数字营销视角下高职市场营销专业课程体系构建研究与实践

◎李　雪

摘　要：随着数字营销时代的到来，企业对高职院校市场营销专业学生的核心技能要求发生了重大变化。数字营销背景下市场营销专业如何进行课程体系的升级换代成为专业建设迫在眉睫的事情，因此本研究梳理前期高职市场营销专业课程体系及其问题，同时提出在数字营销背景下高职市场营销专业学生核心岗位技能要求，从而形成相对应的五层能力专业课程体系。

关键词：数字营销；课程体系建设；市场营销；高职；五层能力

随着数字营销时代的发展，我国进入互联网发展的新时期，各行各业对新技术型人才的需求也越来越迫切，进而凸显了职业教育的重要性。我国企业市场营销模式不断变化，市场营销活动不断规范化、信息化；然而对高职院校的教学进行调查显示，我国很多高职院校营销专业课堂体系改革依然落后，跟不上时代发展的脚步，严重影响了营销人才的培养。因此，高职院校市场营销专业应与时俱进，抓准企业对学生的技能需求点，创新教材、教法，为社会培养更多的实用型人才。

表 1　2019—2021 年全国市场营销专业规模及起薪线统计表

专业名称	年份	院校数		在校生规模		应届起薪线	
		院校数（所）	排名	规模（人）	排名	起薪（元）	排名
市场营销	2019 年	754	4	166822	12	3320	307
市场营销	2020 年	756	3	195843	11	3467	305
市场营销	2021 年	763	3	215428	11	3973	131

数据来源：全国高等职业院校状态数据监测中心

与此同时，全国高等职业院校状态数据监测中心数据显示，2021 年市场营销专业在全国有 763 所高职院校开办，开办院校数量位居第三；在校生规模也达到 21 万，排名第 11 位，而应届毕业生的起薪线虽然在 2021 年有了飞跃式提升，但排名依旧不容乐观（见表 1）。因此提升专业学生的专业技能，深化三教改革，优化专业课程体系是提升市场营销专业学生的起薪线及专业能力的重中之重。

一、数字营销发展研究

（一）数字营销文献综述

近几年来，国家致力于大力发展数字经济，数字经济更是渗透到消费、生活、产业、服务等各个行业和领域。数字经济也促进了各类新模式和业态的持续发展。关于数字营销的定义，学术界存在很多的探讨，对数字营销的含义界定主要集中于以下几种：“数字营销是一种借助网络技术、计算机技术、多媒体技术以及交互技术等数字化手段达到营销目的的营销手段”；“使用数字技术进行产品或服务的营销”；“由数字技术驱动的，能够创造、传播、交付价值给消费者和其他利益相关人的所有活动、机制和过程的总称”。从各类定义来看，虽未能对数字营销形成统一表述，但有一定共识，即借助对各类信息、数据技术的综合运用来实现营销，数字营销是一类偏向于由技术驱动的营销。[1]

从数字营销的本质来理解，数字营销依然是营销，数字化只是一种手段，是现代营销理论在新的技术背景下的发展。目前来看，数字营销主要通过三大途径进行：一是利用采用数字技术的传统大众媒体如数字电视进行的营销；二是利用基于互联网技术与数字技术的网络媒体进行的营销；三是利用基于移动通信网络的手机媒体、移动车载电视等进行的营销。在当前情况下，数字营销指的较多的是第二类。[2]

（二）数字营销背景下市场营销专业的技能

通过对智联招聘和中国人才网数据的整理发现，市场营销专业学生就业的岗位主要集中于数字营销岗、营销策划岗、新媒体运营岗、销售岗、电商平台运营岗、直播运营岗六个岗位，每个岗位对应的岗位职责详情可以参考表 2。

表 2　市场营销专业相关就业岗位职责说明表

数字营销相关的岗位	岗位职责说明
数字营销岗	1. 根据部门数字营销策略，整合多渠道资源，完成线上传播计划； 2. 管理运营数字化平台，负责微信公众号、小程序、视频号等平台的内容策划、日常审核及发布工作； 3. 策划线上互动活动，助力平台用户增长，提升用户活跃度； 4. 运用营销工具实现网站数据追踪； 5. 负责数字化平台数据报告，分析用户线上内容偏好
营销策划岗	1. 负责公司线上平台营销活动、营销方案的创意策划、文案输出、组织宣导工作； 2. 负责协调内外部资源，推进营销活动的具体落地和协调执行； 3. 利用社交媒体、互联网媒体等，加强品牌的创意化传播，促进品牌的营销转化； 4. 跟踪营销活动进程与结果，进行数据分析与优化改进
新媒体运营岗	1. 负责新媒体平台和互联网自媒体平台建设、运营及管理； 2. 以各新媒体平台为工具，策划推广活动与创意营销活动，负责活动方案的策划与执行； 3. 负责新媒体账号的日常运营、专题策划、内容策划与撰写，通过各类内容产出与新媒体平台运营，提升粉丝量、互动量、品牌认知度； 4. 对各类新媒体平台营销、推广效果进行数据分析与跟踪反馈
销售岗	1. 参与销售策略、计划制定和执行及管理； 2. 客户关系维护与管理； 3. 市场计划的制定与执行管理； 4. 团队建设等相关工作

李　雪 / 四川现代职业学院（成都 610000）

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

续表

数字营销相关的岗位	岗位职责说明
电商平台运营岗	1. 负责店铺的运营和维护，保证店铺的正常运作，优化商品品类、商品排名； 2. 每日数据的监控，包括营销数据、销售数据等； 3. 负责公司店铺的运营推广，提高店铺浏览量、点击率和转化率； 4. 熟悉电子商务平台规则，对比同行店铺的实时情况； 5. 了解网络营销，对数据敏感，具备良好的协调组织能力，善于沟通
直播运营岗	1. 负责平台的直播间直播及运营工作； 2. 负责直播间的活动规划、数据运营，特别是数据监控和数据分析，了解平台规则，结合平台活动、热门话题，支撑粉丝增长； 3. 负责播主的日常管理、活动讲解、监督抽查等工作，做好各项统计工作； 4. 负责直播间所需设备、物料，确保顺利开播； 5. 负责直播期间的管控及服务、气氛活跃等，确保直播顺利开展； 6. 负责直播结束后的直播间整理等工作，分析直播数据，并不断提出优化方案； 7. 负责筛选、跟踪、评估平台直播、脚本、直播间权益、数据、结算等相关工作

数据来源：智联招聘网和中国人才网

二、高职市场营销专业课程体系研究

（一）高职市场营销专业的课程梳理

通过对 2021 年全国高等职业院校状态数据监测中心数据进行整理分析得出，在全国 763 所开设了市场营销专业的院校中，开设营销策划领域、销售技术领域、网络营销领域、市场调查领域类课程的院校相对较多，分别位居前四位。而平台运营、短视频、数字营销、平台运营类课程开设所占比例非常低，详细数据参考表 3。

表 3　2021 年全国市场营销专业 6 类领域岗位课程占比表

课程名称大类	全国市场营销专业数（所）	课程开设的院校数量（所）	所占比例 %
网络营销类领域课程	763	459	60.16%
新媒体营销类领域课程		344	45.09%
营销策划类领域课程		620	81.26%
网店类领域课程		145	19.00%
数据分析类领域课程		225	29.49%
销售技术类领域课程		429	56.23%
市场调查类领域课程		579	75.88%
沟通谈判类领域课程		184	24.12%
平台运营领域课程		37	4.85%

续表

课程名称大类	全国市场营销专业数（所）	课程开设的院校数量（所）	所占比例 %
短视频创作类领域课程	763	32	4.19%
数字营销类领域课程		28	3.67%

数据来源：全国高等职业院校状态数据监测中心

（二）数字营销背景下高职市场营销专业课程体系存在的问题

1. 对高职课程体系存在问题的相关研究

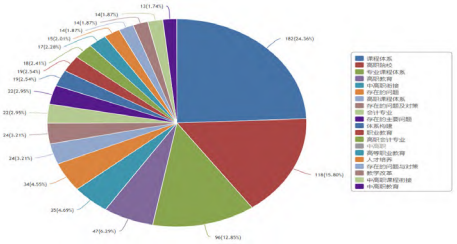

图 1　2002—2022 年知网搜索高职课程体系存在问题的检索图

通过对中国知网 2002 年至 2022 年 10 年时间高职课程体系建设存在问题的检索发现，对关键词“课程体系”进行研究的数量达到 182 篇，对“专业课程体系”进行研究的数量 96 篇，而对“存在的问题”的相关研究只有 80 篇（见图 1）。如曹俊明（2020）提出：“我国诸多高职院校在不同程度上、以不同的方式推行通识教育，实施通识教育课程，但教育教学效果不佳，归根结底是因为课程体系设计存在问题。以黄冈职业技术学院为例，具体表现为：课程观没有树立、课程管理机构不完善、课程目标体系没有形成、课程内容不够充实、课程结构不健全、课程实施力度不强、课程评价体系不完善、课程师资队伍力量不雄厚等。”[3] 通过检索发现，并没有在数字营销背景下对市场营销专业的课程体系建设的相关研究。

2. 专业课程结构设置不合理

就现阶段来说，大多数高职院校市场营销专业的课程体系存在结构单一的问题。市场营销专业按照最新版高职专业目录来划分，由原来的隶属于市场营销类归类到工商管理类，统归于财经商贸大类。因此多数高职院校市场营销专业存在重理论、轻实践等情况。市场营销专业的专业特点要求毕业生必须具备职业基本能力、行业通用能力、职业专业能力、职业领域工作能力和职场发展能力，因此在专业课程结构设置过程中要充分考虑五层能力的能力需求，在讲授理论知识的同时应该更多地提升学生的实践动手能力。

3. 在数字营销背景下课程设置并未与时俱进

通过表 3 可以得出，数字营销背景下大部分高职院校课程体系的设置缺乏系统的思维，缺乏专业群课程体系的概念，课程还是集中于传统营销模式的主干课程，如“市场调查与分析”“推销技术”“渠道管理”“消费者行为分析”“客户关系管理”“市场营销基础”“管理学”等主要课程，而对于平台运营、数字营销、商务

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

数据分析、直播营销等新兴的课程开设比例非常低。

4. 课程之间存在重复情况

相同内容在不同的几门课程中出现，但每一门课程都未真正讲解透彻，导致学生对知识和技能的掌握停留在似懂非懂、一知半解阶段，另外课程内容的重复也会让学生产生厌倦。比如策划类领域课程，部分高职院校会开设“营销策划”“文案策划”“短视频策划”等课程。如此一方面是造成学生的疲惫出现故意旷课等行为，另外一方面也会造成教师有大量重复的教学内容，最终导致学生缺乏学习动力，教师缺乏教学的热情。

三、数字营销视角下高职市场营销专业课程体系构建

（一）五层能力搭建专业课程体系

从培养合格人才的角度出发，关注学生职场能力构成，将学生能力构成划分为职业基本能力、行业通用能力、职业特定能力、职业领域工作能力、职场发展能力，在此能力结构体系下，构建专业人才培养课程体系，实行模块化、组合型、进阶式育人模式，五层能力结构下分别组建教学团队，构建市场营销行业基本能力课程群、市场营销行业通用能力课程群、营销策划课程群、销售课程群、数字营销课程群，网店运营课程群对课程体系进行模块化分解、组合，根据人的认知规律进行进阶式培养，使人才培养得到整体循环提高，最终达到市场营销专业所要求的综合职业素养。

在课程群基础上，组建相应的课程团队，行业通用能力课程、职业基本能力课程主要由校内专职教师进行教学；职业特定能力和职业领域课程，由校内教师 + 企业教师、理论教学 + 实践教学、校内教学 + 企业教学的方式进行；职场发展能力课程由企业教师进行教学（见图 2）。

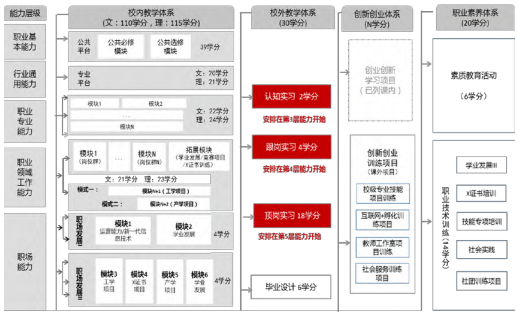

图 2　市场营销专业五层能力、四维空间课程体系构架图

（二）市场营销专业课程结构

市场营销专业课程结构如表 4 所示。

表 4　市场营销专业课程结构

序号	能力层次	对应的课程
1	职业基本能力平台课程	共设置 6 门公共必修课程，包括国防教育和军事训练、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、体育与健康、心理健康教育、军事理论。 设置 5 门公共限选课程，包括职业生涯规划教育、大学英语、信息技术应用及训练、形势与政策、职场应用法规。 设置 3 门公共选修课程，包括美育课程、创新创业课程、新一代信息技术课程。
2	行业通用能力平台课程	共设置 6 门必修课程，包括管理学基础、经济学基础、会计学基础、市场营销基础、客户服务与管理、商务应用文写作。
3	职业专业能力模块课程	营销策划、推销技术、消费者行为分析、商务数据分析等。
4	职业领域工作能力模块课程	共划分 5 个职业领域和 1 个拓展模块，5 个职业领域分别为策划岗位群、销售岗位群、平台运营岗位群、数字营销岗位群、新技术服务岗位群。每个职业领域设置 4 门课程。限选一个职业领域进行学习。可用订单班课程、专项班课程、现代学徒制课程置换相应的课程。 1 个拓展模块为学业发展、竞赛项目、X 证书训练 3 选 1。
5	职场能力课程	主要包括 4 个部分：2 项限选的职场发展课程、顶岗实习、就业实习、毕业论文。

（三）创新教学运行安排，适应行业企业生产运行规律，构建学生实践能力培养体系

根据专业的特点和企业的运行规律，学生进校第 1 学期，开设职业基本能力课程，以创新思维的培养为核心，把专业应用能力融入基础教学之中；学生进校第 2 学期，对学生双主体、双场所交替，企业、学校双主体，双场所，双导师教学；学生进校第 3、4 学期，开设学习领域、专业拓展平台课程，以创新思维的培养为核心，把职业综合素质融入专业教学之中，以职业综合应用带动专业提高；学生进校第 5、6 学期，集中实习实训，以完成企业具体的生产项目为目的，重在职业综合素质的培养，真正实现与职业岗位的无缝对接。建立“基于协同培养的项目化教学”体系，将真实项目全程贯穿人才培养的周期。

四、结束语

数字营销视角下高职院校市场营销专业课程体系改革已经迫在眉睫，关系到专业高质量的发展，也关系到学生技能的培养和获得。因此课程体系建设必须紧跟时代的要求，满足社会需要。这就需要坚持构建以技能训练为特色的课程体系，同时要保证课程之间内容的合理性。

参考文献：

[1] 朱逸，赵楠 . 数字营销的多重关键性面向 [J]. 商业经济研究，2021（15）：72–76.

[2] 姚曦，秦雪冰 . 技术与生存：数字营销的本质 [J]. 新闻大学，2013（6）：58–63.

[3] 曹俊明 . 我国高职院校通识课程体系设计存在的问题分析 [J]. 林区教学，2020（2）：27–29.

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net