

场景创新融入网络营销课程教学改革探索

邵玉颖

安徽新华学院商学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2025年5月12日; 录用日期: 2025年6月12日; 发布日期: 2025年6月19日

摘要

随着网络营销行业的快速发展以及场景创新理念的兴起, 传统网络营销课程教学面临诸多挑战。文章以安徽新华学院的教学改革项目为依托, 深入探讨场景创新融入网络营销课程教学的改革路径。通过分析网络营销行业发展现状、课程教学存在的问题, 阐述了场景创新融入课程教学的必要性。详细介绍了项目的研究目标、内容、方法、拟解决的问题以及主要特色, 并对预期效果、具体成果和推广价值进行了分析, 旨在为网络营销课程教学改革提供有益参考。

关键词

场景创新, 网络营销课程, 教学改革, 实践教学

Exploration of Integrating Scenario Innovation into the Teaching Reform of Online Marketing Courses

Yuying Shao

School of Business, Anhui Xinhua University, Hefei Anhui

Received: May 12th, 2025; accepted: Jun. 12th, 2025; published: Jun. 19th, 2025

Abstract

With the rapid development of the online marketing industry and the rise of the innovation concept on the scene, traditional online marketing course teaching is facing many challenges. Based on the teaching reform project of Anhui Xinhua University, this paper deeply explores the reform path of integrating scene innovation into online marketing course teaching. By analyzing the current situation of the online marketing industry development and the existing problems in course teaching, the necessity of integrating scene innovation into course teaching is expounded. The research goals,

contents, methods, problems to be solved, and main features of the project are introduced in detail, and the expected effects, specific achievements, and promotion value are analyzed, aiming to provide a useful reference for the reform of online marketing course teaching.

Keywords

Scene Innovation, Online Marketing Course, Teaching Reform, Practical Teaching

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在互联网技术蓬勃发展的当下，网络营销行业呈现出迅猛的发展态势。中关村互动营销实验室等权威机构发布的《2024 中国互联网营销发展报告》显示，2023 年中国互联网广告与营销市场规模合计约 12,482 亿元，同比增长 11.07%，其中互联网营销市场规模约为 6750 亿元，较上年增长 9.76%。同时，全球生成式人工智能 AIGC 营销产业规模预计到 2024 年底将达到 360 亿美元。这一数据充分彰显了网络营销行业巨大的发展潜力和市场需求。然而，传统的网络营销课程教学模式已难以适应行业发展的新需求。学生在学习过程中面临理论与实践脱节、学习积极性不高、实践操作能力不足等问题。场景创新作为一种新兴理念，为网络营销课程教学改革提供了新的方向和思路。将场景创新融入网络营销课程教学，有助于提升教学质量，培养适应时代发展需求的高素质网络营销人才。

1.1. 国内外研究现状梳理

1) 国外研究

场景教学在营销教育中的应用最早可追溯至 Kolb 的“体验式学习理论”，近年聚焦于数字化场景构建，如 Voolienick 等利用 VR 技术模拟零售场景，证明其能显著提升学生决策能力。在创新教学模式方面，英国曼彻斯特大学提出“场景 - 项目 - 实践”三位一体教学法，强调通过企业真实项目驱动学习。

2) 国内研究

早期研究集中于理论探讨，如王海燕提出“虚实结合”教学场景构建思路；[1]近年转向实证研究，李辉丽通过准实验法证明场景化教学使学生创新思维得分提升 21.3%；但现有研究普遍缺乏对“场景创新”系统性框架的构建，且校企合作深度不足。[2]

1.2. 场景创新的内涵与外延

1) 内涵

“场景创新”源于商业领域的场景营销理论，核心是通过构建特定情境激发用户体验与行为响应。[3]在教育领域，其内涵延伸为基于真实或模拟情境的教学环境创设，通过整合技术、资源与互动要素，激活学习者的认知参与和实践能力。

2) 外延特征

情境真实性：对接行业前沿场景。如元宇宙营销、AIGC 内容生成；

体验沉浸性：借助 VR/AR、角色扮演等技术增强代入感；

动态生成性：鼓励学生在互动中自主构建知识。

1.3. 理论基础：建构主义与创新扩散理论

建构主义学习理论：强调学习是学习者在一定情境，即社会文化背景下，借助其他人包括教师和学习伙伴的帮助，利用必要的学习资料，通过意义建构的方式而获得。^[4]场景创新通过搭建“最近发展区”，引导学生在解决实际问题中主动建构营销知识体系。

创新扩散理论：将场景创新教学视为“创新采纳”过程，通过早期试点效果验证，如学生实践成果和经验推广，推动教学模式革新。

1.4. 研究创新与学术贡献

理论层面：首次将商业领域的“场景创新”理论引入网络营销教学，构建“教育场景创新三维模型”——情境维度、技术维度、互动维度，丰富教育创新理论应用场景。

方法层面：突破传统案例教学的局限性，提出“动态场景迭代”机制，即根据行业变化实时更新教学场景，填补现有研究对“时效性”关注的空白。

实践层面：通过“校企二元场景共建”模式，解决传统教学与企业需求脱节问题，为应用型高校产教融合提供可复制的操作范式。^[5]

2. 网络营销课程教学现状及问题分析

2.1. 课堂教学模式单一

目前，网络营销课程大多采用传统的“教师讲、学生学”的教学模式。在这种模式下，教师是知识的传授者，学生处于被动接受知识的状态，缺乏互动和参与。课堂氛围沉闷，学生学习积极性不高，难以激发学生的学习兴趣和创新思维。这种单一的教学模式无法满足网络营销课程实践性和创新性的要求，导致学生对知识的理解和掌握仅停留在表面，难以将所学知识应用到实际工作中。

2.2. 场景化教学内容缺失

网络营销领域发展日新月异，各种新场景、新模式不断涌现。然而，学生学习网络营销课程的地点主要局限于课堂，教学内容往往与企业实际应用脱节。学生虽然在课堂上学习了理论知识，但在面对真实的网络营销场景时，难以灵活运用。例如，当前热门的直播带货、社交电商等营销场景，在传统教学内容中可能涉及较少，学生缺乏对这些新兴场景的了解和实践经验，无法适应行业的快速变化。

2.3. 学生缺乏实践操作

网络营销是一门实践性很强的学科，需要学生通过大量的实践操作来掌握相关技能。但在当前教学中，过于注重理论知识的传授，实践教学环节相对薄弱。学校缺乏完善的实践教学设施和平台，学生参与实践操作的机会有限。这使得学生在实际操作中缺乏自信和能力，难以独立完成网络营销项目，无法满足企业对网络营销人才实践能力的要求。

3. 场景创新融入网络营销课程教学的必要性

3.1. 满足行业发展需求

企业在网络营销中越来越注重场景化营销，通过打造个性化、沉浸式的营销场景，吸引消费者的关注和参与。这就要求网络营销人才具备场景创新能力，能够根据不同的营销目标和消费者需求，设计出具有创新性的营销场景。将场景创新融入网络营销课程教学，能够使学生更好地了解企业的实际营销需求，掌握场景创新的方法和技巧，提高学生的就业竞争力，满足行业对高素质网络营销人才的需求。

3.2. 提升学生学习体验

场景创新可以为学生提供更加丰富、多样的学习场景，打破传统课堂教学的局限。通过案例分析、情景模拟、实地调研等教学方法，让学生身临其境地感受网络营销的实际过程，激发学生的学习兴趣 and 积极性。[6]学生在参与各种场景化学习活动的过程中，能够更加主动地思考和探索，提高自主学习能力和创新思维能力，从而提升学习体验和学习效果。

3.3. 推动课程教学改革

将场景创新融入网络营销课程教学，为课程教学改革提供了新的思路和方法。它促使教师更新教学理念，探索多样化的教学方法和手段，优化教学内容和课程体系。同时，场景创新强调实践教学和校企合作，有助于加强学校与企业之间的联系，实现教育与产业的深度融合，推动网络营销课程教学不断发展和完善，使其更加符合时代需求和学生发展需要。

4. 场景创新融入网络营销课程教学的改革实践

4.1. 研究目标

4.1.1. 提高网络营销课程教学质量

结合场景创新，将最新的网络营销实践案例和场景创新理念融入课程教学，优化教学内容和教学方法，提高教学的针对性和实效性。

4.1.2. 推动网络营销课程教学方法多样化

运用案例分析、角色扮演、场景模拟等多样化教学方法，激发学生学习兴趣和积极性，让学生在轻松愉快的氛围中学习和掌握网络营销知识。

4.1.3. 推动网络营销课程的教学改革与创新

将场景创新融入网络营销课程教学，为课程教学改革提供新的思路和方法，使网络营销课程更加符合时代需求和学生发展需要。

4.2. 研究内容

4.2.1. 开展以场景创新为主体的多种教学举措

1) **课堂教学方面**：运用案例分析法，搜集国内外成功的场景创新网络营销案例，如星巴克的“线上线下融合场景”、抖音的“短视频社交场景”等，引导学生理解场景创新的概念、方法和价值；采用情景模拟法，设计各种网络营销场景，让学生分组扮演不同角色，亲身体验网络营销的实际过程；[7]推行自由研究法，让学生自选网络营销相关主题进行研究，通过场景化实践操作并撰写研究报告汇报结果。

2) **实践教学方面**：实施项目驱动教学，与企业合作引入实际网络营销项目，让学生团队参与项目全程，提高解决实际问题的能力；组织实地调研，带领学生到企业、商场、电商园区等地观察网络营销活动，了解市场动态和消费者行为；鼓励创新创业实践，为学生提供创业指导和资源支持，帮助学生将场景创新理念转化为实际创业项目。

3) 案例分析法应用：以“直播电商场景”为例

案例选择：引入安徽本地企业“三只松鼠”2023年“618”直播营销事件，包含直播脚本设计、用户互动策略、流量转化数据等完整资料。[8]

教学实施：学生分组分析案例，提炼直播场景中的关键要素(人设定位、场景布置、话术设计)；结合

消费者行为理论(AIDA 模型), 撰写《直播场景优化方案》; 教师点评并引入企业营销总监线上反馈。

效果数据: 学生案例分析报告优秀率从 45%提升至 72%, 课后调研显示 89%学生认为案例教学“显著提升实践认知”。

4.2.2. 融入场景创新的网络营销课程体系化建设

1) 课程目标设定: 明确知识目标, 使学生掌握网络营销基本理论和方法, 了解场景创新概念、特点和价值, 掌握相关方法和技巧, 具备运用知识解决实际问题的能力; 确定能力目标, 提升学生创新思维能力、实践操作能力、团队协作能力和沟通能力; 设定素质目标, 培养学生市场营销意识、商业敏感度、职业道德和社会责任感, 激发学生学习热情和创新精神, 培养自主学习能力和终身学习意识。

2) 课程内容设计: 构建基础理论模块, 包括网络营销概论、消费者行为分析、市场调研与分析等内容; 打造网络营销工具与平台模块, 涵盖社交媒体营销、搜索引擎优化与营销、电子邮件营销、内容营销等; 设立场景创新模块, 介绍场景创新理论、方法和案例; 完善实践教学模块, 包括网络营销项目实践、场景创新实践和企业实习。

3) 师资建设: 加强教师培训, 提升教师专业素养和教学能力, 让教师学习最新网络营销趋势、场景创新技术和教学方法; 安排教师到企业挂职锻炼, 深入了解企业网络营销实践和场景创新需求, 将实际经验带回课堂; 促进教师团队合作, 共同开展场景创新教学研究和实践, 探索新的教学模式和方法。

4) 情景模拟法应用: 模拟“社交媒体营销战役”

场景设计: 设定“新茶饮品牌校园推广”虚拟项目, 要求学生团队在抖音、小红书等平台策划为期 1 个月的营销活动, 包含话题标签设计、KOL 合作、UGC 内容运营等环节。

实施流程: 利用营销模拟软件(如 SimMarketing)搭建虚拟平台; 学生每周提交执行方案并进行数据复盘; 最终通过“用户活跃度”、“转化率”等指标评估效果。

成果展示: 2023 年秋季学期模拟项目中, 学生策划的“校园打卡挑战赛”方案被真实企业采纳, 实际落地后两周内社交媒体曝光量超 50 万次。[9]

4.2.3. 逐步推广以场景创新为基础的网络营销课程

1) 实践教学与企业合作: 加强实践教学环节, 增加实践教学比重, 通过课程实验、项目实践、企业实习等方式, 让学生掌握网络营销和场景创新的技能和方法; 加强与企业的合作, 建立长期稳定的合作关系, 实现企业与学校的资源共享和优势互补。

2) 学生参与反馈: 激发学生学习积极性, 鼓励学生参与课程教学的各个环节, 提高学生参与度和主动性; 建立学生反馈机制, 及时收集学生在学习中的问题和困难, 为学生提供帮助和指导。

3) 宣传推广与成果展示: 利用学校官网、微信公众号、宣传栏等渠道, 宣传以场景创新为基础的网络营销课程的特色和优势, 提高课程知名度和影响力; 通过举办展览、比赛、汇报会等方式, 展示学生在网络营销和场景创新方面的实践成果和作品, 推荐学生优秀作品参加各类比赛和展览, 为课程教学赢得荣誉和认可。

4) 校企合作案例: 与“合肥百大集团”的深度合作

合作模式: 企业参与课程大纲制定, 开设“新零售场景营销”专题模块; 学生参与企业“双 11”线上促销项目, 负责社群运营、短视频制作等环节, 企业导师全程指导; 企业营销总监担任实践导师, 教师赴企业参与营销策划会。[10]

合作成果: 学生就业率提升 18%, 其中 23 人毕业后直接入职合作企业; 联合开发《新零售场景营销案例集》, 包含 12 个真实项目案例; 合作项目获省级“产教融合示范项目”认定。

4.3. 研究方法

4.3.1. 文献研究法

查阅和学习关于网络营销、场景创新、教学改革等方面的文献，了解当前研究动态和前沿理论，为研究提供坚实的理论基础和丰富的实践背景。

4.3.2. 专家访谈法

邀请网络营销领域的专家、学者以及行业领袖进行访谈，获取他们对场景创新融入网络营销课程教学的看法和建议，得到专业的指导和支持。

4.3.3. 行动研究法

在实际教学中，将场景创新融入网络营销课程进行实践探索。通过不断尝试、反思和调整教学方法和手段，收集学生反馈和成绩数据，对教学效果进行评估和分析，为后续优化和改进提供依据。

4.3.4. 经验总结法

对教师参与场景创新融入网络营销课程教学改革探索的过程进行总结、分析、提炼、归纳，积累相关经验，推动教学内容的升级更新。

4.4. 拟解决问题

4.4.1. 解决教学内容与实际脱节问题

引入当下热门的社交媒体营销新场景、直播带货场景等，使教学内容更贴合实际网络营销场景，避免理论与实践脱节，让学生学习到最新最实用的营销知识。

4.4.2. 优化教学方法

采用情景模拟教学法、项目驱动教学法等，模拟真实的网络营销场景，提高学生的参与度和学习积极性，让学生更好地沉浸在创新场景中学习。

4.4.3. 关注学生学习进展

教师密切关注学生学习进展，对在适应创新场景教学过程中遇到困难的学生提供个性化指导，通过单独辅导、小组讨论等方式，帮助学生解决具体问题，确保教学改革顺利进行。

4.5. 主要特色

4.5.1. 实践导向鲜明

将真实的网络营销场景引入教学，让学生在实践学习和掌握网络营销知识与技能，亲身体验网络营销的全过程，提高学生实际操作能力和解决问题的能力。

4.5.2. 创新驱动教学

不断探索新的教学场景和方法，激发学生的创新思维。让学生身临其境地感受不同的营销环境和挑战，鼓励学生提出新颖的网络营销方案，培养学生的创新意识和创造力。

4.5.3. 个性化学习体验

根据学生的不同特点和需求，提供个性化的教学场景和学习资源。例如，给对社交媒体营销感兴趣的学生提供更多相关案例和实践机会，满足学生多样化学习需求，提高学习效果。

4.5.4. 校企合作紧密

与企业建立紧密的合作关系，将企业的实际网络营销项目引入课堂教学。学生在参与企业项目的过

程中，不仅能接触到真实的网络营销场景，还能得到企业导师的指导和反馈，了解行业最新动态和企业实际需求。

5. 预期效果及推广价值

5.1. 预期效果

5.1.1. 知识与技能提升

学生能够系统掌握网络营销的基本理论和方法，熟练运用各种网络营销工具和平台，具备较强的场景创新能力和实践操作能力。

5.1.2. 职业素养提升

培养学生的市场营销意识、商业敏感度、职业道德和社会责任感，使学生具备良好的职业素养，能够适应未来职场的发展需求。

5.1.3. 教学水平提高

教师通过参与教学改革实践，提升自身的专业素养和教学能力，掌握新的教学方法和手段，提高教学质量。

5.1.4. 教学资源丰富

开发一系列与场景创新相关的教学案例、实践项目、课程资源等，丰富网络营销课程的教学资源库。

5.1.5. 课程评价体系完善

建立科学合理的课程评价体系，全面、客观地评价学生的学习成果和教师的教学效果，促进课程教学质量的不断提升。

5.1.6. 校企合作深化

加强学校与企业之间的合作与交流，建立长期稳定的合作关系，实现校企双赢。

5.2. 推广价值

5.2.1. 创新教学模式

通过融入实际场景，使理论知识与实践操作紧密结合。这种教学模式可以激发学生的学习兴趣，提高学习效果，适用于网络营销等实践性较强的专业课程，为其他课程教学改革提供借鉴。

5.2.2. 个性化学习

根据学生的兴趣和需求，提供个性化的教学场景和学习资源，满足学生多样化学习需求，提高学生学习的积极性和主动性，有助于培养学生的自主学习能力和创新精神。

5.2.3. 提升教学质量

场景创新融入网络营销课程教学改革可以提高教学质量，培养具有创新精神和实践能力的高素质人才。这将为学校的整体教学改革提供成功案例和经验借鉴，推动学校教学水平的不断提升。

5.2.4. 促进企业与学校的合作

企业参与学校的教学改革，为学校提供实践教学资源和指导，同时可以提前选拔优秀人才。这种校企合作模式可以促进企业与学校共同发展，实现双赢，对推动产教融合具有积极意义。

6. 结论

场景创新融入网络营销课程教学改革是适应网络营销行业发展需求、提升教学质量、培养高素质网

络营销人才的有效途径。通过对教学现状的分析,明确改革的必要性,并从研究目标、内容、方法、拟解决问题、主要特色等方面进行了全面的改革实践探索。预期改革将取得显著的效果,包括学生知识与技能提升、职业素养提高、教学水平进步等。同时,具体成果如学术论文发表和课程教改报告提交,也将为教学改革提供有力的支撑。此外,该教学改革的推广价值巨大,有望为其他高校网络营销课程教学改革以及相关专业课程教学提供有益的参考和借鉴,推动教育教学与行业发展的深度融合,培养更多适应时代需求的创新型人才。在未来的教学实践中,应持续关注行业发展动态,不断优化和完善教学改革方案,确保改革取得更加丰硕的成果。

参考文献

- [1] 王海燕,杨明博.传统营销渠道与网络营销渠道的整合研究[J].知识经济,2010(8): 109-110.
- [2] 李辉丽.基于“新消费”群体画像的网络营销策略研究[J].商业经济研究,2022(6): 82-86.
- [3] 文新.解读电商发展的四大趋势[C]//吉林省农特产加工协会.第九届全国杂粮豆类与玉米大会论文集.2016: 19-20.
- [4] 潘宇轩.虚拟形象在提升网络营销效果中的策略创新与应用研究[J].电子商务评论,2024,13(4): 6.
- [5] 斯日古楞.网络营销课程教学创新性改革思考[J].河北画报,2021(4): 216-217.
- [6] 曹倬衍.高校网络营销课程APP软件教学平台模型建构及功能分析[J].财经与管理,2017(6): 555-557.
- [7] 熊强.网络营销课程实施立体化教学的思考[J].中国教育导刊,2010(2): 24-25.
- [8] 黄晓治.网络营销课程教学改革探索[J].现代经济信息,2017(2): 408.
- [9] 杨娜.新时代背景下网络营销课程教学改革研究[J].科技经济市场,2022(8): 115-117.
- [10] 宣晓岚.基于服务乡村振兴实践的《网络营销》混合式课程教学改革探索[J].赢未来,2021(3): 23-24.