

基于AI的“双主线-探究式”营销案例分析 教学模式构建与实践

尹立茜

乐山师范学院 四川乐山 614000

摘要:本研究针对数智时代营销人才培养需求,创新性地构建以人工智能作为核心智能引擎,深度融合“营销经典理论”与“商业实践能力”两条并行主线,通过“探究式”学习流程系统重构教学闭环。实践表明,该模式通过动态数据、沉浸场景与智能工具,有效提升了学生的数据驱动决策、批判性思维及创新解决复杂商业问题的综合能力。本文以“泡泡玛特”品牌为教学案例,具体展示了该模式在教学中的应用路径与成效。研究结论认为,这一模式不仅是教学方法的迭代,更是面向未来、培养兼具技术素养与商业智慧的复合型营销人才的有效范式,为商科教育的数字化转型提供了兼具理论价值与实践意义的参考方案。

关键词: AI; 双主线; 探究式; 案例分析

一、背景

数智时代是一个由数据、算法和算力共同驱动的数字时代,这不仅是一场技术革命,更是一场深刻的生产关系的重塑。当下,营销人才需掌握数据解读与AI工具应用能力,从“经验驱动”转向“数据驱动”,善用技术洞察市场、优化策略;在海量信息中,必须具备批判性思维与商业敏锐度,能将数据分析转化为前瞻性的战略决策;创意思维与人文素养:在自动化执行普及的背景下,人的价值更体现在机器难以替代的原创内容、情感共鸣与品牌叙事能力上。

从理论层面来讲,《营销案例分析》课程需要丰富信息化教学理论,创新案例教学模式。实践层面来看,课堂应旨在提升学生数据分析与决策能力,赋能教师因材施教、为同类课程改革提供借鉴。本文遵循“理论构建—模式设计—教学实践—效果验证—反思展望”的研究路线,采用文献研究、行动研究、访谈等方法。

二、理论基础

目前,案例教学法已成为营销学科的核心教学手段,主要通过引入经典商业案例学习,旨在培养学生解决实际问题的能力。案例教学法是以学生为中心,鼓励学生围绕案例展开深入的讨论,在讨论过程中加深对知识的

理解与应用,这是以较低成本的方式,为学生提供了决策的实践机会^[1]。

然而,其局限性日益凸显。经典案例滞后于数字营销环境的快速迭代,缺乏实时数据与动态情境;分析多依赖于静态的SWOT、4P等框架,学生难以接触和运用工具进行数据驱动决策;学生参与不均衡,容易形成“优生主导、旁观者众多”的局面,深度互动与个性化指导不足;教师评价集中于最终报告,难以对小组探究过程进行即时、量化的反馈与纠偏。

“双主线”指理论主线和能力主线,“探究式”学习的核心要素是问题导向、自主探究、协作学习。“双主线-探究式”理念与营销案例教学高度适配。营销学科本身即要求理论认知与实践能力的深度融合。“双主线”设计确保了学生在分析案例时,既有经典理论框架作为分析基石,又能聚焦真实商业问题的解决逻辑,避免学习片面化。而“探究式”流程则呼应了营销实战的不确定性与创新性,引导学生像职业经理人一样主动挖掘数据、论证观点并制定动态策略。二者结合,恰好构建了一个从“知”到“行”的完整闭环,能系统化培养数字经济时代所需的复合型营销人才。^{[2][3]}

人工智能技术正通过多模态数据解析与动态场景构建,重塑营销案例分析教学的三个核心维度:它促进了知识体系的非线性整合与拓扑联结,利用增强现实(AR)营造具身认知与情境临场感,并借助智能诊断系统生成覆盖多维度能力的个性化学情图谱。AI技术与营

作者简介: 尹立茜(1990.10--),女,汉族,四川乐山人,学历:硕士研究生,职称:讲师,研究方向:市场营销。

销案例分析教学的深度融合，其本质是一场深刻的教育数字化转型。这一转型不仅在形式上突破了传统案例教学的物理时空限制，使学生能够随时随地接入全球化的实时商业情境；更在本质上重构了营销人才培养的起点，从以往基于静态知识与滞后经验的能力建构，转向基于动态数据、智能工具与实时反馈的迭代式能力生长。^[5]

三、基于AI的“双主线-探究式”教学模式构建

(一) 模式总体框架

首先，AI作为“智能引擎”，是该模式的驱动核心与技术基础。它突破了传统教学资源的静态性与局限性，重构教学场景。AI提供海量、实时、结构化的市场数据，比如消费趋势、竞品动态、社交媒体舆情等，使案例分析建立在真实的数字商业环境之上；作为智能分析工具与平台，将前沿的工具引入课堂，降低技术使用门槛；还可以提供初步的分析支持与洞察建议，帮助学生快速梳理信息脉络、发现关键问题，从而将学习重心从“寻找信息”转向“批判性运用信息与决策”。^[6]

其次，“理论主线”与“能力主线”构成并行的培养维度。“理论主线”强调对营销经典框架的系统性掌握，确保学生的分析具有坚实的学理根基，避免实践沦为无框架的经验主义。AI可通过知识图谱可视化呈现理论之间的关联，并在案例分析中智能提示相关理论工具。“能力主线”则聚焦于解决真实商业问题的综合技能培养，包括数据洞察、策略规划、创意生成、效果评估与迭代优化。^[7]这一主线依托AI营造的高仿真商业环境，设计从市场诊断到策略执行的全链路任务。两条主线并非割裂，而是在每个案例环节中交织：学生运用理论工具剖析实践问题，又通过实践结果反思和深化对理论的理解与批判，实现“知行合一”。

最后，“探究式”流程是贯穿始终的教学组织逻辑。它旨在彻底改变学生被动接收的角色，将其转变为主动的探索者、协作者与决策者。^[8]该流程在AI与双主线的支持下，通常呈现为“情境感知-问题定义-协同探究-方案构建-评估反思”的循环。AI通过智能提问、情境推送和资源定制，激发并支撑学生的探究过程；双主线则为探究提供了明确的方向与脚手架。在此流程中，教师角色转变为学习的设计者、促进者与教练，专注于启发思维、组织研讨和提供高阶指导。

(二) “双主线”的设计与融合策略

理论主线设计依托AI知识图谱技术，将离散的营销概念、模型与框架构建成为可视化、可交互的动态网

络。^[6]系统能依据案例背景，智能推送相关理论节点及其关联路径，帮助学生理解理论间的逻辑层次与应用情境，使知识学习从机械记忆转变为在解决问题中主动调用与联结。

能力主线设计则通过AI模拟平台，构建从洞察到评估的闭环训练环境。例如，学生可利用AI工具分析真实市场数据集完成市场洞察，调用模型库进行策略生成与预算模拟，并通过算法预测不同方案的潜在效果。AI在此过程中提供实时反馈与变量调整，使能力训练在逼近实战的复杂性与不确定性中展开。

在问题定义阶段，理论框架引导学生识别关键议题；在分析探究阶段，AI工具在理论指导下完成数据挖掘与策略推导；在评估反思阶段，实践结果又反向检验理论的有效性与局限，推动知识的批判性内化。如此，理论为实践提供分析骨架，实践为理论注入时代血肉，两者在AI支持的探究循环中持续对话、协同进化。

(三) AI赋能的探究式教学流程设计

在课前，通过学习通教学平台发布营销分析主题。AI系统根据学生的学习历史与能力画像，推送差异化的案例材料包，包括行业报告、品牌数据、消费者评论等多模态内容，并嵌入基于知识图谱的理论提示。系统同时发起引导性问题，激励学生提交初步思考。AI对问题进行分类与聚类，为课中分组讨论提供依据，实现从“统一输入”到“个性化探究准备”的转变。

课中阶段，学生以小组形式进入AI支持的协同工作空间。在理论主线指引下，他们运用STP、4P、SWOT等模型作为分析框架；在能力主线驱动下，分工运用AI工具展开实战训练：使用数据分析平台挖掘用户兴趣图谱与内容热点，借助AIGC生成多种创意脚本与视觉提案，通过模拟系统测试不同渠道投放的预算分配与预期ROI。教师穿梭于各组，不再讲授答案，而是以“战略顾问”角色提出挑战性质疑，推动探究走向深入。各小组最终形成策略方案并进行跨组答辩，AI实时记录讨论轨迹与决策路径。

课后，学生根据AI生成的过程性分析报告及同伴互评反馈，对策略报告进行多轮迭代。AI评估系统依托多维度能力图谱，从理论应用准确性、数据洞察深度、创意可行性、逻辑严谨性等角度，对成果进行量化与质性结合的评价，并生成个性化提升建议。教师结合AI评价与专业判断，进行总结点评，并选取优秀方案纳入案例库，形成“教学-实践-资源共建”的可持续循环。

四、教学实践与效果分析

本模式以“泡泡玛特”品牌为核心案例分析展开。在理论主线上，知识图谱系统预先关联了品牌社群理论、上瘾模型、IP资产管理等关键理论节点，引导学生构建分析框架。在能力主线上，AI模拟平台提供了该品牌的销售波动数据、社交媒体舆情热图、用户复购行为数据集等真实素材，设定“设计下一季度产品线与营销策略”的实战任务。

探究过程中，学生小组首先利用社交聆听AI工具分析粉丝讨论，发现“隐藏款”话题热度虽高，但普通款设计同质化已引发审美疲劳——这既是市场洞察能力的训练，也实证了上瘾模型中“可变奖励”效应的边际递减。随后，在制定策略时，学生一方面依据IP资产理论，使用AIGC图像生成工具快速生成多套潜在新IP草图进行小组投票，模拟市场测试；另一方面结合品牌社群理论，策划线上“共创作”活动，并利用预算模拟AI评估不同资源分配方案对用户黏性与销售收入的影响。

结果显示，他们用数据可视化工具呈现了预测的用户结构变化图，并引用课堂辩论中关于“社群归属感与稀缺性平衡”的讨论来论证其方案。AI过程性评估报告则指出该组在“理论迁移创新性”上得分突出，但在“财务风险评估完备性”上存在盲点，为其课后优化提供了明确方向。

五、讨论与展望

本模式相较于传统案例教学，克服了传统案例静态滞后弊端；“探究式”流程与智能工具支持使学习从被动听讲转向主动建构，实现个性化能力发展；基于多维度数据的能力图谱使教学评估从主观经验判断转向客观过程性诊断。

但基于实践中教师AI素养不足、数据偏差风险及伦理隐私等挑战，提出系统性解决方案：建立“教师-AI”协同机制，通过工作坊提升教师教学设计能力；实施混合式教研支持，组建跨学科团队持续优化技术融入的教学逻辑。

本模式可沿开发垂直领域的教学AI助手，深度融合营销理论与行业知识库；构建“素养-过程-成果”三位一体的智能评价指标体系；将框架推广至管理、金融等商科课程，形成可复制的“AI+双主线探究”商科教学范式，系统性推动新文科建设的数字化转型升级。

总结

本研究针对传统营销案例教学的局限，构建并实践了“基于AI的‘双主线-探究式’”创新教学模式。该模式以AI为智能引擎，深度融合“营销理论”与“实践能力”双主线，通过“探究式”学习流程，重塑了教学闭环。实践证明，该模式能有效提升学生的数据驱动决策能力、批判性思维及创新解决真实商业问题的综合素养。结论表明，这一模式不仅是教学方法的革新，更是面向数智时代、培养兼具技术素养与人文精神的复合型创新型营销人才的有效路径，为商科教学数字化转型提供了可复制的范式。

参考文献

- [1]张辉.会展经济与管理专业采用案例教学法之探讨——以中山大学旅游学院营销案例分析课程为例[J].旅游论坛, 2025, 18(10): 74-85.DOI: 10.15962/j.cnki.tourismforum.202510068.
- [2]刘晓峰.协同育人理念下校企“双主线”课程思政体系的构建研究[J].佳木斯职业学院学报, 2025, 41(04): 155-157.
- [3]姜大志.大语言模型与新工科教育背景下的探究式教学探索[J].计算机教育, 2025, (08): 225-229. DOI: 10.16512/j.cnki.jsjy.2025.08.026.
- [4]邵怡文, 周亦鹏.生成式人工智能在教育领域的应用研究现状、趋势与挑战——基于CiteSpace的国内外对比分析[J].现代信息科技, 2025, 9(06): 135-141. DOI: 10.19850/j.cnki.2096-4706.2025.06.026.
- [5]苏睿谦.AI+外贸案例教学: 大学英语商务英语能力培养的科技化路径分析[N].重庆科技报, 2025-06-10(008).
- [6]符裕红, 汪学俭, 彭雪梅, 等.基于知识图谱+AI辅助教学的改革与探索——以生物统计学课程为例[J].科教文汇, 2025, (19): 99-102.DOI: 10.16871/j.cnki.kjwh.2025.19.022.
- [7]荆雷, 李拓颖.“专创融合”背景下职业本科AI创新创业教学改革[J].高等工程教育研究, 2025, (S1): 96-101.
- [8]张硕司, 田慧瑜.教学智能体在探究式教学中的应用[J].小学科学, 2025, (13): 22-24.