

高职院校数字营销人才培养成果导向系统构建、 实施要点与评量方法

潘慧 王美婷

潍坊职业学院

摘要：当前的高职院校在培养新时代人才方面责任重大，特别是在适应数字化、信息化时代发展需求过程中，建立院校数字营销人才培养成果导向系统是相当重要的，它将虚拟技术与现实联动。所以本文中探讨了高职院校中这一数字营销人才培养成果导向系统，对系统的构建内容、实施要点以及评量方法进行分别深入分析。

关键词：数字营销人才；成果导向系统；构建内容；实施要点；评量方法

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2025.02.002

引言

在数字化经济时代，传统营销人才培养策略方向有所改变，它希望将虚拟技术与现实情况融为一体，打造数字营销人才培养的成果导向系统。这一系统所培养的人才注重“一体两翼”，其中“一体”为人才培养理实一体化，“两翼”则代表数字经济与数字贸易“两翼”，它将虚拟现实技术与人才培养教育融为一体，打造形成人才培养成果导向系统。如此操作也可以为后续系统教育实施要点、评量方法优化创造利好空间与条件。

一、高职院校数字营销人才培养打造虚拟现实技术平台的政策导向

目前高职院校承担了培养数字营销人才的重要职责，所以他们也特别注重打造融入了现实需求虚拟技术的教育平台。就其政策导向而言，需要确保做到数字赋能学科，承担育人责任。首先，学科建设必然是高职院校的重要发展支撑点，在高职院校中，对于数字营销人才的培养就主张锚定“双一流”学科建设目标，聚焦学科教育特色、虚拟技术优势、现实社会需求等来打造教育平台，深入推进具有一定内涵、特色以及差异化的发展机制。

就目前来看，高职院校的数字营销人才教育培养是注重多学科虚拟数字技术交叉运用的，它主要希望通过转型突破口来创新人才培养模式，形成融合教育驱动。这其中就包括了人工智能 AI、云计算、物联网等虚拟技术，这些技术都能实现数字赋能学科，同时学科也能反哺专业乃至整个产业，为社会企业输送更多高水平数字营销人才，充分发挥虚拟现实技术平台的建设应用作用，证明政策导向的重要价值。

当下，国家已经全面提出教育数字化科教兴国的教育政策意见，它希望导向塑造我国新教育发展体系，体

现科学技术发展优势。即始终坚持赋能数字育人，不断推进高职院校的智慧校园发展新空间，营造多元化、个性化教育发展新生态。而伴随“十四五”规划的深入实施，例如云计算、物联网、人工智能这样的虚拟技术已经成为新一代信息技术的代表，在推动数字化教育转型发展方面是作为重要驱动力而存在的。在高职院校中培养数字营销人才，其关键也在于结合虚拟现实技术产业发展需求来培养具有云计算、大数据、物联网技术应用技能、运维能力的复合型人才，这也成了目前高职院校数字营销人才培养的关键所在。为此，高职院校必须建立人才培养的成果导向系统，培养数字营销人才具备相应的学习行动与思想意识。而根据社会数字化产业发展需求，也需要体现人才培养成果中的系统性、复合型内涵，明确系统教育实施要点与评量方法内容^[1]。

二、高职院校数字营销人才培养成果导向系统的构建内容

高职院校数字营销人才培养成果导向系统的构建注重通过虚拟技术来满足现实需求，特别是满足现实社会企业的人才需求。为此，高职院校方面也希望基于市场调研、行业分析来打造基于云计算、大数据等虚拟技术的人才培养成果导向系统。在这一系统中就涵盖了大量的云计算基础设施，配合相应管理机制与云平台服务机制建立云安全、云运维、大数据处理技术体系，有效部署并优化课程内容。在具体的系统教学过程中，则主要包含了面向数字营销人才的云平台服务开发、云安全与运维机制、大数据处理与分析机制、云应用部署与优化等诸多成果领域。

就以本文中所讨论的数字营销人才培养机制为例，系统平台中的系统管理机制、编程语言内容、数据架构

以及安全协议都必不可少。为保证课程内容具有一定深度与广度,针对数字营销人才的理论讲解与实操演练应该融为一体,配合项目案例层层递进提升学生人才的营销水平,打造立体化育才系统。在系统中,针对数字营销人才的培养需要建立完整的教学周期,帮助学生掌握计算机理论知识,并能够在实践中做到学以致用,成为拥有高度专业技能与创新能力的数字营销复合型人才,满足行业发展迫切需求^[2]。

三、高职院校数字营销人才培养成果导向系统的实施要点

(一) 建设系统评量机制

在高职院校中,数字营销人才培养成果导向系统需要有效建立起来,结合实施要点、评量标准、预期效果来完成对学生学习过程、成果的有效评估,同时实现教学目标以及教学方法优化。目前,高职院校在建立数字营销人才培养成果导向系统过程中就打造了基于虚拟技术——云计算的“全程评量监测式”多元化教育实施方法与评量方法。希望学生在学习数字营销专业知识过程中能够沿着云计算技能主线来参与到专业教育活动中,具体来说其中就包含了三大阶段教育内容,分别包括了云计算人才培养实施前定位评量机制、云计算人才培养实施中效果评量机制以及云计算人才培养实施后成果评量机制。

首先谈实施前定位评量机制,结合诸多调研方法与收集机制来优化行业发展要求,形成三级教育目标。要确保产业发展养殖业需求都能得到满足,形成人才培养定位与丰富学习内容。该阶段的评量重点是希望确保教学目标与社会需求、行业标准联系起来并保证做到统一,为后续继续开展进一步的教学活动明确方向。

其次谈实施中的效果评量机制,要结合数字化营销人才培养活动与多级能量指标来对应验证人才培养机制,确保这一阶段的评量标准聚焦教学活动本身,围绕数字化营销教学理论与实践做法来分析课程内容适宜性,给出具体的教学方法,确保学生全员参与进来。

再次是实施后成果的评量机制,它指导学生取得营销类职业资格证书,结合学生的学习效果来建立评级监测机制。在这一阶段的评量指标主要围绕学生的预期学习成果展开分析,确保云计算领域中数字营销人才的专业技能、实际操作能力都有所提升。

在数字化营销人才培养成果导向系统中,基于成果导向+行动学习这一教学方式展开相关研究和实施,要

确保客观真实反馈学生的学习情况与学习效果,有效检验云计算虚拟技术引导下的数字化营销人才培养质量,确保学生都能掌握云计算技术,并将其应用于营销专业理论课程中^[3]。

(二) 设计数字化营销课程方案

在数字化营销课程中,要基于云计算、大数据等虚拟技术来打造教学单元,确保学生在其中扮演重要的课堂角色。在单元设计郭晨中,需要结合学生的营销专业能力、需求来精心规划教学活动,引导学生深入探索云计算技术,将其应用于营销技巧学习过程中。

1. 设计教学方案起点

在营销数字化人才培养过程中,首先要裴延给他们具备较强的计算机科学能力与编程能力。在教学设计过程中,需要加深并拓宽学生的知识体系,引导学生运用云计算技术来操作实战营销项目、经济金融软件等等,保证学生的前期学习成果优质,同时确保学生在学习专业过程中真正做到连贯,快速进阶^[4]。

2. 分析教学重点与难点

在重点教学阶段,需要结合营销数字化技术来引领学生深入到平台中,合理运用虚拟技术运作机制、容器技术原理来学习营销知识,做好营销战略部署。在课堂教学中,应当结合自动化部署工具来融入资源高效管理机制中,对所学知识进行动态调配。

在教学难点呈现方面,应该基于云计算平台的复杂性与抽象性来指导学生理解自动化运维技术,直观结合营销案例来建立分析、互动式教学机制,为学生揭示营销数字化教学背后的逻辑与技术细节。在抽象概念化、具象化教学中,也需要强化学生的认知以及实践能力。

(三) 丰富数字化营销教学手段

在丰富数字化营销教学手段过程中,需要结合项目驱动、案例教学、模拟演练等多种教学方法来指导学生,培养数字化营销人才。在强化学习互动性与实践性过程中,也需要结合案例教学过程来分析营销项目中采用云计算案例,确保学生理解理论知识,并在该基础上融入到项目驱动法中,激发学生的营销数字化创造力以及协作能力。通过模拟演练帮助学生模拟环境,并丰富自身所学习知识内容^[5]。

例如,可以采用多媒体课件、云平台实验室、在线学习平台等多样化的教学手段,为学生提供丰富的学习资源和实践平台。多媒体课件将辅助学生理解复杂概念,云平台实验室提供实际操作的环境,而在线学习平台则

支持学生随时随地进行自主学习。在课前准备阶段,教师回味学生准备营销案例,配合实验环境来丰富教学内容,运用云计算技术内容来呈现营销案例细节与数据,为学生课堂学习与实验操作做好前期准备^[6]。

四、高职院校数字营销人才培养成果导向系统的评量方法

为全面客观评估学生的云计算技术掌握程度,要将这一技术完全融入营销数字化教学方案中,形成综合评量方法。这一点是可以客观反映学生的营销知识理论掌握程度,同时检测学生的实践技能,结合问题导向来培养学生的综合能力。

(一) 注重平时成绩评量

要关注学生的平时成绩评量,结合评价体系比重来分析,大约控制在40%左右,结合这一评量标准来分析学生的日常营销数字化学习成果表现,结合在线学习与学生生活活跃度、小组合作等情况来鼓励学生参与的在线学习平台中,形成学生围绕营销项目的有效互动。在教学过程中,教师要指导学生相互讨论,通过提问和分析知识成果来推进教学进程,培养学生的协作精神与领导能力。在教学过程中,教师要为学生设计营销作业项目,通过项目实践作业来评估学生的日常学习成绩。例如定期作业与实验报告,客观真实评估学生对于所学习营销知识的理解以及应用能力^[7]。

(二) 提出项目考核评量

在项目考核评量过程中,教师就需要为学生建立评量核心体系,其中占比应该为40%左右。要结合营销数字化项目设计来保证配合云计算技术来解决专业问题,在营销数字化项目中,需要结合云计算核心技术如虚拟化、自动化部署、大数据处理等,来解决具体的技术挑战。项目的设计旨在模拟真实的工作场景,让学生在实操中学会如何规划、执行和优化云计算解决方案。通过项目成果的展示和评审,可以深入了解学生的专业技能、创新思维和营销项目管理能力^[8]。

(三) 总结期末考核评量

最后,要总结营销数字化教学的期末考核评量方法,将其作为评价体系的最重要补充部分,它的总体占比应该控制在20%左右。在营销课程中,教师要结合理论考试与实践操作来指导学生,一方面掌握云计算虚拟技术,一方面结合理论考核来考查学生,有效检验学生的理实一体化学习能力,更好深入到营销数字化教学项目中。结合检验学生对理论知识进行掌握过程中,需要结合云

计算操作技能来分析云服务部署机制,围绕营销配置与管理机制来优化综合考核方法,确保学生融入到云计算理论中,更好学习营销数字化知识内容,熟练掌握知识内容并能够应用于生活实践与营销项目实践中^[9]。

结语

综上所述,在本文中主要探讨了高职院校中的营销专业人才培养,它主要基于数字化时代背景来建立人才培养的成果导向机制,基于行动学习教育理论来注重培养高职营销数字化人才。在这其中,就合理运用了云计算、大数据等虚拟技术内容,确保学生人才培养实施要点不断丰富。另外,也客观反映了高职院校中营销数字化人才的核心能力培养,体现专业教育鲜明特色,确保数字化人才培养更具创新特质。

参考文献

- [1] 吴爱珍,金杨华.高职院校市场营销专业人才培养数字化能力培养研究[J].职业技术教育,2021,42(14):27-31.
 - [2] 侯衍捍.旅游高职院校市场营销专业数字化人才培养路径探索[J].山西青年,2024(9):106-108.
 - [3] 严凤英,林昌清.“互联网+”背景下高职院校数字营销专业人才培养问题及对策[J].互联网周刊,2022(11):62-64.
 - [4] 金玉清,苗渝婧.数字营销视角下高职院校市场营销专业人才培养研究[J].对外经贸,2021(6):128-131,149.
 - [5] 汪溢.基于产教融合的高职数字营销人才培养模式研究[J].辽宁经济职业技术学院(辽宁经济管理干部学院学报),2024,131(1):85-87.
 - [6] 冉晖.数字化时代高职院校市场营销专业教学改革研究[J].柳州职业技术学院学报,2023,23(2):68-71.
 - [7] 蒋念琪.数字营销技能人才培养质量的提升策略研究——以高职院校为例[J].商展经济,2023(6):145-147.
 - [8] 蒋念琪.数字营销技能人才培养质量的提升策略研究——以高职院校为例[J].商展经济,2023(6):145-147.
 - [9] 高培培.产教融合背景下高职院校数字营销专业校企共建产业班的实践探索[J].现代经济信息,2021(3):193-194.
- 课题项目: 本文是教育部第三期供需对接就业育人项目《数字经济背景下营销人才数字能力培养实践研究》阶段性成果,项目编号: 2023122767416。