

生成式人工智能背景下新商科课程教学体系创新研究

孙嘉穆*, 沈佳琪

首都经济贸易大学工商管理学院, 北京

收稿日期: 2026年7月7日; 录用日期: 2026年8月10日; 发布日期: 2026年8月18日

摘要

生成式人工智能已进入本科商科课程的多个环节, 学生在资料检索、案例分析、市场调研和课程报告写作中使用人工智能的情况日益普遍。对于新商科建设而言, 这一变化不仅意味着教学工具更新, 也使传统课程中以成果文本判断学习质量的方式面临挑战。已有研究表明, 生成式人工智能有助于提高信息获取、数据处理、个性化学习和过程性反馈的效率, 但效率提升并不必然带来高阶认知能力、商业判断能力和真实问题解决能力的提升。本文在分析生成式人工智能嵌入新商科课程现实影响的基础上, 提出从课程目标、课程内容、教学过程和评价方式四个方面优化教学体系。研究认为, 生成式人工智能背景下新商科课程改革的重点, 是围绕人工智能素养、商业问题解决能力和过程性评价重新设计课程体系, 使人工智能应用能够支持学生的问题建构、证据判断和商业分析能力培养。

关键词

生成式人工智能, 新商科, 课程教学体系, 人工智能素养, 教学改革

Innovation in the Teaching System of New Business Education in the Context of Generative Artificial Intelligence

Jiamu Sun*, Jiaqi Shen

College of Business Administration, Capital University of Economics and Business, Beijing

Received: July 7, 2026; accepted: August 10, 2026; published: August 18, 2026

Abstract

Generative artificial intelligence has been increasingly integrated into multiple aspects of undergrad-

*通讯作者。

文章引用: 孙嘉穆, 沈佳琪. 生成式人工智能背景下新商科课程教学体系创新研究[J]. 教育进展, 2026, 16(8): 745-750.
DOI: 10.12677/ae.2026.1681688

uate business education. Students now commonly use AI tools for information retrieval, case analysis, market research, and course report writing. For the development of New Business Education, this shift represents not merely an update of teaching tools, but also a challenge to the traditional approach of evaluating learning quality primarily through final written outputs. Existing studies suggest that generative artificial intelligence can improve the efficiency of information acquisition, data processing, personalized learning, and formative feedback. However, greater efficiency does not necessarily lead to the development of higher-order cognitive abilities, business judgment, or the capacity to solve real-world problems. Based on an analysis of the practical implications of embedding generative artificial intelligence into New Business courses, this paper proposes optimizing the teaching system from four dimensions: course objectives, course content, teaching processes, and assessment methods. The study argues that, in the context of generative artificial intelligence, the reform of New Business courses should focus on redesigning the curriculum around AI literacy, business problem-solving competence, and process-oriented assessment, so that the use of artificial intelligence can effectively support students' development of problem construction, evidence evaluation, and business analysis capabilities.

Keywords

Generative Artificial Intelligence, New Business Education, Curriculum and Teaching System, AI Literacy, Teaching Reform

Copyright © 2026 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

在本科商科课程中,生成式人工智能不再只是满足学生课外资料查阅的需要,而是开始作为辅助工具帮助学生完成更为复杂的任务。像案例分析、商业计划、市场调研、消费者画像、数据整理、战略分析和决策模拟等任务,学生都可能借助人工智能完成初步构思、资料整合和文本表达。这一变化对教师的课程设计和评价也带来了较大的影响——过去,学生提交一份结构完整的案例报告,通常可以被视为其完成了相应的阅读、分析和写作过程;但在生成式人工智能环境下,单凭提交的文本成果已不足以说明学生真正经历了问题拆解、资料筛选和理论解释。显然,商科教学场景下,生成式人工智能正在深刻重塑课程任务设计、课堂学习过程及学业能力评价的标准。

这一变革亦是传统商科向新商科转型的重要一步。传统商科教育主要围绕管理学、经济学、会计学、市场营销等相对稳定的专业知识体系展开,强调理论讲授、案例分析和专业技能训练。而新商科则面向数字经济和智能商业环境,更加强调市场需求导向、跨学科融合、真实商业场景、数据驱动决策和复合能力培养。已有新商科课程改革研究指出,新商科理念的兴起回应了数字化商业环境对人才培养的新要求,要求教育体系从知识传授转向能力塑造,从单一学科走向跨域融合[1]。在这一意义上,将生成式人工智能融入商科课程,不仅带来了学习效率的提升,还意味着课程目标、教学内容、实践任务和评价方式需要重新适应数智化商业环境带来的挑战。

然而,生成式人工智能的教育价值并不等于学习质量的自动提升。Pearson [2]在《Nature》专题文章中讨论了高校使用人工智能的学习效应争议,指出人工智能辅导可能提升部分即时学习表现,但其对长期记忆和元认知发展的影响仍需谨慎评估。这一问题在商科课程的学习中更加突出。生成式人工智能在帮助学生快速形成案例分析和商业方案的同时,也在一定程度上削弱其自主阅读、问题拆解和产出解决

方案的能力。基于此, 本文主要探讨在新商科建设背景下, 如何优化课程目标、课程内容、教学过程和评价体系, 为新商科课程在人工智能环境下进行任务设计、过程管理和评价调整提供参考。

2. 生成式人工智能嵌入新商科课程的现实影响

生成式人工智能在新商科课程中的资料处理和学习支持的提效方面表现出了较大的优势。商科课程大多要求学生处理各种多源信息材料, 如企业案例、行业报告、市场数据、消费者评论、财务资料和政策文本等。在传统课堂中, 这些材料主要由教师提供, 但学生也需要自行检索和筛选资料。在这种情况下, 信息获取效率和资源整合质量, 往往受学生经验和能力差异的影响。而引入生成式人工智能后, 学生可以借助其更好地搭建资料框架、比较不同观点、形成初步分析, 并服务于案例讨论、市场调研和课程项目设计。Surugiu 等[3]的研究表明, 学习者普遍认可人工智能在教育活动中的支持作用, 尤其是在个性化学习计划、教学效率提升和行政任务支持方面。这表明, 生成式人工智能的作用不仅体现在学生资料处理效率的提升, 也体现在教学活动的改进上。

从人才培养角度看, 生成式人工智能改变了商科学生的能力要求。数字经济背景下, 商科人才不能只掌握管理、营销、财务和战略等基础理论, 还需要具备数据处理、智能分析、商业模拟和技术应用能力。Park 和 Suh [4]的研究指出, 面向商科专业学生的人工智能教育应重点培养数据素养、人工智能理解能力和人工智能应用能力, 具体内容包括数据结构理解与处理、数据可视化、网络爬虫、公共数据利用以及机器学习概念应用。Anucha 和 Okiridu [5]的研究也显示, 商科学生需要人工智能数据分析技能和创造力技能, 以适应现代办公场景中的数据可视化、异常检测、营销趋势分析、预算优化、品牌设计和创意生成等任务。因此, 这类能力应该被纳入新商科的课程培养目标, 成为商业分析、数据决策和创新实践训练的重要组成部分。

进一步地, 在教学组织层面, 生成式人工智能还可以支持差异化学习和过程性评价。商科学生在数学基础、数据分析能力、商业经验和表达能力方面差异较大, 生成式人工智能可以根据问题类型和学习基础提供解释、案例补充和即时反馈。例如, 生成式人工智能能够基于学习行为数据推荐学习路径, 改进教学质量监测, 并推动新商科教育的全过程评价[6]。因此, 人工智能的作用除了在于提供学习内容, 还在于帮助教师记录学习行为、反馈修改过程, 并呈现学生能力变化。

生成式人工智能进入商科课程后, 也会带来新的学习风险。商科课程的重点在于训练学生问题识别、资料筛选、证据判断、理论解释和方案修正的完整过程。生成式人工智能能够快速生成结构完整、语言流畅的文本, 使学生在尚未充分理解问题时就获得较为成熟的答案, 从而将原本应由学生完成的推理和判断过程交给工具完成。Pearson [2]在研究中提醒, 人工智能辅导可能在短期内改善部分即时表现, 但其对长期学习质量的影响仍存在不确定性。Archambault 等[7]的研究也显示, ChatGPT 工作坊虽然提升了学生对人工智能的理解和信心, 但学生的信心与实际知识之间仍可能存在差距。对于商科教育而言, 人工智能的过度使用意味着学生可能提交一份形式完整的案例分析, 却未真正理解其中的商业假设、理论边界和情境条件。

人工智能工具的引入不能直接等同于教学质量提升。Gerlich [8]以英国商学院学生为对象, 比较人工智能驱动互动在线课程与传统教学方法对学生认知能力和沟通技能的影响。结果显示, 在该研究设计下, 人工智能驱动课程并未显著提升学生认知能力和沟通技能。也就是说, 对于新商科课程而言, 批判性思维、沟通表达、团队协作、商业判断和复杂问题解决能力并不会因学生使用人工智能而自动形成, 而是需要通过课程任务设计、真实问题训练、课堂互动和评价反馈机制来加以培育。

此外, 生成式人工智能还对课程评价和真实问题解决能力培养提出挑战。商科课程中常见的案例分析、商业计划书、课程论文和项目报告都可能由人工智能快速生成, 传统以最终文本为核心的评价方式

因此面临失真风险。教师难以仅凭文本判断学生是否真正经历了资料查找、逻辑推演和理论解释过程。此外,生成式人工智能还可能产生错误信息、偏见、知识产权争议和幻觉内容,学生若缺乏交叉验证意识,容易在流畅表达中忽略事实错误和逻辑漏洞[7]。

生成式人工智能嵌入新商科课程所带来的问题,并不是简单的工具使用问题,而是课程目标、学习过程、能力生成和评价方式共同面临的适应性问题。因此,新商科课程改革的重点应放在教学设计上,使学生在人工智能使用时仍然完成问题提出、证据判断和独立表达的训练。

3. 生成式人工智能背景下新商科课程教学体系创新路径

上述问题说明,新商科课程改革不能只增加人工智能工具,还需要重新设计课程任务、学习过程和评价方式。人工智能教育应超越软件操作和提示词训练,进入学生人工智能素养、商业判断能力和问题解决能力的培养过程。本文从课程目标、课程内容、教学过程和评价体系四个方面提出新商科课程教学体系的调整路径。

第一,在课程目标上,突出人工智能素养与商业问题解决能力的协同培养。新商科课程目标需要从专业知识掌握和工具使用训练,扩展到数智化商业环境中的综合能力培养。具体而言,学生需要理解生成式人工智能的基本功能、适用边界和潜在风险,能够利用人工智能辅助市场分析、案例研究、数据处理和商业决策模拟,同时能够识别人工智能输出中的事实错误、逻辑漏洞、算法偏见、过度概括和情境缺失。课程目标的重构需要学生在人工智能辅助下保持自主问题建构、证据判断和原创表达能力,使人工智能素养与商业分析能力、伦理判断能力和复杂问题解决能力共同成为新商科人才培养的重要目标。

第二,在课程内容上,形成商科知识、人工智能工具、伦理规范与研究方法相融合的内容体系。一方面,课程内容首先需要回应商科专业场景。新商科的课程教学体系可在管理学、市场营销、财务管理、人力资源管理、战略管理等课程中嵌入生成式人工智能应用场景,如人工智能辅助市场调研、智能营销、消费者洞察、人力资源数据分析、智能财务和商业模式模拟。Park 和 Suh [4]关于商科人工智能教育设计的研究表明,数据处理、可视化、公共数据应用和机器学习概念应成为商科学生人工智能教育的重要内容。

另一方面,课程内容还需要纳入人工智能幻觉、算法偏见、数据安全、隐私保护、学术诚信和原创性声明等伦理规范,使学生在掌握技术应用的同时理解其边界。对于管理研究方法、毕业论文和科研训练类课程,还可以引导学生使用人工智能辅助文献检索、研究问题生成、访谈提纲设计、问卷优化和文本分析,但关键判断和研究结论仍应由学生负责。

第三,在教学过程上,建立问题建构、人工智能辅助、证据验证和反思表达相衔接的教学闭环。教师需要减少单纯结果型任务,引导学生从真实商业情境中提出具体问题,例如企业数字化转型、消费者信任、算法推荐、智能招聘和平台治理等。学生可以使用生成式人工智能进行资料搜集、初步观点生成、案例比较、数据处理和方案模拟,但需要保留工具使用记录、提示词设计、生成结果和筛选依据。在此基础上,学生还应利用课程理论、真实数据、企业资料、文献证据和课堂讨论对人工智能输出进行检验,识别其中的错误、遗漏和情境不适配之处。最终成果不应只包括报告文本,还应包括人工智能使用说明、修改过程和反思日志。这种安排可以减少人工智能对学生思考过程的替代,使其更多用于资料整理、观点比较、方案模拟和修改反馈。

第四,在评价体系上,推动教学的全过程能力评价。生成式人工智能时代,课程评价的重点不应仅是学生最终提交的案例分析、商业计划书或课程论文,而应关注学生是否真正经历了问题提出、资料筛选、工具使用、证据验证、理论解释和反思修正过程。评价内容应覆盖理论理解、工具使用过程、事实核查、反思修正和综合实践表现。季菲菲等[1]提出,新商科数字化课程体系可以通过动态生成的数字化画

像呈现学生能力成长轨迹,并形成目标设定、过程监测、成果验证和持续改进的闭环。借鉴这一思路,新商科课程可以依托智慧教学平台记录学生学习行为和项目推进过程,结合课堂答辩、同伴互评、教师评价和企业导师反馈,形成兼顾过程性、综合性和发展性的评价机制。

4. 生成式人工智能背景下新商科课程教学体系创新路径实施保障

第一,加强教师数字素养与人工智能教学能力建设。教师的课程设计能力直接影响生成式人工智能在新商科课程中的使用效果。教师能力不能停留在工具操作层面,还应包括课程设计、资源开发、伦理引导和评价调整能力。李蕊和王雨晴[9]将新商科教师数字素养概括为数字化教学意识、数字技术应用能力、数字教学资源开发能力、数字伦理引导责任以及终身学习与跨界整合能力。基于此,商科教师需要能够围绕真实商业场景开发数字化教学资源,设计人工智能辅助项目任务,引导学生理解数据伦理、算法偏见和人工智能使用边界,并建立适应生成式人工智能环境的评价标准。

第二,建立人工智能使用规范与学术诚信治理机制。生成式人工智能的教育应用需要明确制度边界,否则容易导致学生过度依赖工具,教师也难以判断学习过程的真实性。高校和学院应根据课程目标和任务类型,明确哪些环节可以使用人工智能辅助,哪些环节必须由学生独立完成;同时要求学生说明人工智能使用范围,提交关键提示词、生成内容、修改依据和人工核查过程。对于新商科课程而言,人工智能使用规范不应只服务于防止学术不端,也应服务于培养学生的技术伦理意识、证据意识和主体责任意识。

第三,建设课程的人工智能资源平台。新商科课程改革需要把零散的人工智能使用整合到课程任务、项目实践和资源平台中。一方面,学院可以建设商科人工智能案例库、商业数据集、项目任务库和评价量表库,围绕智能营销、人工智能招聘、平台治理、智能财务、市场调研和商业决策模拟等主题积累教学资源。另一方面,应通过校企协同引入真实商业问题、业务数据、企业案例和管理情境,使学生在真实或准真实任务中使用人工智能开展分析。方丽等[10]指出,人工智能可以作为产教融合的技术纽带,推动商业场景中的数据分析、智能决策和流程优化,并通过数据中台整合学校教学、企业生产经营和人才需求等信息。

5. 生成式人工智能背景下新商科课程教学体系创新路径实施保障结论与展望

生成式人工智能进入新商科课程后,最直接的变化不是教学工具增加,而是课程任务和评价逻辑发生变化。以往商科课程常以案例分析、商业计划书、课程论文等成果文本作为主要评价依据,但生成式人工智能已经能够快速生成形式完整的文本成果。如果评价仍停留在最终文本层面,课程将难以判断学生是否真正经历了问题识别、证据筛选、理论解释和方案修正过程。因此,生成式人工智能背景下的新商科课程改革,应将重点从成果产出转向过程设计,从工具使用转向证据判断,从知识复述转向真实商业问题分析。

未来研究可以进一步结合课程实验、教学案例追踪和学习过程数据,检验人工智能素养导向的新商科课程教学体系对学生批判性思维、商业判断能力、数据分析能力和学习投入的实际影响。同时,不同类型商科课程在人工智能融入方式、使用边界和评价机制上可能存在差异,后续研究仍需结合具体专业、课程任务和学生特征进行细化分析。后续改革的关键,是让技术使用能够被课程任务约束、被学习过程记录、被评价机制检验。

基金项目

受首都经济贸易大学 2026 年教改立项资助;项目名称:人工智能与文化体验融合的本科生商科课程

教学模式创新研究。

参考文献

- [1] 季菲菲, 陆璐, 梁迎春. 新商科下财经类专业数字化课程体系建设探索[J]. 现代商贸工业, 2026, 47(9): 215-217.
- [2] Pearson, H. (2025) Universities Are Embracing AI: Will Students Get Smarter or Stop Thinking? *Nature*, **646**, 788-791. <https://doi.org/10.1038/d41586-025-03340-w>
- [3] Surugiu, C., Gradinaru, C. and Surugiu, M.-R. (2024) Artificial Intelligence in Business Education: Benefits and Tools. *Amfiteatru Economic*, **26**, 241-258. <https://doi.org/10.24818/ea/2024/65/241>
- [4] Park, S.-H. and Suh, E.-K. (2021) A Study on Artificial Intelligence Education Design for Business Major Students. *Journal of Industrial Distribution & Business*, **12**, 21-32.
- [5] Anucha, E. and Okiridu, O.S.F. (2026) Artificial Intelligence Technology Skills Needed for Modern Office Functionalities of Undergraduate Business Education Students in Universities in Rivers State. *SSR Journal of Economics, Business and Management*, **3**, 123-134.
- [6] 曾小青, 刘颖. 融合生成式人工智能的新商科人才培养模式改革探索[J]. 现代职业教育, 2026(15): 41-44.
- [7] Archambault, S.G., Murph, N.L. and Ramachandran, S. (2025) Fostering AI Literacy in Undergraduates: A ChatGPT Workshop Case Study. *Library Trends*, **73**, 443-475. <https://doi.org/10.1353/lib.2025.a968491>
- [8] Gerlich, M. (2025) The Use of Artificial Intelligence in Modern Business Education: The Impact on Students' Cognitive and Communication Skills in the United Kingdom. *IEEE Engineering Management Review*, **53**, 154-167. <https://doi.org/10.1109/emr.2024.3441468>
- [9] 李蕊, 王雨晴. 新商科背景下高校教师数字素养提升路径研究[J]. 华东科技, 2026(5): 73-75.
- [10] 方丽, 陈江, 王鹭, 等. 新商科背景下高职院校 AI 赋能产教融合共同体育人模式研究[J]. 现代职业教育, 2026(11): 33-36.