

# Research on the Talent Cultivation System in Business Education Under New Quality Productivity: A Case Study of the Marketing Major

Li Chen Jing Zhang

Guangdong Vocational Institute Of Public Administration; School of Finance; School of Cultural Tourism, Guangzhou, Guangdong, 510800, China

## Abstract

Based on the context of new quality productive forces development, this study explores innovative approaches to business talent cultivation, using the marketing major as a case study. As a core driver of China's high-quality economic development, new quality productive forces—characterized by revolutionary technological breakthroughs, innovative factor allocation, and deep industrial transformation—impose new requirements on business education. The research identifies key issues in the current cultivation system, including insufficient integration of digital technologies with business applications, a lack of interdisciplinary collaboration mechanisms, and an urgent need to enhance faculty digital literacy. To address these challenges, the study proposes three innovative pathways: (1) developing integrated "digital technology + business application" curricula that embed AI, big data, and other emerging technologies into traditional business courses; (2) implementing interdisciplinary teaching focused on "digital-business" competency development; and (3) building a "dual-qualified" faculty proficient in both digital technology application and business practice. The findings provide actionable strategies for vocational colleges to cultivate interdisciplinary business talent aligned with new quality productive forces.

## Keywords

new quality productive forces; talent cultivation; business education; marketing

# 新质生产力下商科人才培养体系研究——以市场营销专业为例

陈丽 张静

广东行政职业学院财政金融学院文化旅游学院, 中国·广东广州 510800

## 摘要

本文基于新质生产力发展背景,以市场营销专业为例,研究了商科人才培养体系的创新路径。新质生产力作为推动中国经济高质量发展的核心动力,其技术革命性突破、要素创新性配置和产业深度转型的特征,对商科人才培养提出了全新要求。研究揭示了当前培养体系存在的突出问题:数字技术与商业应用能力融合不足、跨学科协同培养机制缺失、师资队伍数字素养亟待提升等。针对这些问题,研究提出了三方面创新路径:构建"数字技术+商业应用"融合的课程,将人工智能、大数据等新技术深度嵌入传统商科课程;实施"数商"培养为核心的跨学科教学内容;打造具备数字技术应用与商业实践能力的"双师型"教师队伍。为高职院校培养适应新质生产力发展的复合型商科人才提供了可借鉴的实施路径。

## 关键词

新质生产力; 人才培养; 商科; 市场营销

**【课题项目】**广东省 2024 年度教育科学规划项目(高等教育专项)《基于校企合作的高职会展专业数字素养教育与专业教育融合研究》(项目编号: 2024GXJK1144); 2023 年广东省高职教育教学改革研究与实践项目《“岗课赛证”综合育人视域下高职会展专业实践教学体系的项目化构建》(项目编号: 2023JG528)。

**【作者简介】**陈丽(1989-),女,中国广东广州人,硕士,讲师,从事智能商务、市场营销研究。

## 1 引言

新质生产力,作为新时代中国经济从高速发展转向高质量发展阶段的重要理论创新,代表了先进生产力的演进方向。它不仅是对传统生产力的简单升级,而是一种全新的生产力形态,具有强大的发展动能和引领作用<sup>[1]</sup>。具体而言,新质生产力以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵。其中,高素质的劳动者是新质生产力的第一要素,他们具备创新思维、专业技能和适应能力,是推动

新质生产力发展的核心力量<sup>[2]</sup>。

与传统生产力相比,新质生产力具有显著的创新主导特征<sup>[3]</sup>。它摆脱了传统经济增长方式和生产力发展路径的束缚,展现出高科技含量、高效能输出、高质量成果等新时代特征。这些特征不仅符合新发展理念的要求,也为中国经济高质量发展提供了强有力的支撑。习近平总书记多次强调,要积极培育新能源、新材料、先进制造、电子信息等战略性新兴产业,以及未来产业,以加快形成新质生产力,增强发展新动能<sup>[4]</sup>。

高职商科专业与新质生产力之间存在着紧密且深远的联系。随着新质生产力的快速发展,其对人才的实践与创新提出了更高要求,这直接推动了高职商科教育从传统的知识灌输模式向实践能力培育模式的深刻转变。为适应产业间逐渐融合的趋势,高职商科教育不仅应该优化课程体系,拓宽了学生知识边界,强化了综合素质,还应该致力于培养具备跨学科视野与综合技能的人才,以应对多元化、复杂化的工作场景<sup>[5]</sup>。面对新业态、新零售、新金融、新管理的不断涌现,高职商科教育更是应该积极调整专业设置和课程内容,实现从传统商科教育到创新商科教育的转变,以充分契合新质生产力时代背景下的人才需求。

## 2 新质生产力下商科人才培养困境

### 2.1 技术与商业智慧的融合存在短板

在新质生产力的驱动下,技术与商业的融合已成为不可逆转的趋势。然而,传统的商科教育模式在这一背景下显得力不从心。这些模式往往侧重于传授理论知识,如市场营销原理、财务管理、经济学等,却忽视了对现代技术应用的实践培养。这种偏重理论的教育方式,导致学生虽然掌握了扎实的理论基础,但在实际工作中却难以灵活运用现代技术工具解决实际问题。例如,在消费者行为分析领域,多数院校仍停留在传统问卷调查方法的教学,而对实时数据采集、神经网络预测等新质生产力典型技术的覆盖严重不足。尤为值得关注的是,在数据分析、数字化转型、以及人工智能等新兴技术日新月异的今天,许多商科毕业生在这些关键领域展现出了明显的短板。他们虽然对市场营销策略、财务管理原则等理论内容了如指掌,但在面对如何利用大数据进行精准市场分析、如何推动企业进行数字化转型、以及如何有效整合人工智能技术提升业务效率等实际问题时,往往显得手足无措,难以将课堂上学到的理论知识有效转化为解决实际问题的能力。

### 2.2 跨学科素养培育有待提升

跨学科素养培育有待进一步提升,这在新质生产力不断推动商业创新升级的背景下显得尤为重要。面对新质生产力的新时代要求,商科人才的培养不再局限于传统的商业知识范畴,而是要求他们具备跨学科的知识 and 能力<sup>[6]</sup>。这包括但不限于计算机科学、人工智能、数据科学等领域,这些新

兴学科为商科人才提供了更为广阔的职业发展空间和创新能力。

然而,传统商科教育在这一方面存在明显的不足。由于学科之间的割裂现象,学生在学习过程中往往缺乏对其他学科的了解和应用能力。例如,在《市场营销》课程中,学生可能只学习了传统的营销策略和手段,而对于如何利用大数据和人工智能技术来优化营销策略则知之甚少。同样,在《财务管理》课程中,学生可能只掌握了基本的财务报表分析和预算编制方法,而对于如何利用数据科学来预测财务风险和制定投资策略则缺乏必要的技能。这种跨学科素养培育的不足,不仅限制了学生的创新能力和职业发展潜力,也影响了他们在未来商业竞争中的竞争力。因此,如何在商科教育中加强跨学科素养的培育,打破学科之间的壁垒,提升学生的综合能力和创新能力,已成为当前商科人才培养的重要挑战。

### 2.3 教师队伍建设面临革新

在新质生产力的背景下,跨学科素养的培育对于商科人才培养至关重要,而这无疑对商科教师队伍提出了更高的要求。然而,师资知识体系与新质生产力要求存在代际差异。多数市场营销专业教师深耕传统商业理论,对大数据营销、智能算法应用等新质生产力核心技术缺乏系统认知,导致课程内容与行业技术应用出现断层<sup>[7]</sup>。例如,教师知识结构单一,跨学科背景不足。许多商科教师长期专注于某一特定领域的教学与研究,对其他学科的知识和技术缺乏深入了解。这种单一的知识结构限制了他们在教学中引入跨学科内容的能力,难以培养出具备跨学科素养的商科人才。此外,教学范式转型滞后于技术演进速度。新质生产力要求案例教学融入实时数据分析、AI工具应用等实践环节,但多数教师仍停留在理论讲解为传统的模式,难以培养学生数字化商业决策能力。除此之外,教师与企业界的联系不够紧密,缺乏实践经验。商科教育需要紧密结合产业需求,而部分商科教师由于长期脱离企业实践,对行业动态和技术前沿缺乏了解,导致教学内容与实际需求脱节。这不仅影响了学生的实践能力和职业发展潜力,也制约了商科教育满足新质生产力的创新和发展要求。

## 3 新质生产力下商科人才培养路径架构

### 3.1 打造“数字技术+商业应用”的特色课程

在新质生产力与数字战略背景下,传统市场营销人才培养体系面临系统性升级需求。紧密围绕教育部《职业教育专业简介-2022年修订》中市场营销专业培养要求,重点打造“数字技术+商业应用”的特色课程:例如,以《数字营销》课程改革为切入点,构建了“知识-案例-实训”三维培养模型:在知识维度,将生命周期评估(LCA)、碳足迹核算等绿色工具以可视化、场景化的方式嵌入数字营销4P理论框架,针对高职学生特点开发16课时的“绿色4P”教学模块,

包含短视频碳足迹计算、直播带货绿色话术设计等实操性强的内容。在案例维度,选取拼多多农产品绿色溯源、李宁环保鞋数字推广等本土化案例,通过情景剧模拟、任务闯关等互动形式,帮助学生理解低碳营销在电商运营、社群营销等实际工作场景中的应用。

### 3.2 深化科教融合,构建跨学科课程内容

在新质生产力背景下,市场营销专业亟需构建跨学科融合的课程体系,以“数商”(数据思维+商业洞察)培养为核心。针对核心课程,例如《商务数据分析》,引入真实用户行为数据集,重点训练三个能力维度:数据采集与清洗能力,要求学生使用 Python 处理非结构化评论数据,识别消费者对智能客服的满意度特征;可视化分析能力,通过 Tableau 制作动态仪表盘,实时监测不同营销策略的转化效果;商业决策能力,基于 A/B 测试结果优化促销方案。在《消费者行为分析》课程中融入神经市场营销学内容,使用眼动仪和脑电设备采集消费者对直播界面的注意力分布数据,建立视觉热点与购买决策的预测模型。同时改造《营销策划》课程,引入“数据沙盘”模拟系统,学生团队需要在虚拟市场中完成从市场调研到效果评估的全流程决策,系统会实时生成 ROI、客户获取成本等 12 项核心指标的分析报告。为保证教学效果,教学团队开发了“数商”能力测评体系,包括数据敏感度测试(如异常数据识别)、分析逻辑评估(如归因分析合理性)和商业价值转化(如数据洞察的落地效果)三个维度。这种课程体系的关键在于打破传统营销教学重概念轻数据的弊端,通过真实商业场景的数据实战训练,培养学生用数据说话、靠数据决策的职业习惯。

### 3.3 教育理念革新与“双师型”师资队伍构建

在新质生产力快速发展的背景下,市场营销专业师资队伍面临转型升级的迫切需求。以广东行政职业学院的市场营销专业为例,对于已入职的教师,学校制定了系统且全面的培养方案。学校积极组织教师参加各类专业培训与学术交流,如安排教师参加国际研讨会,让他们接触到行业最新研究成果与技术趋势,拓宽学术视野,提升理论素养。在企业实践环节,学校充分发挥地域优势,与当地众多知名企业建立了深度合作关系。学校安排市场营销专业的教师以独特的方式深入企业,即以横向项目方式指导学生在企业完成营销任务。学校教师带领学生团队承接了该企业的新产品市场推广项目。教师们凭借扎实的市场营销理论知识,指导学生进行市场调研、目标客户分析、营销策略制定以及营销活动执行等全流程工作。在这个过程中,教师们不仅将理论知识转化为实际操作,还积累了丰富的企业营销实践经验。例如,教师指导学生运用智能推荐算法优化产品展示,通过 AI 工具分析不同营销策略效果,制定出具有针对性的营销

方案,并通过实际营销活动检验方案的有效性。通过这种方式,教师们能够及时了解企业对市场营销人才的实际需求,将企业的最新营销理念和实践经验带回课堂,使教学内容更加贴近市场实际,提高教学的针对性和实用性。同时,学校还建立了导师制度,安排经验丰富的老教师与新教师结成帮扶对子。

## 4 结论

新质生产力作为中国经济高质量发展的核心动力,不仅引领着产业结构的深度转型升级,也对商科教育的人才培养模式提出了新的挑战与要求。在技术与商业日益融合的新时代背景下,传统的商科教育模式已难以满足市场对人才的高标准要求。当前,高职商科教育面临着技术与商业智慧融合不足、跨学科素养培育缺失及教师队伍革新需求等困境,这些问题严重制约了商科人才的全面发展。为了应对这些挑战,高职商科教育必须积极调整策略,主动适应新质生产力的发展要求。具体而言,可以通过构建绿色双碳导向的人才培养新体系,将绿色、可持续理念融入商科教育,培养学生的环保意识和社会责任感;深化科教融合与跨学科课程建设,打破学科壁垒,提升学生的实践能力和跨学科素养;同时,加强“双师型”师资队伍建设,优化教师队伍结构,提升教师的实践经验和创新能力。通过这些综合措施的实施,高职商科教育将能够全面提升商科人才的实践创新能力与跨学科素养,使他们不仅能够熟练掌握现代商业技能,还具备强烈的环保意识、良好的社会责任感和卓越的创新力,从而更好地适应新质生产力背景下快速变化的市场需求,为中国经济的高质量发展提供源源不断的人才支撑和智力保障。

### 参考文献

- [1] 王似保. 发展新质生产力与高职新商科人才培养创新路径 [J]. 天津职业大学学报, 2024, 33(05): 25-9.
- [2] 姚蔚, 武俊丽. 高等职业教育赋能新质生产力的优势、问题与对策 [J]. 安徽商贸职业技术学院学报, 2024, 23(03): 73-6.
- [3] 吕爽. 加强“新质人才”培养为发展新质生产力蓄力赋能 [J]. 中国就业, 2024, (09): 77-9.
- [4] 贺德方, 刘辉. 深化科技体制改革增强新质生产力发展内生动力 [J]. 智库理论与实践: 1-6.
- [5] 雷玉办, 王岩, 秦臻, et al. 新质生产力背景下冶金特色高职院校高质量发展路径研究 [J]. 化工管理, 2024, (28): 36-9.
- [6] 林永, 刘晓霞, 任燕. 新质生产力视域下高职院校电子信息类专业“四链协同”育人体系构建研究 [J]. 老字号品牌营销, 2024, (19): 197-200.
- [7] 翁智兵, 田苗. 新质生产力背景下高职教育面临的挑战与实践路径 [J]. 教育与职业, 2024, (18): 102-6.