

提升数字营销课程实践教学有效性的策略研究

张 静

武汉软件工程职业学院 湖北武汉 430000

摘 要：在信息技术高速发展的今天，数字化转型已经成为全球经济发展的大潮流。数字营销是企业 and 消费者之间进行交互的一种重要方式，越来越显示出它的重要性。高等教育机构都开设了与数字营销有关的课程来培养符合时代需要的复合型人才。但传统教学模式实践性与应用性都有所欠缺，很难适应瞬息万变的市场需求。所以如何提高数字营销课程实践教学有效性已成为教育界与企业界普遍关注的一个热点。文章旨在探索通过优化教学内容、创新教学方式及强化校企合作来促进数字营销课程实践教学效果，从而为高素质数字营销人才培养提供理论支撑与实践指导。

关键词：数字营销课程；实践教学；有效性

引言

数字经济时代互联网，大数据和人工智能等新兴技术被广泛运用到营销领域中，促使数字营销快速发展。市场对于掌握数字营销技能人才的需求越来越大，但目前高校数字营销课程实践教学环节还面临着许多挑战。传统教学通常注重理论而学生没有真正实战经验，这使得他们毕业时很难很快适应市场环境。另外，数字营销技术的更新迭代速度很快，如果课程内容不能及时得到更新，就很难跟上行业发展。为此，需要深入学习已有数字营销课程，并从引进前沿技术，充实实践环节，与企业建立密切合作等方面着手，以促进实际教学效果，培养能在复杂的市场环境下胜任工作的数字营销专业人才。

一、数字营销的概念与发展趋势

数字营销是一种结合互联网和其他数字化工具来进行市场宣传和维护客户关系的策略，它包括了搜索引擎优化（SEO）这一部分、在社交媒体营销（SMM）、内容营销、电子邮件营销以及数据分析等众多领域中都有所涉及。核心是以数据驱动、技术应用等方式实现准确市场定位和个性化客户互动。在全球互联网普及率不断提升的背景下，到2023年年底全球网民人数已经突破50亿人，数字营销日益显示出其重要意义。近年来，在人工智能、大数据、区块链等新兴技术迅猛发展的背景下，数字营销出现了智能化、自动化、个性化等明显发展趋势。比如AI算法的运用使营销内容与用户需求更加准确匹配，提升广告投放效果与用户体验。同时，大数据分析的推广使得企业可以对消费者行为模式进行更深一步

的发掘，进而制定出更加具有针对性的营销策略。另外，社交媒体平台的出现和广泛传播，彻底改变了传统的市场推广策略，社交媒体用户的年均增速约为10%，这进一步加强了品牌与消费者间的直接和频密的互动。发展数字营销不只是技术上的提升，更重要的是商业模式上的变革，企业可以通过线上线下资源整合实现全球市场扩展及品牌推广，从而在激烈的市场竞争中获得更多商业价值。

二、数字营销课程实践教学现状分析

（一）课程设置与教学内容分析

数字营销的课程设计和教学内容会直接决定学生在这个领域的掌握水平和实际操作能力。目前，大部分高等教育机构的数字营销课程通常包括搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销、内容营销、数据分析和电子商务等基础模块，这些内容的目的是为学生提供全面的理论基础。但在数字营销技术与手段日新月异的今天，传统课程内容通常很难与行业发展同步，课程内容更新频率与前沿技术覆盖度都有欠缺，学生面对真实的工作场景，常常会出现应对能力不足。另外，在课程设置中理论和实践所占比重还不均衡，过分强调理论知识讲授，但实践环节设计相对薄弱，不能有效地训练学生实际操作技能和创新思维。教学内容大多滞留于基础层面而缺乏复杂问题深度剖析与实际案例系统性学习。面对上述挑战，数字营销课程急需在内容设计方面不断创新，通过推出更具动态性和以市场需求为导向的课程，并强化与产业实际深度融合，从而真正培养具有竞争力的数字营销人才。

（二）教学方法与手段的应用现状

在数字营销的教学过程中，传统的授课方式和工具仍然是主流，虽然现代技术和教育观念的融入已经成为一种趋势，但其在实际应用的广度和深度上仍有待加强。课堂教学仍然是以讲授法为中心，教师用PPT展示、理论讲解等方式讲授知识，而学生在学习过程中更多地是被动地接受，缺少主动探究的余地。这一教学方式尽管能够有效地传达基本概念与基本理论，但是面对瞬息万变的数字营销环境，它似乎稍显落后。与此同时，实践教学环节虽然在很多课程上都有所开设，但是比较流于表面，实训项目设计往往缺少与真实商业环境相联系，学生很难通过模拟实战获得实际操作经验。在线教育工具及数字化资源利用率也亟待提高，虽然有一些课程试图借助翻转课堂、在线讨论及虚拟实训平台来加强互动性及参与感，但是目前对这些技术应用普及度及效果评估还不系统。另外，教学评价方法比较单一，过多地依靠笔试成绩评价学生学习效果，而忽略全面考查学生实际操作能力与创新思维。在这种教学现状之下，数字营销课程很难全面调动学生学习兴趣与实践热情，更不能全面适应产业对于高素质实用型人才培养的要求。

（三）校企合作在实践教学中的作用

校企合作对数字营销课程实践教学起到关键作用，使学生有机会接触到真实的市场环境并参与到实际项目中，显著增强了教学实用性和有效性。各大学可以透过与企业的合作来引进最新行业资源及技术动态，并把这些前沿信息纳入教学内容，使课程内容更接近市场需求。学生参加以企业为主体的实训项目既能把学到的理论知识运用到实际工作中去，又能直接面对本行业的现实问题，从而锻炼了解决问题、团队协作精神等方面的能力。另外，企业专家直接介入还能给学生带来有价值的经验分享与引导，其行业洞察与实践经验能给学生带来比课堂教学更鲜活、更深入的感悟。校企合作也给学生实习、就业提供了直接渠道，在合作期间企业可以事先考察、筛选出人才，为其职业发展铺路搭桥。对高校来说，深化校企合作在促进教学质量和实效性提高的同时，也加强了学校和社会之间的连接，促进教育和产业协同发展。在目前市场对于高素质，实践型数字营销人才要求越来越高的情况下，校企合作已经成为提高该课程实践教学有效性的重要手段。

三、提升数字营销课程实践教学有效性的策略

（一）优化课程内容设计

数字营销课程内容的优化设计需要洞察行业发展趋

势和技术变革，并与教育目标相结合，以保证课程既有理论深度也符合实践需要。目前，数字营销领域正在经历人工智能、大数据和区块链的充分渗透，在变革营销模式的同时，市场环境正在重塑。为此，课程内容须动态更新并融入这些前沿技术的运用和影响力，例如通过大数据分析来优化营销策略，运用人工智能设计个性化用户体验等，和通过区块链技术，保证数据隐私和交易透明度。课程设计要打破单一学科的框架，将多学科交叉知识有机地结合起来，促进学生系统性地认识复杂的营销问题，尤其要正视全球市场越来越多元化，如何利用数据科学和行为经济学的相关知识准确地进行市场定位和策略制定。另外，课程内容需要十分重视实际应用的价值，将理论讲授和案例分析结合起来，并通过对真实商业情境的模拟来加强学生对不确定情境中决策能力和创新思维的培养。配合企业共同开发课程模块，让学生直接参与市场调研、数字营销方案设计、效果评估等真实项目，强化行业运作全局认知与实践能力。与此同时，教学内容要体现数字经济时代数据伦理、隐私保护、可持续发展等伦理及社会责任，让学生对技术应用有社会责任感及道德判断力。经过这种内容优化后，这门课程在发展学生专业技能的同时，也塑造了他们迎接未来挑战所应具备的综合素质和领导能力。

（二）创新教学方式

在数字营销的课程设计中，创新的教学方法显得尤为关键，这不只是为了适应数字化时代的快速演变，更重要的是为了激发学生的创新思维、批判性分析和实际操作技巧。传统教学方式通常只限于单向的知识传递，在数字营销领域要求学生能将学到的知识运用到复杂多变的情境中。为此，教学方法要从简单的理论讲授向以生为本的互动式教学转变，并通过引进项目导向式教学、翻转课堂及混合式教学的创新方法来增强教学效果。项目导向式教学使学生以现实问题为中心进行团队合作来设计并执行数字营销策略，如通过对某新品市场推广项目进行仿真，学生在实践过程中能够掌握搜索引擎优化和社交媒体营销的主要能力。翻转课堂结合了课前在线学习和课堂互动，鼓励学生在课堂上积极参与讨论和解决问题。比如学生课前借助在线平台进行基本概念的学习，上课的时间用来团队合作来解决一些复杂的案例，比如怎样利用数据分析来优化广告投放策略等。混合式教学将线上线下的资源相结合，借助虚拟实训平台、线上线下讨论论坛以及案例研究等方式，让学生既能够随时随地学习，又能够通过仿真真实的情景如操作等，

运用虚拟平台对商家社交媒体账户管理进行仿真,对用户互动数据进行分析,调整营销策略。另外,在教学方法创新方面还应包括深度结合行业、邀请企业专家加盟授课、提供市场最新动向及实际操作案例等。这种教学方式在提高学习趣味性、参与感的同时,也有助于学生对数字营销相关理论和工具的深入理解和运用,从而真正达到由知识向能力转变。

(三) 加强校企合作

强化校企合作对数字营销课程有战略性的意义,既可以促进学生实践能力的培养,又可以缩小教育和行业需求的距离。通过校企合作使学校能够引进企业最新行业技术、工具及实践经验,并在教学内容中融入这些要素,提高课程现实针对性。企业通过合作可以向学校提供实际项目案例、实习机会以及行业专家等资源,帮助学生深入了解市场动态及行业需求。比如企业可和学校联合建设实践基地,让学生参与到真实商业环境下的数字营销项目中来,从战略的制定、实施到效果评估,都能充分感受市场运作过程。企业专家的介入能为学生提供向行业领袖直接获取一手知识的机会,在丰富课程内容的同时还有助于他们建立起对行业前景明晰的认识。校企合作也可通过共同组织比赛、工作坊、研讨会等方式来启发学生创新思维及竞争意识,比如与知名企业共同进行数字营销竞赛,学生们在实际市场环境中设计并实施营销方案,而企业通过竞赛来评价学生们的创新能力和实战水平。成绩好的学生也许会直接得到实习或者就业机会。这一合作模式既给学生搭建了施展才华的舞台,又为企业挖掘人才、培育人才创造条件。深化校企合作也有利于学校教师专业成长,并通过经常组织他们赴企业开展行业调研或者挂职锻炼等方式促进其实践能力与教学水平的提高,使其能较好的结合行业动态和教学内容。通过系统化、持续化校企合作使学校能够更加准确地培养出适应市场需求的数字化营销人才,同时企业能够从合作中得到好处,获得有实践经验的优质员工,从而达到共赢。

(四) 提升教师实践能力

提高教师实践能力是数字营销教学的关键,只有有较深实践经验的老师才能够有效地指导学生把理论知识变成实际操作能力。对此,教师要经常参加行业前沿培训与研讨,了解数字营销最新技术与发展趋势。教师与企业进行深度合作后,可深度参与到企业实际项目或者

市场活动中去,直接触及行业动态以及实际操作场景,这样既可不断更新自身教学内容,又可让自己对课堂进行更多实战指导。比如教师可参与到企业数字营销策划或者广告投放项目中去,从中学到高级的策略制定及数据分析方法等,这种实践经历会丰富其教学案例并让课堂变得更生动、更符合实际。同时学校要鼓励教师开展跨学科研究并综合运用数据科学,心理学和经济学的的相关知识,以提高他们对复杂市场的分析能力和综合型数字营销人才的培养。建立校企合作机制还能让教师有更多机会接触到真实市场,如通过企业挂职锻炼或者行业导师辅导等方式,使教师在实际工作中能够不断地更新知识结构和提高教学实用性。另外教师还可借助数字化工具与平台模拟真实营销环境开展教学以提高技术应用能力。教师参加行业认证项目或者考试也能取得相应的资格认证,既是教师专业能力的一种表现,更是教师不断取得进步与学习的表现。

结束语

总之,数字营销课程实践教学有效性的提高是一项系统工程,必须多维度策略性地优化和创新。通过搭建模拟实践环境,加强校企合作,引进前沿技术工具,设计综合性实践项目,重视过程评价和反馈,激励学生自主学习和创新等措施,我们能够有效地加强学生实践能力的培养,造就更加适应市场需要的高质量数字营销人才。

参考文献

- [1] 卢艳睿.浅析网络营销课程实践教学的探索与研究[J].职业,2015(5):1.
- [2] 尹小梅.《网络营销》课程教学中的实践教学研究[J].时代教育,2014.
- [3] 张洁.基于“岗课证赛创”融通的《酒店数字化营销》课程教学改革与探索实践[J].时代人物,2023(21):0191-0193.
- [4] 丁阳.《网络营销》课程思政教学改革的实践与探索[C]//广东省教师继续教育学会第一届教学与管理研讨会论文集(五).2023.
- [5] 罗蓓蓓.“互联网+”时代《网络营销》课程智慧教学模式改革与实践研究[J].互联网周刊,2022(24):89-91.