

# 教育数字化转型背景下高校市场营销专业教学探索

华夏 张红珍 陈 浸

(陕西科技大学镐京学院, 陕西 咸阳 710046)

摘要: 教育数字化转型对高校市场营销专业实践教学带来了前所未有的挑战和机遇, 而且日新月异的信息技术也为市场营销专业教育教学提供了新的教学方向和教学内容。基于此, 本文将浅析教育数字化转型背景下高校市场营销专业教学改革的必要性, 并对教育数字化转型背景下高校市场营销专业教学改革策略进行探讨, 以期为教师开展教学工作提供一定参考。

关键词: 教育数字化; 市场营销专业; 教学策略

市场营销是一门实践性很强的专业。当前, 传统的教学模式已无法满足学生的学习需求, 高校市场营销教师应基于教育数字化, 转变教学理念, 创新教学模式, 通过引入虚拟仿真实验、在线营销实训等新型实践教学方式, 学生可以在数字化教育环境下学习市场营销知识与技能, 以进一步提升其市场营销实践能力和综合素质。

## 一、教育数字化转型背景下高校市场营销专业教学改革的必要性

### (一) 基于社会人才需求, 培养复合型市场营销人才

在社会经济飞速发展的当下, 教育数字化转型正逐步成为推动高等教育改革和发展的重要力量。特别是在市场营销领域, 随着互联网技术的快速发展和消费市场环境的不断变化, 市场营销专业的教学与人才培养面临着前所未有的挑战和机遇。市场营销从业人员需要面对的是一个高度信息化、全球化的商业环境。在这个环境下, 营销活动不再局限于地理空间的边界, 跨文化交流与合作成为常态。因此, 市场营销专业的人才培养必须突破传统的学科边界, 注重跨学科知识的融合。这就意味着市场营销专业的学生不仅需要掌握市场营销的基本理论和技能, 更要具备良好的数据分析能力和技术应用能力。

### (二) 创新信息化教学方式, 提高市场营销专业教学质量

教育数字化转型为市场营销专业的教学改革带来了新的机遇。一方面, 通过运用信息技术手段, 创新教学方式已成为提升教学质量的关键途径。教师通过为学生构建一个全面的在线学习平台, 集成课堂讲授、视频教程、案例研究和互动讨论等多种教学元素, 使学生能够随时随地获取知识并与教师进行互动。此外, 整合营销软件演示、行业报告分析和最新的营销策略等相关的资源, 又能够丰富教学内容。另一方面, 教师还可以基于教育数字化转型, 搭建虚拟市场营销实验室, 为学生提供一个无风险的虚拟环境中

模拟营销活动, 从而获得实际操作的经验。这不仅有助于学生更好地理解市场营销理论知识, 还有助于锻炼学生的项目策划、执行和评估营销计划的能力。

### (三) 培养学生数字素养, 提升学生就业竞争优势

在教育数字化转型的背景下, 培养学生的数字素养, 不仅是应对这些挑战的手段, 也是提升学生就业竞争力的关键。数字素养指的是个人在信息时代有效使用各种数字技术进行学习、工作和生活的能力。这包括但不限于网络信息检索、数据分析、数字内容创造与交流等方面。当前, 市场上对拥有良好数字素养的人才需求日益增长。各行各业越来越依赖数字技术进行运营和管理, 尤其是在市场营销领域, 数字营销已成为主要的营销方式。因此, 高校市场营销专业的学生若能掌握相关的数字技能, 将极大地增强他们的就业竞争力。

## 二、教育数字化转型背景下高校市场营销专业教学改革策略

### (一) 基于教育数字化, 优化市场营销专业课程体系

教育数字化转型的背景下, 高校市场营销专业的课程体系需要与时俱进, 以适应快速变化的社会 and 市场需求。为了培养学生全面发展并具备竞争力的能力, 优化课程体系显得尤为重要。首先, 教师应将信息技术、数据分析、数字营销等课程纳入市场营销专业必修课程中, 帮助学生掌握数字技术的应用, 提高其解决实际问题的能力。结合数字化环境下的市场营销现状, 更新和补充相关营销理论, 如重新审视消费者行为模式, 研究在线消费行为和大数据分析在营销策略中的应用。其次, 教师要创新教学模式。采用项目驱动学习、翻转课堂、在线合作学习等多元化教学方法, 让学生在实践中学会如何运用数字化工具进行市场分析、策划和执行营销计划。在此过程中, 教师应借助互联网平台, 选取真实世界中的经典市场营销案例, 让学生在分析和讨论过程中, 深入理解数字营销策略的实际运用, 并通过案例解决方案的设计和实

施锻炼学生的实战能力。再者，教师还应鼓励学生选修经济学、心理学、人工智能等跨学科课程，培养学生从多角度、多层次理解和解决市场营销问题的能力。最后，线上教学平台的建设也至关重要。市场营销专业教师要利用好在线学习管理系统和其他数字平台，为学生提供丰富的资源和灵活的学习路径，同时促进师生之间、学生与学生之间的互动交流。并利用线上教学平台的大数据分析功能，强化个性化教学，根据学生的兴趣和职业规划，提供个性化学习建议和资源，引导学生深入探索他们感兴趣的市场营销领域。

### （二）引入信息技术手段，创新市场影响专业实践教学

随着教育数字化转型的深入发展，市场营销专业的实践教学也必须顺应时代发展，通过引入信息技术手段，在丰富和优化市场营销专业的教学内容和方式的同时，进一步提高学生的学习效率和质量，增强其就业竞争力。利用在线教育平台，教师可以构建一个跨时空的虚拟课堂。学生和教师不受地点和时间的限制，可以随时随地进行交流和教学活动。这种灵活的学习模式有利于促进学生主动学习，同时也有助于教师更好地组织和管理课程。借助数据分析软件，学生可以在实际的市场调研中收集和大量数据，从而获得更深入的市场洞察力。数据可视化工具如 Tableau 或 Power BI 等的应用，能够使复杂的数据更易于理解，为学生提供更直观、形象的市场分析报告。而采用多媒体和虚拟现实（VR）技术，市场营销专业的案例研究和模拟实践将变得更加生动和真实。例如，教师借助 VR 技术模拟产品展示、市场推广等场景，使学生能够在虚拟环境中体验和掌握营销策略，增强实践技能。微信、微博，以及短视频平台已成为学生生活学习中不可或缺的一部分，教师可以将其利用起来。比如，教师可以让学生在短视频平台建立自媒体账号，通过合理的“营销”自己，打造个人品牌，锻炼学生的市场营销专业能力和职业素养。这不仅提供了展示自己作品的舞台，还可以让学生即时跟踪市场动态，学习行业最新趋势。需要注意的是，教师要提高对网络安全和隐私保护方面教育的重视程度，培养学生在使用信息技术进行市场营销时的责任感和伦理观。确保学生在享受信息技术带来的便利的同时，也能够意识到潜在的风险，并采取相应的措施保护自身和他人利益。

### （三）加强教师培训教育，提升教师数字化教学能力

只有当教师能够熟练掌握并运用先进的数字技术手段时，才能真正提高市场营销专业教育的质量和效率。首先，高校应为教师定制化设计数字化教学能力培训课程。针对不同教师的教学经验和需求，设计个性化、多层次的培训课程。例如，对于刚刚接

触信息技术工具的教师，初期可重点教授基础的操作技巧和基本的应用方法；而对于已经有一定信息技术应用基础的教师，则可以提供更深入的课程内容，如高级数据分析工具的使用、在线学习资源的开发与应用等。其次，高校还可以定期邀请行业内的市场营销专家和技术人员举办讲座或工作坊，为教师提供最新的市场营销理念、工具和技术的分享。这种互动式的学习不仅能够增加教师们的知识储备，还能激发他们对数字化教学的热情和创造力。在培训中，要注意实践与案例分析结合，让教师在实践中学会如何更好地利用数字化工具进行教学。比如，可以组织教师团队合作解决实际市场营销问题的活动，通过模拟真实情境让教师们体验到数字化工具在解决具体问题中的作用。再者教师的自我学习能力也非常重要。教师持续关注和学习最新的教育技术发展趋势，提升自身的数字化学习能力。可以通过在线课程、学术会议和网络研讨会等方式，让教师们不仅在职能够快速更新知识库，还能与同行交流分享经验。最后，还应建立一个系统的反馈和评估机制，定期对教师的培训成效进行评估。通过收集学生的反馈、同行的评价以及学生在市场营销专业课程中的表现，来不断调整和优化培训内容，确保培训效果最大化。通过上述措施的实施，不仅能够有效提升市场营销专业教师的数字化教学能力，也能促进整个高校市场营销教育的质量和水平的提升。

### 三、结语

综上所述，高校市场营销专业基于教育数字化进行教学改革具有重要的现实意义。在实际实践中，教师可以通过优化课程体系、创新实践教学、提高自身数字化教学能力等策略的实践，为学生提供更加丰富、多元的市场营销教育教学活动。未来，随着数字技术的不断发展和应用，高校市场营销专业教学改革将继续深入发展，进而培养出更多具备数字化营销能力和创新思维的高素质市场营销人才。

### 参考文献：

[1] 冉晖. 数字化时代高职院校市场营销专业教学改革研究 [J]. 柳州职业技术学院学报, 2023, 23 (02): 68-71.

基金项目：产业数字化转型背景下高校传统市场营销专业智能化教学的路径研究

十四五规划项目编号：SGH24Y2188 的研究成果；校级教改项目编号：2024JG008。