

# Research on marketing post change and professional talent development strategy driven by artificial intelligence

Bingfeng Chen

Huizhou Vocational and Technical College of Economics, Huizhou, Guangdong, 516000, China

## Abstract

Artificial intelligence has become a key driving force in the field of marketing, bringing new development opportunities for marketing. Driven by artificial intelligence, new changes have taken place in marketing positions, and colleges and universities should actively cater to the changes in the market demand to carry out talent training and innovation. In this study, the connotation of artificial intelligence is introduced and the application status of artificial intelligence in marketing is analyzed. Then, the marketing job change driven by artificial intelligence is explained from the aspects of skill demand, role positioning and talent structure. Finally, explore the development strategy of marketing professionals in junior colleges. Under the background of artificial intelligence drive, colleges and universities should base on the actual market demand, actively explore the new talent training mode, innovate the new development path of talents, and promote the innovation and development of marketing education.

## Keywords

Artificial intelligence; marketing; job change; and talent development strategy

# 人工智能驱动下的市场营销岗位变革与专业人才发展策略研究

陈冰峰

惠州经济职业技术学院, 中国·广东 惠州 516000

## 摘要

人工智能已经成为市场营销领域的关键推动力, 为市场营销带来新的发展契机。人工智能驱动下市场营销岗位发生新变革, 院校需积极迎合市场对人才需求的变化进行人才培养创新。本次研究中首先就人工智能内涵进行介绍, 就人工智能在市场营销中的应用现状进行分析。然后从技能需求、角色定位以及人才结构等方面阐述人工智能驱动下的市场营销岗位变革。最后, 探究专科院校市场营销专业人才发展策略。人工智能驱动背景下, 院校应该立足市场需求实际, 积极探索新的人才培养模式、创新人才发展路径, 推动市场营销教育的创新与发展。

## 关键词

人工智能; 市场营销; 岗位变革; 人才发展策略

## 1 引言

人工智能 (AI) 在市场营销中的广泛应用正在彻底改变企业的营销方式和策略。从个性化推荐到数据分析和可视化, 再到社交媒体监控与分析、自动化营销、预测分析与市场趋势预测等方面, AI 都发挥着重要作用。未来, 随着 AI 技术的不断发展和完善, 其在市场营销中的应用将会更加广

泛和深入。人工智能在市场营销广泛应用背景下, 市场营销岗位发生变革, 人员技能、角色定位以及人才结构都发生革新。在此背景下, 院校应该积极迎接时代变化, 进行教育创新和变革, 革新市场营销专业人才培养路径和内容, 促使培养人才符合新时期市场营销岗位新要求。

## 2 人工智能与市场营销概述

### 2.1 人工智能概述

人工智能, 简称 AI, 是利用计算机模拟人类智能行为科学的统称, 或者说是研究、理解、模拟人类智能, 并发现其规律的学科<sup>[1]</sup>。人工智能其核心为模仿人类的决策能力, 向人类一样思考和行动。人工智能具有以下特点: 一是自主性, 人工智能能够调整自己的行为, 从而实现更加精准的决策; 二是算法驱动, 人工智能借助算法来完成任务; 三是适

**【基金项目】**2024年惠州经济职业技术学院校级科研项目《人工智能驱动下的市场营销岗位变革与专业人才发展策略研究》研究成果 (项目编号: 2024KY12)。

**【作者简介】**陈冰峰 (1978-), 男, 中国四川达州人, 硕士, 讲师, 从事市场营销企业管理研究。

应性,人工智能可结合环境和需求进行自身调节从而更好地完成任务;四是可扩展性,人工智能应用广泛,可应用到多个领域,如市场营销、医疗、交通等。

## 2.2 人工智能在市场营销中的应用现状

当前,人工智能技术在市场营销中得到了广泛的应用,革新市场营销方式。文案创作,在市场营销文案创作领域,据调查当前高达 84.3% 的营销团队运用人工智能生成文本,人工智能能够快速生成大量的文本内容;创意启发,80% 的营销团队将人工智能作为创意灵感的来源;社交媒体应用,人工智能在社交媒体方面的使用率高达 60%,借助人工智能定制化内容,实现社交媒体的精准推送,AI 智能回复,加强与消费者的互动交流;在线广告,近一半(48.6%)的团队使用人工智能来优化在线广告实现了个性化推荐和营销,人工智能对用户购买历史、购买兴趣等进行分析,对用户进行精准推送和营销,提高了用户的购买意愿和忠诚度;视频、声音、图像:42.9% 的营销团队使用它来创建或增强视听效果。人工智能在市场营销中的应用还在于数据分析,人工智能实时分析市场数据,对市场趋势进行推测,从而帮助营销人员更加精准了解市场,制定更加精准的营销策略<sup>[2]</sup>。人工智能实现了自动化营销,通过人工智能,可自动完成邮件发送、消息定期推送等,不仅提高了市场营销效率,还大大节省了人力资源。人工智能还能够预测分析市场趋势,为市场营销人员制定计划和实施营销提供依据,借助算法,人工智能分析历史销售数据、市场趋势、季节性因素,对市场趋势进行预测,企业可结合市场趋势安排生产,避免了库存过剩。

## 3 人工智能驱动下的市场营销岗位变革

人工智能广泛应用于市场营销,人工智能的应用推动市场营销模式、方法和策略的革新。在此背景下,

### 3.1 技能需求变革

人工智能赋能市场营销背景下,市场营销岗位技能需求发生了变革。首先,市场营销人员需要具备传统市场营销理论知识,熟悉掌握市场细分、目标市场选择、市场定位等核心概念。市场营销人员还需要扎实掌握市场调研与分析技能,能够借助 Excel、SPSS 分析市场趋势,制定精准化市场营销策略;进行广告、宣传牌创新设计和管理,以新颖的广告和宣传品来吸引消费者注意力。此外,人工智能背景下,市场营销人员还需要具备更强的数据分析能力和熟练应用人工智能营销工具,能够借助人工智能对消费者行为、市场趋势进行分析和预测,熟练应用人工智能来进行个性化营销。人工智能背景对市场营销人员创意与策略制定能力提出了更高要求,营销人员要具备敏锐的数据洞察力,结合人工智能提供数据制定更加创意性的营销内容和更加针对性的营销策略。人工智能背景下,人机协作提高了市场营销效率,营销人员需要学会与 AI 系统有效协作,共同完成任务。

### 3.2 角色定位变革

人工智能赋能背景下,市场营销人员角色定位发生变革<sup>[3]</sup>。传统市场营销下,市场营销人员更多的是营销的实操者,他们担任着市场调研员、广告设计师等角色;而人工智能背景下,市场营销人员更多是营销行为的监管者,人工智能发挥市场调研员、广告设计师等岗位智能,营销人员更多的是监督人工智能系统的运行,确保系统运行正常和符合规定,同时监督营销效果。人工智能背景下,营销人员成为技术与人文之间的桥梁,人工智能模范人类进行思考、决策,对消费者行为、市场趋势进行分析,制定市场营销方案、措施,而营销人员则出于人文主义对人工智能进行补充和丰富,对消费者、既定区域文化背景、情感等进行理解、融合,从而确保营销活动既高效精准又富有人文关怀。

### 3.3 人才结构变革

人工智能促使市场营销岗位人才结构发生变革。传统营销职位遭遇挑战,急需变革,传统营销职位如市场调研员、广告设计师等逐步被人工智能所取代;新的岗位逐渐涌现,如人工智能策略师、数据分析师等,他们运用人工智能数据分析来进行市场预测和制定营销方案。

## 4 人工智能驱动下的市场营销专业人才培养策略

人工智能赋能市场营销背景下,市场营销人才需求发生了显著变化,专科院校需积极迎合市场变化,适应新的营销环境和挑战,进行人才培养模式和方法的创新。下面就人工智能驱动下的市场营销专业人才培养策略进行介绍和分析。

### 4.1 与时俱进,修订“人工智能+市场营销”人才培养方案

人工智能驱动下,专科院校需修订市场营销人才培养方案,综合市场需求、人工智能发展趋势以及学校教育实际制定“人工智能+市场营销”人才培养方案,培养兼具市场营销能力和人工智能技术的复合型人才<sup>[4]</sup>。优化课程体系,建设人工智能课程、市场营销课程以及交叉融合课程,满足学生多方发展需求。强化师资队伍建设,加强教师跨学科合作,引进高水平教师,提高教学团队整体水平。新时期,加强学生职业发展规划与指导,邀请人工智能市场营销专家和企业代表对学生进行就业指导,提高学生职业竞争力。对融合教学质量进行评价和优化,构建全过程评价体系,开展多维度评价,根据评价结果和反馈意见持续优化人才培养方案。

### 4.2 交叉融合,搭建“人工智能+市场营销”课程体系

人工智能赋能市场营销背景下,搭建“人工智能+市场营销”复合课程体系,培养复合型人才<sup>[5]</sup>。在课程体系构建上应该打破人工智能专业与市场营销专业的壁垒,实现

两个学科的交叉融合。构建“1+1+1”课程体系,以人工智能基础课程和市场营销基础课程为基础,实现两者的有效融合。市场营销基础课程以培养学生的营销理论知识和营销技能为核心,阐述营销基本理论、策略和方法,分析市场营销环境、消费者行为等。人工智能模块则是详细介绍人工智能概念、发展历程,讲解机器学习、深度学习等核心算法原理。

“人工智能+市场营销”融合模块则实现两个课程的互融互通,智能市场调研,借助人工智能进行市场分析;个性化营销,基于客户历史购买行为和喜好,借助人工智能进行个性化营销;智能定价与渠道管理,运用人工智能技术科学定价,优化渠道管理;智能广告和促销,发挥人工智能自动广告投放功能,提高营销效率。

### 4.3 强化“人工智能+市场营销”师资队伍建设

新时期,需强化教师队伍建设,打造一支高效、专业且具有创新能力的教师队伍。多措施构建“双师型”教师团队,提高教师队伍的理论水平和实操能力。提高院校教师实践水平,人工智能赋能市场营销背景下,对市场营销人员的实践能力提出了更高要求,而教师的实践经验和实践技能对学生影响深远。院校可定期组织教师到企业进行实践学习,鼓励教师到企业任职,教师熟悉市场营销实践技能,在企业工作中了解“人工智能+市场营销”实际应用,并将经验应用到教学中,提高教学质量。聘请专业技术人才和高级市场营销管理人员来校任职,这些专业人员具备丰富的实践经验,工作中对人工智能和市场营销融合的感悟较深,是两者融合的实践操作者。他们的任教为院校市场营销教学带来新的视角和观点,为学生提供更多的实践机会和指导。

### 4.4 建立高水平的“人工智能+市场营销”培训基地

建设高水平的实践培训基地,提高学生的实操能力。在培训基地中,借助案例教学、项目教学、模拟教学等多元化教学方法,引导学生实践操作,激发学生的学习兴趣。在校建立实验室,为学生模拟操作提供有效环境和设施,配备高性能计算机、人工智能软件和市场营销数据分析软件等,学生可在实验室进行市场营销项目案例实操,如虚拟市场、消费者行为分析实验室等,让学生能够在实践中学习和掌握人工智能与市场营销的结合应用。与企业建立合作关系,深耕企业阵地,共同开发培训课程和项目,为学员提供实习和就业机会。学生到企业进行实习,参与市场调研、协助制定

营销计划、执行营销活动、完成数据分析和报告,学生深入参与市场营销每个环节,实现理论的内化吸收,切实提高学生的实践能力。

### 4.5 构建多元化校企社合作机制

人工赋能市场营销背景下,需构建多元化校企社合作机制,加强多方融合,实现资源共享,促进学生发展。政府应发挥桥梁和纽带作用,引导学校、企业和社会建立长期稳定的合作关系。政府可通过制定相关政策、提供资金支持等方式,推动校企社合作深入发展。学校积极借助社区资源、企业资源进行市场营销人才培养,与企业联合建立实训基地,为学生提供真实的职业环境和实践机会;积极借助社区的人力资源优势和场地资源优势。社区、企业、学校共同开展“人工智能+市场营销”项目,并实现项目落地,促进技术创新和升级。学校充分发挥自身人才资源优势,为社区、企业提供技术支持、员工培训等服务。

## 5 结语

人工智能赋能市场营销背景下,专科院校市场营销专业需深化教育革新,更新理念、创新模式、变革内容、深化合作,优化市场营销人才培养。专科院校需积极搭建“人工智能+市场营销”课程体系,修订“人工智能+市场营销”人才培养方案,强化“人工智能+市场营销”师资队伍建设,建立高水平的“人工智能+市场营销”培训基地,构建多元化校企社合作机制。未来,人工智能在市场营销中的应用将更加深入和广泛,院校需积极探索“人工智能+市场营销”专业模式,以开放的心态拥抱变革,推进市场营销专业的变革,为市场发展培育后备力量。

### 参考文献

- [1] 杨锋. Y公司人工智能系统安防市场营销策略优化研究[D]. 广东:广东工业大学,2022.
- [2] 孙怡文,王利珍,肖晓兰. 人工智能驱动下市场营销策略的创新研究[J]. 中国商论,2024,33(23):33-36.
- [3] 周晓睿,高悦. 人工智能在市场营销教学与人才培养中的应用[J]. 海峡科技与产业,2024,37(2):51-54,62.
- [4] 翟世阳. 基于人工智能的职业院校市场营销专业教育发展路径[J]. 广西教育,2024(24):149-151,160.
- [5] 吴沁玥. 论人工智能营销市场分析的战略框架[J]. 中国市场,2023(3):106-108.