师讲授为主的市场营销教学模式正面临深层次的结构性的重构。AI技术的引入,不仅为课堂提供了智能化教学工具与数据驱动决策支持,还重塑了“教—学—评”一体化的教学流程。以智能推荐系统、虚拟客户仿真、语音交互系统、情感识别与数据分析为代表的AI技术,正推动教学活动从知识传授向能力建构、从经验判断向数据驱动转变。在融合路径上,当前主要体现为三个方向:一是将AI嵌入教学平台,实现个性化学习与智能推送;二是将AI应用于实训环节,强化学生对真实商业环境的模拟应对能力;三

是构建基于AI算法的教学反馈系统,提升教学评价的即时性与精准性。从适应趋势来看,未来的教学模式将更加重视“技术—内容—方法”的协同整合,强调学生的学习主动性、情境化体验与跨界综合能力的培养。人工智能正逐步成为推动市场营销教学范式跃迁的重要引擎。

1.2 教育数字化转型背景下市场营销专业教学创新的理论基础

在教育数字化转型的背景下,市场营销专业教学创新的理论基础主要体现在三个方面。首先,建构主义学习理论强调学生在真实情境中通过主动建构形成知识体系,契合人工智能辅助下的任务导向式教学和虚拟营销模拟。其次,连接主义学习理论认为知识存在于网络结构中,学习依赖于人与信息、人与人之间的动态连接,这与AI支持下的智能推荐系统和协同学习机制高度吻合,有助于实现个性化教学。第三,产教融合理论强调高等教育与产业实践的深度联动,为市场营销课程内容的重构和能力导向教学提供理论支持。上述理论共同推动教学从传统知识灌输向能力培养和情境化学习转型,为人工智能技术嵌入教学过程提供了理论依据和方法支撑,有效提升教学的适应性与前瞻性。

2 应用型本科市场营销教学中面临的主要问题表现

2.1 教学内容更新滞后难以体现智能化商业环境的最新变化

在人工智能迅猛发展的背景下,商业环境呈现出高度智能化、数据驱动和实时响应的特征,企业的营销实践不

断融合AI、大数据、算法推荐与用户行为预测等技术。然而,当前应用型本科市场营销专业的课程内容仍以传统4P理论、基础营销管理、消费者行为等经典框架为主,更新周期长,难以快速反映智能化商业的新趋势。这种滞后性导致课程难以覆盖社交媒体精准投放、AI客户关系管理、算法驱动内容分发等实际应用,无法满足学生对前沿技能的学习需求,也削弱了教学的实践导向和岗位契合度。同时,教材建设与企业案例脱节,缺乏对智能营销平台、AI工具使用的系统教学,学生在校所学与企业所需之间存在“认知落差”与“能力空白”。因此,必须加快教学内容的更新机制,将人工智能引领下的商业模式变革及时引入课程体系,以项目式、案例式、模拟式教学为载体,推动内容与产业实践同步演进,提升学生的就业竞争力与适应能力。

2.2 教学手段传统缺乏智能交互技术的有效融入与应用

尽管人工智能技术在各行各业快速渗透,应用型本科市场营销专业的教学手段仍普遍停留在以PPT讲授、案例讲解和课堂讨论为主的传统模式,缺乏对智能交互技术的深度融合。这种手段缺乏动态反馈、沉浸式体验和数据驱动支持,难以激发学生的主动参与和学习兴趣,也无法满足营销专业对综合应用与实践能力的高要求。当前课堂中人工智能技术的运用多为表层化,如线上答题、自动批改等,缺乏与课程深度融合的系统设计,导致教学智能化水平低、互动性差、个性化服务不足。例如,虚拟客户模拟系统、AI营销策略推荐平台、智能语言分析等工具未能有效嵌入教学环节,限制了学生在真实场景中的技能训练。为实现教学手段的根本转型,应构建以AI技术为支撑的智能教学系统,引入智能语音交互、行为识别、情境生成等技术手段,推动课堂由“教知识”向“促能力”转变,从而提升教学的灵活性、互动性与精准性,更好契合智能商业社会的人才需求。

2.3 教学评价单一未能真实反映学生多元能力与综合素养

在应用型本科市场营销专业教学中,当前普遍采用的评价方式仍以期末笔试、课业成绩为主,评价体系偏重知识记忆与理论掌握,忽视了学生在实践能力、创新思维、数据素养、沟通协作等多维能力上的表现。这种评价模式难以全面反映学生在智能商业环境下所需的综合素养,也与人工智能推动的精准化、动态化、个性化教学理念脱节。

例如,学生在项目策划、数据分析、客户沟通等实操过程中表现出的核心能力,往往难以量化纳入评价体系,导致评价结果与实际能力发展脱节。同时,缺乏对学生全过程学习数据的追踪与反馈,评价不能及时发现问题与调整教学策略。为破解这一困境,应依托人工智能技术构建多元、动态、可视化的教学评价体系,结合学习行为分析、项目任务完成度、课堂参与度与团队合作等多维指标,采用智能评分系统、学习轨迹记录与成长档案等方式,实现对学生能力的精准识别与个性化反馈,从而全面提升评价的科学性、公正性与育人导向。

2.4 师资结构不合理制约了人工智能技术教学的实施能力

在人工智能背景下,市场营销专业对教师提出了复合型能力要求,既要具备扎实的专业知识,又要掌握AI相关技术。但目前多数高校师资结构仍以传统商科背景教师为主,缺乏具备人工智能素养的跨界型人才,导致智能教学改革推进缓慢。部分教师对智能工具的应用仅停留在表层,难以将AI技术有效融入教学目标与方法之中。同时,校内缺乏系统化的培训机制与跨学科合作平台,教师更新技术理念与实践能力的渠道有限。此外,高校与企业间协同机制不健全,缺乏将企业智能实践经验引入课堂的路径,进一步制约了实践教学质量的提升。为此,应优化师资结构,推动“商科+技术”融合型教师培养,通过内部培训、校企共育、联合课程开发等方式,提高教师人工智能应用能力,增强教学适应性与创新性,为市场营销专业教学的智能化发展提供有力支撑。

3 基于人工智能推动市场营销教学创新的实践路径

3.1 构建数据驱动的课程内容体系增强专业与产业对接能力

在人工智能推动产业深度变革的背景下,市场营销专业课程亟需以数据为核心进行重构,以更好对接智能商业环境下企业对人才的实际需求。目前,传统课程内容多停留在理论讲授和案例分析,缺乏对大数据分析、用户画像构建、智能推荐算法等新兴营销技能的系统覆盖,难以培养学生的数据意识和技术应用能力。为此,应以“数据驱动”为理念,构建模块化、项目化的课程内容体系,重点引入AI在市场洞察、消费者行为预测、内容分发优化等方面的实际应用案例,强化数据工具使用的教学实践,如Python数据分析、可视化软件应用、营销自动化平台操作

等,提升学生的数据处理与策略制定能力。同时,课程设计应动态对接产业需求,通过企业项目协作、实训平台联动等方式,实现教学内容与行业发展的同步更新,提升专业教学的时效性与适应性。

3.2引入智能教学工具与仿真平台重塑课堂互动与实践体验

在人工智能技术快速发展的背景下,传统教学模式已难以满足市场营销专业对高参与度与强实践性的教学需求。引入智能教学工具与营销仿真平台,有助于重塑课堂互动方式与实践体验,推动“教—学—评”全过程的智能升级。一方面,基于AI的课堂辅助系统如智能问答、语义分析、学习行为追踪等技术可实现对学生学习状态的实时监测与个性化反馈,提升教学响应的精准性与互动性。另一方面,营销仿真平台通过构建虚拟商业环境,模拟企业营销战略制定、广告投放、客户关系管理等流程,让学生在沉浸式情境中实现从理论到实践的能力迁移。此外,还可结合虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术,增强课堂的情境感与参与度。通过构建“虚拟企业—真实任务—智能支持”的教学场景,不仅提升了学生解决实际问题的能力,也使教学过程更加贴近企业需求,助力人才培养模式从“知识导向”转向“能力导向”与“应用导向”的深度融合。

3.3构建多维度智能化评价机制促进学生能力立体化发展

在人工智能背景下,构建多维度、智能化的教学评价机制是推动市场营销专业人才能力立体化发展的关键路径。当前评价体系多以考试成绩为主,难以全面反映学生在创新思维、数据分析、沟通协作等核心能力上的成长。为实现育人与评价的深度融合,应依托人工智能技术,构建涵盖“知识掌握—能力应用—过程参与—创新表达”多个维度的综合评价体系。通过引入智能评分系统、学习行为数据分析与学习成长档案,精准记录学生在项目任务、课堂互动、案例分析等环节的表现,形成动态、全过程的能力评估。同时,借助自然语言处理与图像识别等AI工具,对学生在营销策划展示、视频内容创作、线上客户模拟交流等实践活动中的表现进行客观分析,提升评价的科学性与实用性。此外,应建立教师评价、学生互评与系统评价相结合的机制,形成多元反馈网络,促进学生自我认知与能

力提升。

3.4完善复合型师资队伍建设提升智能化教学实施水平

在人工智能广泛赋能教育的背景下,应用型本科市场营销专业的教学改革对教师提出了更高要求,迫切需要建设一支既懂市场营销理论,又具备人工智能技术素养的复合型师资队伍。然而,当前高校师资结构仍以传统商科背景为主,缺乏熟悉AI工具、掌握数据分析与智能平台操作能力的教师,严重制约了智能化教学的推进与落地。为提升教学实施水平,需从三个方面完善师资建设:一是通过校内培训、岗位实训、在线学习等方式强化在职教师的技术赋能,提升其AI应用能力;二是引进行业专家与技术人才参与课程共建,实现产教协同育人;三是推动学科交叉融合,建立“营销+AI”“管理+数据”的师资梯队,推动课程内容与教学手段的系统创新。同时,应搭建教师教研与技术交流平台,鼓励跨专业教研合作与教学成果共享,增强教学团队整体智能化教学设计与执行能力,为推动教学模式创新与学生能力提升提供坚实的人才保障。

结语:

人工智能的快速发展为市场营销专业教学带来了深刻变革机遇,也提出了全新的挑战。应用型本科教育应紧扣智能化时代的产业需求,通过课程内容重构、教学手段创新、评价机制优化与师资队伍建设等多维路径,推动教学体系的系统性升级。本研究围绕“人工智能+市场营销”教学融合展开探讨,旨在为实现人才培养从知识导向向能力导向、智能导向转变提供理论支持与实践参考。未来,还需持续加强校企协同与技术融合,构建更加开放、动态、智能的教学生态,以培养适应智能商业环境的高素质复合型人才。

参考文献:

- [1] 张垚鑫,张旻.基于人工智能背景下应用型本科院校的"数字图像处理"课程教学改革[J].教育进展,2024,14(12):1149-1154.
- [2] 刘艳.人工智能背景下应用型本科高校英语专业人才培养模式创新研究[J].前卫,2023(15):0031-0033.
- [3] 吕敬煌.人工智能背景下本科院校工美专业实践教学体系创新研究[J].陶瓷科学与艺术,2024,58(12):9-11.