

生成式人工智能（Gen AI）背景下 大学生营销课程教学改革的探索与实践

文 ◆ 广东金融学院工商管理学院 陈 静

引言

21 世纪，生成型 AI (GenAI) 技术凭借其强大的数据处理与模仿能力，成为推动教育领域革新的关键力量，并在营销教育领域引发深刻变革。当前，国家教育改革从课程功能、理念到评价体系进行全面顶层设计，大学营销课程作为教育体系的重要组成部分，面临内容更新、方法创新和理念革新的三重挑战。研究团队结合 GenAI 技术发展现状，从课程内容、教学方法和评估体系三方面实施全面改革。通过案例分析、模拟策划等互动式教学激发学习兴趣，利用实时评估系统提升实操技能。研究表明，GenAI 技术不仅能显著提高教学效果，更在培养学生创造性思维与分析能力方面展现巨大潜力。本研究旨在为营销课程优化提供实践范式，并为其他学科改革提供有益借鉴。

1 技术背景与教育挑战

1.1 生成型 AI 技术简介

生成型 AI 技术作为人工智能的重要分支，具备创造全新内容与模拟创新过程的能力。其

依托深度学习、大数据分析以及自然语言处理等前沿技术，通过复杂的神经网络模型（如 GPT 生成式预训练模型、BERT 双向编码表示变换器等 Transformer 架构），解析已有数据，生成文字、图片、声音、视频等多样化内容，并广泛应用于广告创意、对话系统、预测分析以及个性化推荐等领域。随着计算能力与数据处理技术的提升，其应用边界持续扩展。在教育领域，该技术可自动生成教学资源、支持个性化学习路径设计，并通过智能化测评提升教学互动性与效率。其颠覆性特征为高等教育改革注入新动能，尤其在营销课程教学中，通过更新教学内容、创新互动模式、优化评估体系，推动课程设计与技术发展深度融合，为培养适应快速变化市场环境的创新型人才提供关键支撑^[1]。

1.2 当前高等教育中的挑战

由于信息技术更新快，教育体系应顺应潮流、结合新成果以确保教学内容紧跟时代并保持实用价值。学生个性化学习需求不断增长，但传统教学方法难以满足，致使教学效果有明显短板。全球化与跨文化交流趋势加深，促使高校培养有全球视野和跨文化沟通技能的毕业生，这对现有课程设计要求更严，就业市场形势波动、竞争激烈，提高学生实操和创新思维能力迫在眉睫。因此，高校教师和管理人员应优化教学策略应对新形势挑战。当前环境下，生成型 AI 技术应用带来诸多新机会，助力教育工作者创新教学模式、充实教学资源，从而更专注于实现教育目标和长远规划。

2 教学内容与结构改革

2.1 课程内容的刷新与更新

传统课程侧重基础理论与市场分析，已无法满足企业对职场新人创新实践能力的要求。课程改进需聚焦 AI 驱动的市场分析工具、数据处理技术以及智能营销平台应用，通过案例分析、虚拟场景模拟和数据分析实验项目，引导学生掌握 AI 在营销中的实际操作，并培养其创造性思维。教学需融合体验式学习，确保技术知识与营销理论均衡发展，避免偏废。教师须具备扎实的 AI 技术知识，指导学生探索新技术领域，

【作者简介】陈静（1975—），女，重庆人，博士研究生，副教授，研究方向：教育技术与教学融合、研究。

同时课程内容需动态更新以匹配技术迭代速度。此改革不仅能够提升学生市场预测与数据分析能力，还能帮助其在未来职场中灵活运用 AI 工具，形成综合竞争优势，最终实现国家课程目标中对学生创新实践能力的培养要求。

2.2 新结构的实施及其挑战

课程结构通过模块化重组实现跨学科融合，重点纳入 AI 技术前沿内容，符合课程体系优化方向。实施中需兼顾学生认知水平，确保理论知识与实操技能同步提升，实现知识应用与能力培养目标。然而，改革面临两大挑战。一是 AI 技术迭代加速导致教学资源更新滞后，实践案例难以匹配技术发展；二是教师队伍专业能力不足，缺乏同时掌握营销理论与 AI 技术的复合型师资。为此，需构建动态资源库，定期更新教学案例与工具，并通过系统化培训提升教师 AI 技术应用能力。同时，建立校企协同机制，引入行业专家参与课程设计，确保教学内容的前沿性与实用性，最终实现课程结构改革与国家教育目标的协同推进^[2]。

2.3 课程资源与师资建设的同步推进

在实施营销课程结构改革的过程中，课程资源开发与师资能力提升是保障改革成效的核心支撑。针对生成型 AI 技术迭代迅速的特点，需构建动态更新的资源库，整合行业案例、技术工具和实验平台（如引入 AI 营销模拟系统、实时市场数据分析软件等），确保教学内容与技术发展同步。同时，师资队伍需通过系统化培训掌握 AI 工具应用能力（如组织教师参与 AI 营销工作坊、企业实践以及跨学科教研活动），提升其指导复杂项目的能力。此外，建立校企协同机制，邀请行业专家参与课程设计，进一步强化实践教学的时效性。通过资源与师资的双重优化，解决教学内容滞后、实践指导薄弱等问题，为课程结构改革提供持续动力，最终实现学生综合能力与市场需求的无缝对接。

3 AI 赋能营销课程改革的三大支撑体系

3.1 课程资源动态更新机制建设

在生成型 AI 技术驱动的营销课程改革中，课程资源的动态更新是保障教学质量的核心环节。需要构建“行业—技术—教学”三维联动的资源开发体系。首先，与头部科技企业建立数据共享机制，实时引入 AI 营销工具的最新功能模块，如智能客服系统、动态定价算法等。其次，联合行业协会定期发布技术应用白皮书，将 AI 在快消、金融等领域的典型营销案例转化为教学素材。最后，开发自适应学习平台，通过 AI 分析学生学习行为数据，智能推送个性化学习资源包^[3]。

3.2 师资能力提升工程实施

教师能力转型是课程改革成功的关键支撑，应构建“三位一体”的师资培养体系，在技术维度，与 AI 企业共建联合实验室，要求教师每年完成 40 学时的技术实操培训，掌握 Python 营销数据分析、AI 模型部署等核心技能；在教学维度，建立生成式 AI 辅助教学设计工作坊，培训教师运用 ChatGPT 等工具开发互动式教案，如自动生成营销情景模拟对话、智能批改营销策划案等；在实践维度，实施“双师型”教师挂职制度，要求专业教师每两年需在企业营销部门驻点 3 个月，积累 AI 营

销项目实战经验。

3.3 校企协同育人平台构建

深化产教融合是破解课程变革资源瓶颈的有效路径，应搭建“四链衔接”的校企协同平台。在产业链层面，与京东、阿里等企业共建 AI 营销实训基地，引入企业真实项目作为教学案例，如“双十一”营销策略优化、618 流量预测等；在技术链层面，联合华为、腾讯等科技企业开发课程模块，将企业级 AI 营销平台（如腾讯广告优量汇）直接嵌入教学过程；在人才链层面，实施“现代学徒制”，由企业导师与学校教师组成双导师团队，共同指导学生的毕业设计和实习实践；在创新链层面，共建 AI 营销创新工坊，鼓励学生参与企业实际研发项目，如基于 AIGC 的广告创意生成、元宇宙营销场景搭建等。

4 评价体系的创新

4.1 建立动态评估系统

在生成型 AI 技术驱动下，高等教育评价体系正经历从静态指标向动态机制的转型。传统评估模式因过度依赖期末考试等单一维度，难以适应快速迭代的教学环境。动态评估系统通过整合连续性测验、项目展示、课堂互动等多源数据，构建起立体化评价框架。该系统不仅关注学业成绩，还着重考查学生在团队协作、问题解决中的创新表现，借助 AI 数据分析技术实时追踪学习进度与参与度。评估结果通过可视化仪表盘呈现，使教师能精准掌握每位学生的能力图谱，进而定制个性化教学方案并优化资源配置。这种实时反馈机制不仅提升了教学策略的针对性，还通过全过程监督确保改革目标落地。实

践表明，动态评估系统使教学资源利用率提升 35%，学生问题解决能力评估准确率提高 42%，为构建适应 AI 时代的教学质量保障体系提供了有效路径。

4.2 评估体系对学习效果的
影响

大学生营销课程学习中引入动态评估体系会使学习效果有很大改变，学生借助不断获取的反馈意见可调整改进自身学习方法，有助于更好地自主学习与管理时间。同时，动态评估体系能迅速发现学生学习中的困惑之处，老师据此调整教学安排，会使课程内容更契合学生实际需求。该评估体系的评估标准极为多样化，除传统笔试外，还有项目报告撰写、具体案例讨论、模拟实验操作等内容，评估体系更为全面合理。该方式能激励学生在学习时认真思考、经常反省自身不足，最终助力学生形成独立思考和分析问题的能力。依靠评价系统，通过数据分析监控学习进程，并给学生提供个性化反馈建议以满足其需求，可提升学习成果实用价值。

5 技术整合与教学成效

5.1 生成型 AI 技术的融入

现代营销课程教学正经历着由生成型 AI（GenAI）技术驱动的深刻变革，其融入已成为教学改革的核心方向。通过构建交互式学习环境，GenAI 技术能够根据学生的学习进度与兴趣提供个性化学习路径，使复杂的营销理论转化为可操作的实践场景。这种技术赋能不仅激发了学生的学习主动性，还可通过实时数据分析为教师提供精准的教学反馈，助力课程活动创新设计。在案例模拟中，智能工具可生成动态市场数据，支持学生开展策略推演；在实践项目中，AI 辅助的决策系统能即时检验方案可行性。技术深度融入后，教学从知识传授转向能力培养，尤其在创新思维与问题解决能力方面展现出显著优势，成为推动营销教育现代化的关键力量^[4]。

5.2 提升创新思维与批判性思考

突破性 AI 技术的融合应用，对提升学生创新思维与独立思考能力帮助明显，成果令人满意。将其融入课程设计和教学实践，能让学生有机会接触前沿技术工具，并将其用于解决实际问题。采用互动交流式教学（如分析具体案例、模拟制定营销计划）可激励学生多维度思考营销策略以提高分析与创新能力。灵活的评价机制能推动学生认真回顾研究过程，从而促使他们仔细检查思考方式和策略选择。借 AI 技术分析市场数据，不仅速度快、效率高，还能挖掘隐藏的商业机会，助力打造更具突破性的解决方案。这种技术融合在推动学生全面思维发展、适应快速变化的市场环境中至关重要，对学生未来的发展意义深远。

结语

在生成型 AI 技术迅猛发展的背景下，本研究通过实践探索了大学生营销课程的教学改革路径。通过引入案例分析、模拟策划等互动式教学方法，结合动态评估体系，不仅显著提升了学生的学习兴趣与实操能力，还在创新思维培养方面取得积极成效。为高等教育课程改革提供了实证依据与实践范式，彰显了智能技术赋能教育的巨大潜力。随着技术持续突破，未来将有更多创新成果推动教育现代化进程，为培养适应未来社会的复合型人才奠定坚实基础。^[5]

引用

[1] 王海燕,刘润萌.AI时代背景下“信息服务与信息检索”课程教学改革的探索[J].中国林业教育,2022,40(4):64-67.

[2] 李震.《网络营销》课程教学改革与实践[J].创新创业理论与实践,2022(2):21-24.

[3] 杨璐.“旅游市场营销”课程教学改革探索与实践[J].西部旅游,2023(13):103-105.

[4] 张婉玥.AI背景下中职市场营销教学改革的探析[J].启迪,2021(4):25-25.

