

“K&P”双驱动设计的《网络营销》教学创新

——基于武汉文理学院的典型研究

王玮婧

武汉文理学院 湖北武汉 430000

摘要：在数字经济与新质生产力协同发展的时代背景下，《网络营销》课程团队针对现阶段学生特点，采用学科知识（Knowledge）与项目实践（Practice）的双驱动教学模式，通过构建学科深度融合的知识图谱、校企联动的数智资源平台以及四维动态评价体系，破解传统课程“理论概念抽象化”、“内容创作同质化”、“实践教学空心化”等痛点问题。课程实施教学创新以来，学生岗位胜任力提升37%，校企共建动态案例库收录20多个真实项目，学生获国家级竞赛奖项12项，创新模式被3家合作企业纳入新人培养体系，为应用型高校商科课程改革提供可复制范本。

关键词：KP双驱动；网络营销；教学创新；项目式

一、课程概述

（一）课程发展历程

《网络营销》是工商管理类专业核心课程，课程总学时为48学时，共计3学分，涵盖理论教学与实践教学两大模块，其中理论教学24学时、实践教学24学时，面向学院400多名本、专科学生开课，已有12年教学历程。

本课程基于应用型人才培养理念，将理论与实践深度融合，构建“基础理论+数字技术应用+岗位实践驱动”的内容体系，适应新质生产力发展。课程以企业真实岗位职责为参照，通过多样化教学活动与小组学习方式，着力培养学生诚信经营、网络营销实战、创新思维与团队协作能力。

（二）课程目标

二、学情分析与教学痛点

（一）学情分析

在教学过程中，课程团队发现现阶段学生普遍存在自主学习能力一般、对理论学习兴趣缺乏，知识体系不够系统，缺乏深入分析和创新思维等问题。例如，在分析真实商业案例（如直播电商运营）时，仅28.6%的学生能准确运用理论工具；87%的学生短视频作业采用雷同模板，企业反馈毕业生原创内容产出能力达标率不足40%；73%的毕业生反馈“在校所学难以指导实际工作”；83%的学生未接触过真实项目等等。但同时，他们成长于数字时代，对网络熟悉，思维活跃，动手能力强，渴望通过实践获取成就感。

基于此，课程团队在进行课程设计时注重将真实的企业岗位要求与教学目标相结合，通过对接企业资源，

引入实战项目案例，利用数字化技术手段进行教学，激发学生的学习动力。

（二）教学痛点

1.课情：理论概念抽象化，难以对接实际应用场景

当前《网络营销》课程的教学内容与实际应用场景存在显著脱节，理论概念过于抽象。一是教材多选用经典案例，这些案例往往时间比较久远，难以匹配短视频、社交电商等新业态的发展需求。二是教学引领不足，缺乏沉浸式商业情境模拟，导致学生虽掌握理论知识却无法有效运用于真实案例分析，毕业生普遍反映所学内容难以指导实际工作，凸显了从理论到实践的关键路径尚未打通的问题。

2.学情：内容创作同质化，学生创新思维不足

学生在内容创作中表现出高度同质化倾向，作业多依赖模板或固定模式，缺乏原创性。尽管学生熟悉网络环境且动手能力较强，但评价体系过度关注技术指标而忽视创新维度，限制了其创造性思维的培养，使得他们在实践中原创内容产出能力不足，难以满足企业需。

3.教情：实践教学空心化，项目化训练机会匮乏

实践教学环节存在空心化现象，校企合作深度不足，真实项目机会匮乏且覆盖率低，实训平台功能单一，无法覆盖新媒体营销等新兴模块。实践教学与企业运营周期脱节，学生缺乏真实店铺操作经验，导致毕业生需企业重新培训基础技能。这种“模拟多、实战少”的教学模式严重制约了学生职业能力的全面发展，亟需构建“知识+能力”双驱动的创新培养体系。

三、基于“K&P”双驱动的教学创新思路

面对上述痛点，传统教学模式面临学科知识体系与岗位技能难以有效衔接的问题。为解决这一问题，双驱动创新思路应运而生，其核心内涵包括K驱动（Knowledge-Driven）和P驱动（Practice-Driven）。K驱动以学科知识体系为根基，构建系统化的认知框架；P驱动则以岗位实践需求为导向，培养场景化的应用能力。两者共同形成“理论-实践-反馈-迭代”的闭环生态。

双驱动模型构建中，K驱动层涵盖知识图谱构建、学科逻辑强化和认知能力培养，P驱动层则包括项目化教学、岗位技能认证和真实场景实训。“K&P”双驱动融合创新点体现在知识模块化重组、技能图谱化映射和能力动态化升级。通过试点验证，双驱动模式可实现知识留存率提升40%，岗位适应周期缩短60%，创新能力综合指数提高35%。

四、基于“K&P”双驱动的教学创新举措

（一）课程重塑，构建课程体系新模式

1. 岗课互融型四维知识图谱构建

在“K&P”双驱动课程体系重构创新中，岗课互融构建是核心环节之一。通过梳理网络营销学科的核心知识点，结合企业岗位需求，构建了系统化的知识图谱。该图谱不仅涵盖了网络营销基础理论和岗位知识理论，还融入了前沿的数字营销技能图谱和职业素质图谱。

同时，图谱的动态更新机制确保了教学内容与行业技术发展的同步，解决了传统教学中知识体系化与岗位技能碎片化的矛盾。

2. 企业需求导向的模块化课程重构

企业需求导向的模块化课程重构是“K&P”双驱动模式的另一重要举措。课程团队深入调研企业实际需求，将网络营销的核心技能分解为多个模块，每个模块均以企业真实项目为依托，设计了理论与实践相结合的教学内容。

例如，在“微信小程序营销”模块中，学生不仅学习微信小程序产品运营的理论知识，还通过数字平台模拟企业项目进行小程序设计、开展社交裂变推广等。这种模块化课程设计有效解决了传统课程中理论与实践脱节的问题，使学生能够在真实场景中应用所学知识，提升了岗位适应能力。

（二）产教融合，确立项目教学新思路

1. 校企共建“三库一平台”

课程团队与多家企业深度合作，共同构建了“案例库、资源库、工具库和数字化教学平台”，形成了全方位、多层次的数智化教学资源体系。案例库收录了20多个真实企业项目，涵盖电商、社交媒体、搜索引擎优化

等多领域，为学生提供了丰富的实践素材。资源库整合了网络营销的理论知识、行业报告、操作指南等，帮助学生系统掌握学科前沿动态。工具库则提供了各类网络营销软件的操作教程，如数据分析工具、内容创作平台等，助力学生提升实操能力。数字化教学平台作为资源整合的核心载体，实现了教学过程的智能化管理，支持在线学习、实时互动、数据分析等功能，极大提升了教学效率与学生的学习体验。

2. 数智平台促进教学资源转化

课程团队通过“数智平台→企业项目→教学案例”的转化路径，实现了教学资源的动态更新与高效利用。首先，企业真实项目经过筛选与改编，转化为适合课堂教学的案例，确保教学内容与行业需求紧密对接。例如，某电商企业的促销活动被转化为“双十一营销策略分析”案例，学生通过分析真实数据，制定营销方案，提升了实战能力。其次，教学案例进一步转化为企业项目，教师团队基于案例数据开展研究，发表高质量论文，反哺教学，形成“教学-案例-实践”的良性循环。

3. 学科交叉创新课堂教学方法

在“K&P”双驱动模式下，课程团队引入学科交叉融合的教学方法，打破传统商科课程的单一知识边界。通过整合心理学、数据科学、传播学等跨学科内容，设计“理论+技术+场景”的复合型课堂活动。例如，在“消费者行为分析”模块中，结合数据分析工具（如Python），引导学生从多维度解读用户行为数据；在“社交媒体营销”任务中，融入传播学的“5W”模型，要求学生基于算法逻辑优化内容传播策略。

这种交叉教学不仅强化了学生的综合思维能力，还培养了其运用多学科工具解决复杂商业问题的能力。课后反馈显示，87%的学生认为学科交叉案例“显著提升了学习深度”，企业导师评价此类训练使学生的方案设计“更具技术支撑与创新性”。

（三）四维考核，建立动态评价新体系

1. 课程掌握度（K维度）

课程知识掌握度评价聚焦学生对网络营销理论体系的系统理解与迁移应用能力，通过案例分析、理论测试及课堂互动等形式，检验学生对市场分析工具、消费者行为理论等核心知识的掌握程度，确保其能够将抽象概念转化为解决实际问题的认知框架，为后续实践环节奠定扎实的理论基础。

2. 岗位熟练度（K维度）

岗位知识掌握熟练度强调学生对行业动态与企业需求的敏感度，结合企业真实案例与岗位技能图谱，评估

其将学科知识转化为岗位适配能力的效果，例如分析新兴业态（如直播电商）的运营逻辑，从而弥合课堂学习与职场要求之间的鸿沟，提升就业竞争力。

3. 技能应用力（P维度）

技能应用力评价强调学生在真实场景中运用网络营销工具与方法的能力。课程团队设计了多层次的项目化任务，如社交媒体运营、搜索引擎优化、数据分析等，要求学生结合企业真实案例完成实操任务。通过P维度的评价，课程团队引入企业导师评价机制，邀请企业专家对学生的实操表现进行评分，确保评价结果与行业需求紧密对接。

4. 职业素质力（P维度）

职业素质力评价聚焦学生的职业道德与职业素养，将思政元素融入评价体系。课程团队设计了“诚信经营”、“消费者权益保护”、“数据隐私安全”等思政评价指标，通过案例分析、情景模拟等形式，评估学生的职业伦理认知与社会责任感。例如，在“网络营销伦理”模块中，学生需分析某企业营销活动中的伦理问题，并提出改进建议。通过思政评价，学生不仅提升了职业素养，还树立了正确的商业道德观念，为未来职业发展奠定了坚实的素质基础。

（四）价值引领，树立课程思政新目标

思政元素与行业伦理的立体化融合路径是课程体系重构中的创新亮点。课程团队深入挖掘网络营销领域中的思政元素，从宏观环境认识出发，将其有机融入微观教学内容。

例如，在讲解网络营销策略时，结合真实案例探讨企业在营销过程中如何平衡商业利益与社会责任；在数据分析模块中，强调数据使用的合法性与伦理性，培养学生的职业伦理意识。

通过沉浸式的教学方式，思政元素不再是生硬的附加内容，而是与专业知识自然融合，既提升了学生的职业素养，也增强了他们的社会责任感。

五、教学创新成效

（一）学生评价

1. 问卷调查分析

问卷采用李克特量表从学习目标、学习动机、学习过程、学习效果、满意度五个维度对授课班级进行问卷调查。

问卷统计结果表明，学生对课程整体认可度极高。学生认为课程通过“真实项目驱动+岗位任务模拟”的教学模式，营造了浓厚的学习氛围，有效激发了学习兴趣。在课程中，学生不仅能够深度参与企业级网络营销实战（如网页设计、公众号运营等），还通过小组对抗赛制（如模拟小程序开发竞标、ROI数据比拼等）增强了

探索、思考和团队协作能力。

2. 学生评教留言

借助项目式驱动教学模式，学生学习积极性和课堂参与度大幅提高，教学任务完成率达97.2%，课堂满意度达95.6%，学生评教分数达到95.0分，普遍认可课程实用性。多数学生在课程评价部分充分肯定了岗课互融的教学模式，对本课程在教学环节方面的持续改进和不断优化给予了高度评价。

（二）育人成效

通过教学革新，学生在与《网络营销》课程相关学科赛事中屡获佳绩，如2021年获“互联网+”大学生创新创业大赛省级银奖、2023年获全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛省级一等奖等。近三年，学生累计获国家级学科竞赛奖共计12项，超过50人次获奖，专业素养得到充分证明。

（三）成果推广

中国教育在线、荆楚网等主流媒体曾对本课程的校企合作模式和项目式教学方法进行过报道。主讲教师也在多个地方高校和教学研讨场合分享创新经验。

近三年教师团队发表网络营销相关高质量论文7篇，主持参与省部级教学改革项目3项，获批教育部2024年产学研合作协同育人项目1项，获得学校教学质量奖累计超过10人次，科研成果反哺教学，教学内容深度与广度得以拓展，教师在行业内影响力逐步提升。

总结

《网络营销》课程通过“K&P”双驱动教学模式，有效解决了现阶段教学过程中理论概念抽象化、内容创作同质化、实践教学空心化等痛点问题。课程团队通过课程体系的革新，根据企业岗位需求重构模块课程，并通过校企共建“三库一平台”丰富数智化教学资源，结合四维动态评价体系涵盖课程掌握度、岗位熟练度、技能应用力和职业素质力考核，全面提升学生综合能力。未来，课程团队将继续深化教学改革创新，为网络营销领域培养更多高素质应用型人才。

参考文献

- [1] 李晓晟. 创新创业导向的高校市场营销专业网络营销课程教学改革研究[J]. 邢台学院学报, 2024, 39(4).
- [2] 刘春宇. 基于“创新思维+职业能力”二元培养的网络营销课程教学改革探究[J]. 教科导刊, 2024(7).
- [3] 汪兰林. 基于“创新思维+职业能力”二元培养的网络营销课程教学改革探究[J]. 畅谈, 2023(24).