

AI-Enabled Teaching Reform Practice in Marketing Courses

Zhiping Ma

Beijing Youth Political College, Beijing, 100102, China

Abstract

Based on teaching practices at Beijing Youth Politics College, this study explores pathways and strategies for AI-empowered marketing curriculum reform. Research indicates that AI technology effectively bridges the gap between theory and practice through virtual simulation scenarios, intelligent assessment systems, and personalized learning support. Key implementation approaches include integrating AI tools (e.g., data analytics, NLP) into course content and innovating a "CDIO+AI" teaching model. Proposed strategies emphasize a three-tier project system for skill development, AI competency training for faculty (e.g., DeepSeek workshops), and dynamic curriculum update mechanisms. The deep integration of AI with marketing education not only enhances teaching quality and student employability but also provides innovative approaches for cultivating marketing talents that meet the demands of the digital era.

Keywords

Artificial Intelligence; Marketing; Teaching Reform; Personalized Learning

AI 赋能市场营销课程教学改革实践探讨

马智萍

北京青年政治学院, 中国·北京 100102

摘要

本文以北京青年政治学院教学实践为基础, 探讨AI技术赋能市场营销课程改革的路径与策略。研究指出, AI技术通过构建虚拟仿真场景、智能评估系统和个性化学习支持, 有效解决了理论与实践脱节问题。具体实践路径包括: 在教学内容中融入AI工具, 创新“CDIO+AI”教学模式。实施建议提出“三级项目体系”训练框架, 强调师资AI技能培训(如参与DeepSeek工作坊)、动态课程更新机制。AI与市场营销教学的深度融合, 不仅提升了教学质量和学生职业竞争力, 为培养适应数字化时代需求的市场营销人才提供了新的思路和方法。

关键词

人工智能; 市场营销; 教学改革; 个性化学习

1 引言

随着人工智能技术的快速发展和豆包、DeepSeek等人工智能的广泛应用, 教育领域正经历着一场深刻的变革。市场营销作为一门实践性强的学科, 其教学内容和方式亟需与时俱进, 以适应数字化时代的需求。传统市场营销课程教学虽然有着深厚的底蕴基础但也存在内容更新滞后、实践环节薄弱、个性化不足等问题, 难以满足学生和企业的实际需求。因此, 探讨AI技术在市场营销课程教学改革中的应用具有重要的理论和实践意义。本文将从AI技术的优势出发, 分析其在市场营销课程教学中的具体应用, 并提出相应的实施策略, 以期为市场营销教育发展的创新发展提供参考。

2 市场营销课程教学现状剖析

随着科技的飞速发展, AI技术已成为推动各行业创新变革的核心力量。在市场营销领域, AI的广泛应用深刻改变了传统营销模式。从精准的客户画像构建、个性化营销策略制定, 到营销效果的实时监测与优化, AI技术都发挥着不可替代的作用。这种行业变革对市场营销专业人才培养提出了新要求。传统市场营销课程教学模式已难以满足市场对具备AI营销技能人才的需求, 将AI技术融入市场营销课程教学改革迫在眉睫, 这对于培养适应时代发展的高素质营销人才具有重要现实意义。

2.1 传统教学模式特征

传统市场营销课程教学以教师为中心, 课堂上教师主导讲授理论知识, 教学方式多为讲授为主。学生被动接收信息, 参与课堂互动的机会有限, 学习积极性难以充分调动。教学过程侧重于营销理论体系的讲解, 实践环节相对薄弱,

【作者简介】马智萍, 女, 中国山西应县人, 硕士, 副教授, 从事市场营销教学研究。

且教学方法较为单一，缺乏对学生创新思维与实践能力的针对性培养。

2.2 现存问题探究

1. 理论与实践脱节：学生在课堂上学习了丰富的营销理论，但在面对实际营销项目时，不知如何将所学理论运用到实践中。例如，在制定市场推广方案时，难以依据市场调研数据选择合适的推广渠道和策略。

2. 教学方法缺乏创新：传统教学方法难以激发学生的学习兴趣。案例分析多为陈旧案例，无法体现市场最新动态；小组讨论形式化，学生参与度不高，导致教学效果不佳，学生创新思维难以得到锻炼。

3. 考核体系不完善：考核方式以笔试为主，侧重考查学生对理论知识的记忆，忽视了对学生实践能力、创新能力以及团队协作能力的评估。这种考核体系无法全面、准确地反映学生的综合素质，不利于学生的全面发展。

2.3 AI 融入的必要性

AI 技术为解决传统教学问题提供了有效途径。它能够整合海量的市场数据和丰富的教学资源，为学生呈现真实的营销场景，实现个性化教学。通过 AI 模拟营销实践，学生可以在虚拟环境中反复练习，提升实践能力。同时，AI 辅助教学工具能够实时分析学生学习情况，为教师调整教学策略提供数据支持，提高教学质量，因此，AI 融入市场营销课程教学改革具有重要的现实意义^[1]。

2.4 AI 技术在市场营销课程教学中的优势

人工智能技术为市场营销课程教学带来了诸多创新可能。在个性化学习方面，AI 可以根据学生的学习数据和行为模式，智能推荐适合的学习内容和路径，实现“因材施教”。通过分析学生的知识掌握程度、学习习惯和兴趣偏好，AI 系统能够为每个学生定制个性化的学习方案，提高学习效率。

在智能评估方面，AI 可以自动批改作业和考试，提供即时反馈，并通过对学生答题数据的深度分析，识别知识薄弱环节，给出针对性的改进建议。这种形成性评估方式有助于学生及时调整学习策略，教师也能根据评估结果优化教学内容和方法。

虚拟仿真技术则创造了逼真的市场营销实践环境。学生可以在虚拟场景中进行市场调研、广告投放、客户管理等实践活动，获得接近真实的体验，而无需承担实际商业风险。这种沉浸式学习方式大大提升了学生的实践能力和决策水平。

3 AI 在市场营销课程教学中的应用实例

3.1 AI 辅助教学工具

利用 AI 技术开发的智能教学平台，整合了各类营销教学资源，包括行业报告、经典案例、教学视频等。例如，学习通、Coursera、Smart Sparrow 等平台，它们支持商业和营

销类课程的智能推荐平台能够根据学生的学习行为和偏好，智能推荐相关学习资料。智能辅导系统则通过分析学生在学习过程中的答题情况，如答题时间、错误率等，精准定位学生的知识薄弱点，为教师提供详细的学情分析报告，帮助教师有针对性地调整教学内容和方法。

3.2 智能教学资源

AI 生成的虚拟案例和模拟营销场景极大地丰富了教学资源。例如，电商平台借助 AI 技术生成的虚拟营销案例，涵盖了从市场定位、产品策划到线上营销推广的全过程。学生在模拟场景中扮演营销经理，根据市场变化制定营销策略，实时观察策略实施效果，并进行调整。这种沉浸式的学习体验，使学生能够深入理解营销理论，提高解决实际问题的能力^[2]。

3.3 个性化学习支持

在市场营销课程中引入 AI 个性化学习系统。系统根据学生的学习进度、知识掌握程度以及学习习惯，为每个学生制定个性化学习计划。对于在市场调研分析方面表现较弱的学生，系统自动推送相关的强化训练课程和案例分析；对于在创意营销方面有潜力的学生，则提供更具挑战性的项目实践机会。

4 教学改革的成效评估与反馈

4.1 评估指标体系构建

建立全面的教学改革成效评估指标体系，包括学生学习成绩、实践能力、创新思维、团队协作能力以及对课程的满意度等方面。通过考试成绩评估学生对理论知识的掌握程度；通过学生在实践项目中的表现，如项目完成质量、问题解决能力等，评估其实践能力；通过学生提交的创意营销方案，考察其创新思维；通过小组项目中的团队协作情况，评估学生的团队协作能力；通过问卷调查收集学生对课程教学的满意度反馈。

4.2 数据收集与分析方法

采用多种数据收集方法，包括考试成绩统计、实践项目成果评估、学生作品分析、问卷调查以及教师教学日志记录等。运用统计分析、对比分析等方法对收集到的数据进行处理。对比改革前后学生的考试成绩和实践能力评估结果，分析学生在不同阶段的学习进步情况；通过对学生作品的分析，了解学生创新思维的发展；利用问卷调查数据，掌握学生对教学方法和教学内容的满意度，为教学改进提供依据。

4.3 实践成果展示

经过教学改革实践，取得了显著成果。在实践能力方面，学生在各类营销实践竞赛中获奖数量大幅增加。学生的创新思维得到有效激发，提交的创意营销方案中，创新性和可行性显著增强。用人单位反馈，参与改革课程学习的学生实践能力强，能够快速适应工作岗位，在数据分析、营销策划等工作中表现出色。

4.4 问题与改进策略

在教学改革过程中,也发现了一些问题。部分教师对AI技术的掌握程度有限,在教学中难以充分发挥AI的优势;教学资源整合不够完善,不同类型的教学资源之间缺乏有效衔接。针对这些问题,需要加强教师AI技术培训,提高教师的教学能力;优化教学资源整合机制,建立统一的教学资源管理平台,确保教学资源的高效利用,进一步提升教学改革质量^[1]。

4.5 AI助力市场营销课程教学改革的实施策略

要成功实现AI技术的教学应用,需要采取多方面的策略。首先,加强教师培训至关重要。应组织专门的AI教学能力提升课程,帮助教师掌握相关工具和方法。同时,建立教师交流平台,分享AI教学经验和最佳实践。

其次,需要完善技术基础设施。学校应投入必要的硬件和软件资源,建设智能教室和虚拟实验室。与AI技术提供商建立合作关系,确保系统的稳定性和持续更新。此外,还要重视数据安全和隐私保护,建立完善的管理制度。

最后,构建科学的评价体系是确保改革成效的关键。除了传统的考试成绩,还应引入AI生成的学习过程数据,如参与度、进步情况等,进行多维度的教学效果评估。定期收集学生和教师的反馈,不断优化AI教学系统。

5 AI赋能市场营销教学改革的实践路径及建议

5.1 教学内容的革新

将AI技术相关知识融入市场营销课程教学内容。在市场分析课程中,教授学生如何运用AI工具进行大数据分析,挖掘市场潜在需求和消费者行为模式。例如,利用Python等数据分析工具结合AI算法,对社交媒体数据进行分析,预测市场趋势。在营销策划课程中,引入AI生成创意的方法,如借助即梦等AI图像生成技术设计产品宣传海报,通过自然语言处理技术撰写营销文案,使教学内容紧跟市场前沿,培养学生的AI营销技能。

5.2 教学方法的创新

采用基于AI的案例教学、项目教学和模拟教学等创新教学方法。教师选取由AI生成的复杂营销案例,组织学生进行分析讨论,引导学生运用所学理论知识和AI工具解决案例中的问题。开展AI模拟营销项目,学生分组完成从市场调研、策划到执行的全过程,在实践中锻炼团队协作和创新能力。通过模拟真实营销环境,让学生在虚拟场景中应对各种突发情况,提高其应变能力和决策能力。

5.3 实践教学的强化

利用AI技术构建虚拟营销实验室,为学生提供实践操作平台。学生可以在虚拟实验室中进行市场调研、营销策划、

广告投放等模拟实践活动,实时监测营销效果,并根据反馈调整策略。同时,加强与企业的合作,引入真实的营销项目,让学生借助AI技术参与实际工作,积累实践经验。例如,与某企业合作开展线上营销推广项目,学生运用AI分析工具对目标客户进行精准定位,制定个性化营销方案,通过实践提升职业素养和就业竞争力。

5.4 具体建议

5.4.1 加强师资培训

组织教师参与数字化技能培训,选派教师参与AI技能培训,比如参加首都师和北京市高等教育师资培训中心组织的“DeecoSeek引领教学创新与科研申报能力提升工作坊”。

5.4.2 教学实施框架

实施“CDIO+AI”教学模式:按照构思(Concept)-设计(Design)-实施(Implement)-运作(Operate)流程,嵌入AI工具链应用。构建三级项目体系:单元项目(4学时/个)训练工具应用,模块项目(16学时/个)培养场景解决能力,综合项目(32学时/个)锤炼复杂问题应对。

5.4.3 生态协同方案

建设AI营销案例库,搭建产教融合云平台:实现企业需求发布、师生项目接单模拟、真题振作成果产权的全流程模拟数字化管理。聚焦“技术应用场景化、教学过程数据化、能力评价可视化”三大突破点,建议院校建立“AI能力认证中心”,构建“学习-实践-认证”闭环体系。实施过程中需重点把控数据安全合规、技术伦理教育,确保改革实效。

6 结论

将AI技术融入市场营销课程教学改革是时代发展的必然趋势,人工智能融入市场营销教学内容、方法和实践环节势在必行,并且必将提升教学质量和学生综合素质。随着AI技术的不断发展,除了目前应用较多的豆包、DeepSeek等还会出现更多人工智能工具,未来市场营销课程教学将迎来更多创新机遇,如与更多更先进的新兴技术融合,为学生创造更加丰富多样的学习环境。然而,当前研究仍存在一定局限性,后续研究可进一步拓展研究范围,深入探索AI在不同教学场景中的应用模式,持续推动市场营销课程教学改革向纵深发展,为培养适应新时代需求的营销专业人才培养提供有力支持。

参考文献

- [1] 李雪. 知识图谱与AI技术助力市场调查类课程建设研究. 经济与管理科学[J], 2025, 25(03):29-31.
- [2] 李娜. AI赋能下混合式教学模式的构建与应用研究——以国际经济与贸易专业为例. 对外经贸[J], 2025, 25(02):126-129.
- [3] 张冠兰. 数字化赋能视域下高职市场营销课程教学改革. 老字号品牌营销[J], 2024.24(24): P220-222.