

AIGC 背景下《市场营销》课程思政的教学创新实践探索

郑金德 李素贞 王爱方

广州东华职业学院, 中国·广东 广州 510620

摘要: 生成式人工智能 (AIGC) 为高校课程思政提供了新的技术支撑。《市场营销》课程蕴含商业伦理、社会责任等重要思政议题, 但传统教学存在案例更新滞后、课堂互动不足、价值引导表层化等问题, 育人功能难以充分发挥。根据对 120 名学生的调查显示, AIGC 在提升思政内容理解、增强学习兴趣、促进理实结合等方面成效显著, 但也面临技术操作难度大、信息过载、缺乏指导及社交互动减少等挑战。基于此, 需要构建分层技术培训体系、优化工具交互设计、创新思政融入机制、重构师生互动模式, 推动 AIGC 与课程思政深度融合, 实现知识传授、能力培养与价值塑造的统一。

关键词: AIGC; 课程思政; 市场营销; 技术赋能

Exploration on the Teaching Innovation and Practice of Curriculum Ideology and Politics in Marketing under the Background of AIGC

Zheng Jinde, Li Suzhen, Wang Aifang

Guangzhou Donghua Vocational College, China Guangdong Guangzhou 510620

Abstract: Generative Artificial Intelligence (AIGC) provides new technical support for curriculum ideology and politics in colleges and universities. The Marketing course contains important ideological and political themes such as business ethics and social responsibility, but traditional teaching faces problems including outdated case updates, insufficient classroom interaction, and superficial value guidance, making it difficult to give full play to its educational function. A survey of 120 students shows that AIGC has achieved remarkable results in improving the understanding of ideological and political content, enhancing learning interest, and promoting the integration of theory and practice. However, it also faces challenges such as high technical operation difficulty, information overload, lack of guidance, and reduced social interaction. Based on this, it is necessary to construct a hierarchical technical training system, optimize tool interaction design, innovate the integration mechanism of ideological and political elements, and reconstruct the teacher-student interaction mode, so as to promote the in-depth integration of AIGC and curriculum ideology and politics, and realize the unity of knowledge impartment, ability training and value shaping.

Keywords: AIGC; Curriculum ideology and politics; Marketing; Technology empowerment

0 引言

课程思政的本质在于将价值塑造、知识传授与能力培养融为一体, 引导学生在课程实践中完成从“事实判断”到“价值自觉”的升华。《市场营销》课程紧密关联市场实践, 天然承载着商业伦理、社会责任与消费者权益等核心思政议题, 然而传统教学模式常受困于案例更新迟缓、课堂互动有限与价值引导形式化等现实瓶颈。生成式人工智能 (AIGC) 的崛起, 以其强大的情境构建、内容生成与即时反馈能力, 为破解上述困境提供了全新的技术路径。但必须警惕, 技术的简单嵌入并非质量的必然保证, 若缺乏科学的教学设计, AIGC 亦可能引发信息过载、思维惰性

与价值对齐失准等新风险。

因此, 本文旨在探索 AIGC 如何通过结构化的教学创新实践, 有效赋能《市场营销》课程思政, 使其在技术工具与教育目标的深度融合中, 实现“立德树人”的根本使命。

1 AIGC 在课程思政中的应用优势

1.1 情境同频与低成本更新: 破解案例滞后难题

市场与监管环境的快速变化, 使得传统课程思政案例库迭代滞后, 难以适配教学需求。AIGC 技术凭借强劲的实时生成能力, 可快速产出契合当下舆情热点、最新法规政策的“情境骨架”。教师通过精准设计提示词规范内容

与引用口径, 并开展二次打磨优化, 既能保障案例的现实贴合度, 又能大幅降低案例搜集与改写的成本。胡景谱等(2025)研究表明, AIGC 打破了传统教学资源更新周期长、成本高的局限, 为课程思政提供了及时且贴合实际的教学素材, 有效提升了教学的时效性与针对性。

1.2 个性化支架与弱势补偿: 实现精准教学支持

在课程思政教学过程中, 不同学生的表达能力、资料检索能力存在差异。对于表达能力弱或资料检索薄弱的学生, AIGC 技术可以通过“受限输出(字数/要点上限)、分步生成与人工修订标注”等功能, 快速搭建论证骨架。廖芷衡等(2024)在新媒体营销课程思政教学中提出 AIGC 技术为资料检索能力弱的学生提供分阶段生成的技术原理案例, 学生在此基础上结合教师人工修订, 逐步完善论证逻辑。这种个性化支架模式能有效降低沉默成本, 提升弱势群体的参与度。

1.3 过程可度量、经验可沉淀: 推动数据驱动转型

由“提示词模板—证据回溯表—伦理自评表—互评量规—样例与错题库”构成的专属资料库, 推动课程思政实现从“经验驱动”到“数据驱动”的转型。姬瑞(2025)通过融合面部识别技术与 AI 图文互动, 验证了教学数据实时采集与分析的可行性。教学中, 依托该资料库与对应分析方式, 教师可精准掌握学生学情与需求并优化教学策略; 学生能复盘学习数据、总结经验以实现自我提升。此外, 标准化的资料库便于跨班复制与年度迭代, 为课程思政的长效持续优化筑牢了坚实的数据支撑。

2 AIGC 模型在《市场营销》课程思政中的教学实践

2.1 调查设计与样本特征

为系统探究学生对 AIGC 技术应用的认知水平、使用现状、思政教学效果反馈及实践困境, 本研究以 D 学院修读《市场营销》课程的学生为调研对象, 通过问卷调研收集有效数据。本次调查共回收有效问卷 120 份, 样本结构与课程开设实际高度契合: 年级分布上, 大二、大三学生占比居首, 与该课程的常规开设年级一致; 专业背景上, 多数学生为市场营销及相关专业, 为精准分析 AIGC 技术在专业课程思政中的应用成效提供了样本支撑。

2.2 AIGC 技术认知与应用基础

调查显示, 学生对 AIGC 技术的认知与接触呈差异化特征且具备一定应用基础。认知层面, 仅 20% 学生“非常了解”, 41.67% 学生“略有了解”, 27.5% 学生“不太了解”、10.83% 学生“完全不了解”, 多数学生仅停留在

知晓阶段, 其深入认知与实际应用比例亟待提升。接触历史上, 54.17% 学生在修读《市场营销》前已接触 AIGC 应用, 45.83% 学生未接触, 技术普及度渐增为课堂融合筑牢基础。应用类型上, 学生接触最多的是个性化学习材料(86.15%)、智能辅助教学(75.38%)等, AIGC 已在丰富学习资源、强化教学互动上发挥作用, 为课程思政创新提供了技术支撑。

2.3 AIGC 技术的思政教学应用成效

经调查, AIGC 技术在《市场营销》课程思政教学中成效显著, 全方位提升了教学质量。思政内容理解上, 60% 学生认为技术增强了理解效果, 28.33% 学生称“显著增强”, 其丰富案例与情境模拟助力思政元素吸收; 学习参与度方面, 59.17% 学生反馈积极性提升, 24.17% 学生认为“极大提高”, 教学趣味性与互动性激发了学习热情。理实结合上, 75% 学生认可技术强化了营销理论与思政的融合, 29.17% 学生觉得“非常有帮助”, 实现了理论与思政实践的衔接; 课程兴趣上, 75% 学生产生不同程度兴趣, 27.5% 学生“非常感兴趣”, 凸显技术的积极作用。

2.4 教学应用面临的主要挑战

尽管 AIGC 技术在课程思政中成效显著, 但其应用仍面临四大核心挑战。其一, 61.67% 学生认为技术操作难度大, 无技术背景或经验者初次接触易困惑, 直接影响学习效果; 其二, 59.17% 学生受困于信息过载, 海量资源若筛选与呈现不当, 易使其陷入“信息海洋”难以聚焦核心; 其三, 56.67% 学生反映缺乏实时指导, 易因操作失误或理解偏差, 难以发挥技术的思政赋能价值; 其四, 45.83% 学生察觉到社交互动弱化, 过度依赖虚拟环境会削弱线下交流, 不利于协作能力培养与思政情感沟通。

3 AIGC 在《市场营销》课程思政中存在的问题

3.1 技术认知与应用能力差异显著, 思政渗透效果分层明显

当前学生对 AIGC 技术的掌握程度存在显著差异, 导致课程思政教学效果不均。技术基础薄弱的学生在参与 AIGC 辅助的案例分析时, 往往只关注操作流程而忽视其中蕴含的价值观要素, 此外, 部分学生将 AIGC 工具简单视为“答案生成器”而非思维训练手段, 这种认知偏差进一步加剧了思政教育的表面化, 影响了整体教学目标的实现。

3.2 技术工具稳定性与交互设计缺陷, 思政实践体验受阻

AIGC 平台在实际应用中频繁出现技术故障, 直接影

响思政实践环节的连贯性。此外，平台交互界面缺乏直观性，部分功能隐藏在多层菜单中，学生在操作时需频繁切换页面，分散了对思政议题的注意力。

3.3 思政元素融入机制僵化，理论与实践结合松散

AIGC 生成的案例虽丰富，但思政元素的嵌入方式仍显机械，缺乏与营销知识的有机融合。当前教学中，思政内容多以“附加模块”形式呈现，例如，AIGC 生成的“促销活动方案”可能仅聚焦销量提升，却未关联消费者隐私保护、虚假宣传风险等议题，导致学生难以形成“技术 - 商业 - 伦理”的系统思维。

3.4 师生互动与反馈机制弱化，思政引导效能不足

AIGC 技术的自主学习特性可能削弱教师的主导作用，导致思政引导出现“缺位”现象。在实际教学中，教师往往更关注技术操作指导，而忽视对思政议题的深度剖析。例如，学生在使用 AIGC 分析“数据驱动营销”的伦理风险时，若教师仅提供工具使用建议，而未深入探讨算法歧视、信息茧房等社会问题，学生可能将复杂伦理问题简化为“技术优化任务”，忽视对公平、正义等核心价值的反思。

4 AIGC 在《市场营销》课程思政应用的策略建议

4.1 构建分层技术培训体系，弥合学生认知差异

如图 1 所示，针对学生 AIGC 技术认知与应用能力的分层特征，需构建“基础—进阶—创新”三级培训体系，实现思政教育全覆盖。基础层依托课前微课、操作手册等，普及技术基础并融入“技术向善”伦理启蒙；进阶层以工作坊、项目制学习为抓手，强化技术深度应用，训练学生用 AIGC 分析营销场景中的价值观冲突；创新层鼓励自主开发思政案例库或模拟平台，如构建“元宇宙营销文化适配”场景，探讨技术扩张与本土价值观保护的平衡，推动思政教育从被动接受转向主动创造。

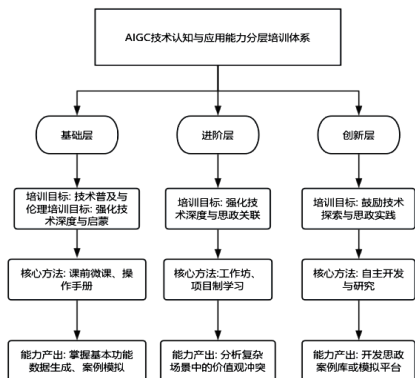


图1 “基础-进阶-创新”三级培训体系

4.2 优化技术工具稳定性与交互设计，强化思政实践体验

针对 AIGC 平台技术故障与交互缺陷，需从系统与界面层面优化以保障思政实践流畅性。系统层面建立技术保障机制，与服务商合作开发课程专用工具，集成伦理冲突预警等定制模块，部署本地化服务避免网络中断；界面重构遵循“思政导向设计”，在方案生成环节嵌入“伦理检查清单”，数据分析阶段提供“价值观可视化”功能，将抽象思政概念转化为直观图表。同时引入多模态交互降低操作门槛，让学生聚焦思政议题深度思考。

4.3 创新思政元素融入机制，实现“技术 - 知识 - 价值”三维融合

为推动思政元素深度融合，需创新 AIGC 赋能的思政融入机制。其一，推进场景化嵌入。在跨境营销模拟等 AIGC 生成流程中自动植入“文化尊重”等价值提示，引导学生思考价值观适配问题；其二，构建多元主体共建案例库。通过教师、学生、企业协同，整合理论框架、AIGC 生成案例与企业真实伦理困境，形成多维度动态资源库；其三，创新评价机制。将“伦理合理性”等思政指标纳入评分体系，在营销作业中设专项评价，以评价导向实现工具理性与价值理性的统一。

4.4 重构师生互动模式，强化思政引导的即时性与针对性

为弥补 AIGC 技术自主学习特性下教师引导的不足，应在课前、课中、课后三阶段构建“技术辅助 - 师生共情 - 价值引领”的“教师与学生双主体互动”闭环。如图 2 所示。课前，教师依托 AIGC 生成个性化预习材料，推送分层案例并识别价值观认知盲区，夯实课堂互动基础。课中，教师转型为价值引导者，通过“提问—反思—行动”三步法深化思政教育，如在促销伦理模拟中引导学生辨析算法消费责任。课后采用“AI 初评 + 教师复评”机制，AI 把关技术规范，教师聚焦思政深度，强化学生价值认同。

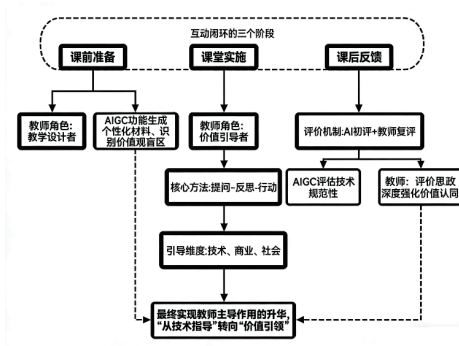


图2 “教师与学生双主体互动”闭环

5 结语

总体来看, AIGC 技术为《市场营销》课程思政提供了新可能, 在情境构建、资源生成与学习支持等方面优势明显, 能有效弥补传统教学案例滞后、互动不足、价值渗透浅层化等问题。学生调查显示, 其在提升理解深度、促进理实结合、增强学习兴趣等方面成效积极。但 AIGC 并非万能, 应用受学生技术能力差异、平台稳定性、信息过载及教师引导弱化等因素制约。未来课程思政建设需坚持价值引领, 推动技术与教学深度融合, 通过分层培训、工具优化与机制创新, 构建可持续推广的 AIGC 赋能模式, 实现技术逻辑与教育逻辑协同, 提升思政育人实效性。

参考文献:

[1] 胡景谱, 李建鑫, 王誉静. AIGC 赋能思想政治理论课教学的路向、优势与路径[J/OL]. 西南科技大学学报(哲学社会科学版), 1-9.

[2] 廖芷蘅, 王梦林, 黎书. AIGC 视域下新媒体营销

课程思政建设路径探析——以重庆理工大学为例[J]. 传播与版权, 2024,(19):96-98.

[3] 姬瑞. 基于融智课堂模式的 AIGC 应用探索: 提升中职思政教育课堂互动与课程评价反馈[J]. 作家天地, 2025,(07):181-184.

课题项目: 本文系 2024-2025 学年广州东华职业学院校级课程思政示范计划项目“AIGC 背景下《市场营销》课程思政教学创新实践探索”(项目编号为 DHSZJG202502) 的研究成果; 2023 年广东省普通高校青年创新人才类项目“‘三课堂联动’的高职市场营销专业课程思政的研究与实践”(项目编号为 2023WQNCX302) 的研究成果。

作者简介: 郑金德(1997.03-), 男, 汉族, 广东汕头人, 研究生, 助教, 广州东华职业学院数智经贸学院, 研究方向: 数字营销。