

新质生产力驱动数字营销微专业课程动态调整与改革策略研究

张帆

国家层面加快部署发展新质生产力,推动职业教育人才培养与产业需求深度适配。中共中央办公厅、国务院办公厅《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》明确提出完善职业教育专业动态调整机制,要求专业布局与产业结构紧密对接;教育部高校学生就业能力提升“双千”计划则从落地层面提出聚焦产业急需领域动态更新课程内容,推动人才培养与市场岗位需求精准对接。与此同时,以生成式人工智能为核心载体的新质生产力正全面重构数字经济产业的生产方式与岗位形态,岗位能力呈现边界持续拓展、高动态性和复杂性,迭代周期大幅缩短[1]。这就倒逼职业教育打破静态建设模式,建立快速响应岗位需求的动态调整机制,实现人才培养与产业升级同频共振。

具体到数字营销领域,AI技术已深度渗透全业务链路,推动岗位胜任力向人机协同的复合能力转型,但当前多数院校存在微专业建设缺乏对能力图谱体系构建、AI内容融入碎片化、动态调整机制缺失等问题。基于此,本文以岗位胜任力图谱为核心枢纽,探究新质生产力驱动下数字营销微专业课程动态调整机制与改革路径,为职教专业数字化升级提供实践参考。

一、新质生产力对数字营销岗位胜任力的三重影响

以生成式人工智能为核心载体的新质生产力,正从替代、赋能、衍生三个维度系统性重构数字营销岗位胜任力结构,推动人才能力要求从单一技能导向向复合化、智能化、高阶化转型。

(一)基础胜任力权重下沉

AI已可高效完成数字营销岗位中重复性、标准化操作,包括基础文案撰写、简单素材生成、常规数据统计、批量用户消息回复等,直接降低了基础操作类胜任力的岗位价值。根据本次招聘调研数据显示,传统内容运营岗中纯文案撰写类要求的占比已从独立核心能力降级为基础门槛,创意判断与策略规划的权重持续上升,更强调用户需求洞察、市场趋势把握与策略规划能力,单纯机械执行已难以支撑岗位长期竞争力[2]。

(二)核心胜任力向人机协同升级

调研实证数据显示,智能投放岗中数据分析能力要求覆盖率达64.3%,GEO优化岗中内容创作能力占比54.8%,均体现出“核心专业能力+技术工具赋能”的复合特征。AI作为生产工具深度赋能岗位核心能力,推动单一专业技能升级为“专业能力+AI协同”的复合形态。创意产出上升级为“AI发散+人工优化”的人机共创模式;数据分析上升级为“AI挖掘+人工归因”的决策支撑模式;用户运营上升级为“AI画像+人工精细化运营”的精准服务模式,核心胜任力更加强调人机协同。

(三)催生全新胜任力赛道

招聘样本中AIGC营销、GEO优化等AI衍生岗位虽当前占比仅约2.3%,但AI工具技能覆盖率达100%,形成了独立的新兴能力赛道。新质生产力催生出AIGC内容运营、智能投放算法调优、生成式引擎优化、AI营销合规管控等传统体系未覆盖的细分岗位与能力方向,这类新增能力尚未系统纳入现有专业课程体系,成为人才供给的明显缺口,要求职业教育同步跟进岗位变化,将新兴胜任力要求纳入培养体系,动态调整教学内容与培养方案。

二、AI赋能下数字营销岗位胜任力图谱构建

基于新质生产力对岗位胜任力的三重影响,本研究以前程无忧平台10020条数字营销岗位招聘数据为基础样本,结合企业访谈开展扎根理论三级编码分析,构建分层分类的胜任力图谱,为微专业课程动态调整提供实证依据。

(一)图谱构建方法

图谱构建遵循“底层固化、中层夯实、技术迭代、顶层创新”逻辑,全面对接新质生产力的替代、赋能与衍生效应。通过扎根理论,开放式编码提炼能力要素、主轴编码梳理维度关联、选择性编码凝练核心范畴,完成胜任力体系的结构化拆解。样本岗位群分布、占比和核心特征,如(表1):

表1 数字营销核心岗位群分布

岗位群	样本量	占比	核心特征
内容运营/新媒体岗	1465	14.60%	体量大、基础要求相思
电商运营岗	914	9.10%	平台属性强,技能指向垂直
品牌策划岗	863	8.60%	侧重策略与创意能力
智能投放/SEM岗	243	2.40%	数据驱动,平台指向明确
AIGC/AI营销岗	165	1.60%	新兴赛道、新技术要求高
SEO/GEO岗	71	0.70%	技术+内容双重属性
综合运营/其他岗	6309	63.00%	泛营销类综合岗位

通过扎根理论编码数据显示,传统内容运营,电商运营等基础岗位仍占主体,但AIGC营销,GEO等AI衍生岗位虽当前占比不高,但能力要求显著区别于传统岗位,是当前人才供给的核心缺口。

(二)分层胜任力图谱与岗位能力细分

基于编码结果,构建四级递进的分层胜任力体系:通用素养层涵盖AI伦理、数字素养、沟通协作、持续学习等底层能力;专业核心层包括营销基础、用户洞察、内容创作、品牌策划、数据分析等专业能力;AI赋能层涵盖提示词工程、多模态生成、AI数据分析、智能投放等工具能力;创新复合层涵盖全链路整合、场景创新、数据驱动增长等综合能力。从四级体系中抽取5项代表性核心能力进行跨岗位能力覆盖对比(表2)

表2 核心岗位群Top5能力要求覆盖率对比

能力维度(层)	AIGC内容运营岗	智能投放与增长岗	GEO优化岗	数据驱动运营岗
AI工具应用(AI赋能层)	100.00%	37.30%	24.70%	7.50%
数据分析能力(专业层)	53.30%	64.30%	63.00%	85.00%
内容创作能力(专业层)	80.00%	37.30%	54.80%	17.50%
营销策划能力(专业层)	53.30%	88.50%	80.80%	50.00%
沟通协作能力(通过层)	86.70%	81.30%	74.00%	90.00%

各岗位群均呈现“专业能力+AI工具+综合素养”的复合化特征:AIGC岗AI工具覆盖率达100%且侧重创意产出,智能投放岗与GEO岗均高度依赖数据分析与策略能力,数据运营岗则以数据分析和沟通协作为核心。整体验证了人机协同已成为数字营销岗位的普遍能力要求,为后续课程模块的差异化设置提供了实证支撑。

三、基于胜任力图谱的数字营销微专业课程动态调整框架

岗位胜任力图谱是连接产业需求与课程体系的核心枢纽。新质生产力驱动下的微专业课程改革,核心是构建以胜任力图谱为锚点的动态调整框架,打破传统课程静态固化的建设模式,实现人才培养与产业岗位需求的同频迭代。

(一)动态调整的核心逻辑

基于岗位胜任力图谱的微专业课程动态调整,本质是建立“产业需求—能力迭代—课程适配”的双向传导闭环,核心逻辑体现为三层。

一是锚点逻辑:以岗位胜任力图谱为唯一核心标尺,所有课程调整均围绕能力要素的增减、权重变化展开,避免盲目跟风技术热点的形式化改革,确保调整始终贴合岗位真实用人需求。二是弹性逻辑:依托微专业“小、快、灵”的形态优势,摒弃传统专业整体重构的调整模式,采用分层分级模块化设计,对不同属性的能力模块设置差异化调整周期,兼顾培养体系的稳定性与技术适配的灵活性。三是闭环逻辑:形成“新质生产力变革→岗位胜任力结构迭代→能力图谱更新→课程模块精准替换→教学效果反馈→图谱二次优化”的完整链路,课程调整是伴随产业升级持续循环的动态过程,最终实现人才供给与岗位需求的长期精准适配。

(二)对接胜任力图谱的模块化课程体系

对照“通用素养层—专业核心层—AI赋能层—创新复合层”四级胜任力图谱,构建分层分类的模块化课程体系,不同层级模块对应不同调整频率与颗粒度,是动态调整落地的载体基础。

一是通用素养固化模块,对应通用素养层能力,设置新质生产力与营销基础、数字职业素养等模块,聚焦AI合规、信息安全、持续学习等底层素养,内容整体稳定,每年结合行业新规微调。二是专业核心稳定模块,对应专业核心层能力,设置数字营销工具、消费者行为分析、数字营销数据逻辑等核心模块,承载专业底层理论与方法论,是AI无法替代的专业底色,每年做体系化优化。三是AI赋能迭代模块,对应AI赋能层能力,是动态调整的核心板块。根据本次数据显示AIGC工具、智能投放算法等技术类能力迭代最快,且不同岗位的技术要求差异显著(AIGC岗AI工具覆盖率100%,数据运营岗仅7.5%),必须采用精准模块化设计以实现精准适配。四是创新复合动态项目模块,对应创新复合层能力,以企业真实项目、行业新兴场景为载体,设置AI营销全链路实训、GEO实战等项目化模块,每学期更新项目主题、任务情境与实训场景,强化综合应用与创新能力。

(三)周期性闭环的动态调整运行机制

建立“半年采集、年度迭代、学期落地”的常态化运行机制,核心依托Python技术每半年定向采集BOSS直聘、前程无忧等主流平台的数字营销岗位数据,抓取岗位职责、任职要求、技能关键词等核心字段,通过编码分析梳理能力要素的增减与权重变化,同步结合企业一线骨干访谈完成胜任力图谱半年度更新,每年汇总形成《数字营销岗位能力发展报告》作为课程调整依据;在此基础上调整教材表述、课件教案、实训资源三个层级推进教学内容更新,课件与实训案例每学期同步迭代弥补教材改版滞后短板,并通过年度企业用人回访将能力缺口反向输入下一轮图谱优化,形成“产业需求—图谱更新—课程调整—效果验证”的完整闭环。

四、新质生产力驱动下专业改革落地策略

新质生产力驱动的数字营销微专业课程动态调整,需配套系统化改革策略,从内容、教学、师资、评价四维协同发力,保障岗位胜任力导向的培养目标落地。

(一)依托AI技术迭代更新

以技术发展为根本遵循,坚持“底层固化、中层夯实、顶层迭代”思路:稳固数字营销底层理论与核心方法论,筑牢专业根基;同步跟进生成式引擎优化、生成式大模型应用等前沿技术,依托课件讲义、任务情境、实训模块实现内容快速更新,破解课程内容滞后于产业的痛点。

(二)强化人机协同项目化育人

数据显示沟通协作能力在各岗位覆盖率均超74%,是跨岗位共性核心素养。打破传统讲授模式,将AI工具全流程嵌入课堂,引入企业真实AI营销项目为载体,教学重心从工具操作转向人机协同能力培养,引导学生掌握“AI辅助产出+人工策略优化”的岗位工作方法,在项目实操中锻炼问题解决与创新能力,延长学生岗位适应周期。

(三)打造“双师+AI素养”教学团队

建立教师企业实践常态化机制,定期赴AI营销企业跟岗更新技术认知;开展AI教学能力专项培训,提升教师对主流AI营销工具的掌握程度,确保能精准拆解AI项目逻辑、讲授工具岗位化应用方法[3];深化校企人员双向流动,邀请企业技术骨干担任兼职导师,充实产业师资力量。

(四)构建岗位适配导向的二元考核

建立“项目成果+过程素养”二元考核体系,将AI工具实操作为核心考核内容,引入企业真实项目评定环节,按岗位真实验收标准评价产出,重点考核岗位胜任力适配度、问题解决能力与持续学习潜力[4],评价维度全面对标胜任力图谱,实现考核标准与企业用人标准直接对接,以评价导向倒逼教学转型。

五、结论与展望

新质生产力驱动下数字营销岗位能力的快速迭代,对职业教育专业建设的响应速度与适配精度提出了更高要求。本文以岗位胜任力图谱为核心枢纽,基于前程无忧万余条招聘数据的扎根理论分析,系统论证了AI技术对数字营销岗位胜任力的替代、赋能与衍生三重效应,构建“通用素养—专业核心—AI赋能—创新复合”四级胜任力体系,在此基础上提出分层模块化课程架构与“半年采集、年度迭代、学期落地”的动态调整机制,并配套内容、教学、师资、评价四维改革策略,为数字营销微专业的弹性化建设提供了可落地的实践路径。

本研究仍存在一定局限,当前侧重框架体系构建,尚未结合具体教学场景开展长期实证追踪,动态调整的量化评估标准仍有待细化。后续研究将重点引入课程知识图谱,构建“岗位能力图谱—课程知识图谱”的双向映射机制,将岗位胜任力要素精准拆解为对应课程的知识点与技能点,实现能力要求与教学内容的精准对位;同时充分发挥微专业“小而精、灵活迭代”的特性,进一步压缩图谱更新与课程调整的响应周期,优化动态适配的运行效率,持续提升人才培养与产业岗位需求的匹配精度。

课题项目:湖北职业教育研究院2026年度职业教育政策研究课题“新质生产力背景下基于岗位胜任力的职业教育专业动态调整与课程改革策略研究课题”(编号:HBZJZK2626)研究成果;2025年湖北省教育规划重点课题“岗位能力图谱和学科知识图谱协同驱动的数字营销微专业建设路径研究项目”(编号:2025GA177)。

作者单位:黄冈科技职业学院