

基于知识图谱视角的《市场营销学》课堂教学改革研究

张正予

重庆移通学院 401520

【摘要】基于知识图谱视角的《市场营销学》课堂教学改革，作为创新教学方法的重要探索，其核心在于将案例式教学、知识图谱等方法融入专业课程，促进学生知识迁移和运用能力的强化。基于此，本文从分析知识图谱技术在课堂教学中的意义出发，提出调整课程学习目标、设计教学内容、安排课堂流程、改进考核方式以及增加实践环节的策略，旨在进一步提升课程的教学效果。

【关键词】知识图谱；市场营销学；课堂教学改革；案例式教学

Research on the Reform of Marketing Teaching from the Perspective of Knowledge Graph

Zhang Zhengyu

Chongqing Yitong College 401520

【Abstract】 The reform of marketing classroom teaching from the perspective of knowledge graphs, as an important exploration of innovative teaching methods, focuses on integrating case-based teaching and knowledge graph techniques into professional courses to enhance students' ability to transfer and apply knowledge. Based on this, this paper starts by analyzing the significance of knowledge graph technology in classroom teaching and proposes strategies such as adjusting course learning objectives, designing teaching content, arranging class procedures, improving assessment methods, and adding practical components, aiming to further improve the teaching effectiveness of the course.

【Key words】 knowledge map; marketing; classroom teaching reform; case teaching

引言：

《市场营销学》作为商科核心课程，其教学改革亟需突破传统模式下知识点教育与能力培养“两张皮”的结构性矛盾。引入知识图谱技术为解决这一难题提供创新路径，构建“理论-实践-价值”三维关联网络，能够系统整合市场营销专业知识体系与社会主义核心价值观教育要素。这种结构性变革不仅强化了专业知识的场景适配性，还在认知层面构建起商业伦理与社会责任的传导机制，为培养兼具专业素养和家国情怀的新商科人才奠定理论基础。

一、基于知识图谱开展《市场营销学》课堂教学的意义

《市场营销学》课程立足重庆移通学院“信息产业商学院”办学定位，紧密围绕“完满教育”的育人理念，依靠知识图谱与案例式教学的创新融合，为体育经济与管理专业学生的复合型发展搭建起立体化培养框架。知识图谱技术将原本分散的市场营销理论与思政元素系统整合，把“消费者需求分析”与“以人民为中心的发展思想”建立逻辑关联，促使专业知识自然承载价值导向。案例式教学则依靠动态更新的企业实践库，教师将“中国企业数字化转型”“国货品

牌崛起”等鲜活素材融入课堂，学生在分析这些措施时，能掌握专业技能，同时透过案例背景理解社会主义市场经济体制的独特优势。这种教学模式能帮助教师有效破解传统课堂中理论与实践脱节、专业与思政分离的难题，设计“以学为中心”让学生在真实商业场景的推演中，同步提升市场分析能力。在技术层面，知识图谱的语义网络功能可自动关联跨领域案例，引导学生构建起专业知识与社会责任的认知体系。课程改革中，教师构建的多元化评价体系，要注重考察学生在模拟营销策划中展现的法治观念，使制度自信、民族自豪感等抽象价值观转化为可评估的行为导向，真正实现知识传授、能力培养与价值塑造的三维统一。

二、基于知识图谱的案例式教学在《市场营销学》中的应用策略

1. 根据学校定位调整课程学习目标

教师在调整市场营销课程目标时，可借助知识图谱和实际案例相结合的方式，让学习重点更贴合学校培养实用人才的需求。知识图谱把课本里的市场分析方法和企业实战经验串联起来，如把“找准客户需求”这个知识点，对应到国产运动品牌利用设计国潮款式吸引年轻消费者的案例。在案例

教学中,教师可讲解学生熟悉的商业故事,让其在分析产品改良、主播带货等措施时,理解中国市场特有的消费文化。这种教学方式能把抽象的市场理论转化成看得见摸得着的实战经验,帮助学生学会制定营销方案,同时明白企业成功背后需要承担的社会责任。

具体实施时,教师需先整理课程核心内容,用树状图梳理知识脉络。例如,在品牌建设知识中,教师可在知识图谱左侧列出课本中的定位理论、视觉设计原则,右侧贴上华为手机如何在海外市场突出中国科技实力、白象方便面如何用残疾人用工政策赢得公众好感等实例。中间用不同颜色标记出这些案例中体现的文化自信、民生关怀等价值要素,形成立体知识体系。在课堂教学中,教师要选取近期热门商业事件,“某地农产品依靠直播打开销路”,带领学生分步骤拆解:第一步分析产品特点,对比同类商品的包装差异;第二步研究主播的话术设计,观察其如何结合地域文化讲故事;第三步追踪销售数据变化,讨论流量爆发后该怎样保障产品质量。课后实践任务,教师可设计情景模拟,“为家乡土特产设计推广计划”,要求学生考虑定价策略、销售渠道这些基础要素,同时评估方案对本地就业、传统手工艺传承的影响。通过这种贯穿始终的教学设计,学生在掌握市场调研、活动策划等硬技能的同时,能真正理解企业成功需要平衡经济效益与社会价值,形成符合思想政治的商业思维。

2.围绕学习目标设计教学内容

知识图谱与案例式教学的结合,为教师开展精准的教学内容设计提供方法论支撑。知识图谱依靠结构化知识网络,将零散的市场细分、消费行为等理论概念与国货崛起等时代命题建立可视化的关联路径,形成“知识点-应用场景-价值导向”的三维教学框架。案例式教学依托真实商业事件的情景还原,将抽象的品牌定位理论转化为可操作的市场策略分析,帮助学生理解理论落地时的文化适配性。二者的协同作用有效解决传统课堂中知识灌输与能力培养割裂的问题,引导学生在掌握市场调研方法的同时,建立起对中国市场特有规律的认知体系。

具体实施时,教师可使用思维导图工具梳理知识图谱。以“市场调研”模块为例,左侧列出口头访谈、问卷调查等传统方法,右侧链接具体应用场景:如国产家电品牌经过社区走访发现中老年用户对智能产品的特殊需求,进而开发语音遥控功能,形成立体知识图。在案例库建设中,采用“热点捕捉+行业深耕”模式,教师每日监测百度指数、微信指数,当某本土品牌(如某国产扫地机器人)因技术创新引发市场关注时,快速整理产品迭代路径、用户反馈数据及竞品对比分析表,制作成包含图文、视频的多维度案例包。课堂教学内容分阶段推进:在课前,教师使用班级群推送定制预习材料。针对缺乏实践经验的学生,提供社区便利店会员日

筹备清单、校园文创产品设计日志等实操文档;对基础较好的学生发放智能家居市场趋势报告、区域连锁品牌扩张策略等深度资料。在课中,教师采用案例拼图法,以某国产新能源汽车品牌为例,将市场进入策略拆解为竞品分析、渠道布局、用户教育等环节,学生分组还原决策链条并录制解说视频,教师同步展示知识网络中对应的理论支撑点。在课后,教师设置区域经济实践任务:在为家乡特色食品设计推广方案时,需包含产品包装改良草图(如结合非遗文化元素)、线上线下渠道规划图(社区团购+短视频引流),并附上对本地农户增收的可行性预估。在选用技术工具时,大众化平台可降低使用门槛。教师利用百度脑图构建可视化知识网络,学生点击“价格策略”节点即可展开某国产手机品牌如何通过阶梯定价抢占不同消费层级的案例详解。更新案例内容,教师要实时关注热点信息,对于需要深度解析的案例,要额外附上核心技术专利清单,帮助学生理解知识理论在复杂商业环境中的灵活应用。

3.结合教学内容安排课堂流程

基于知识图谱的案例式课堂流程,能够有效提升市场营销教学的系统性。教师将二者进行结合,重构传统课堂单向灌输的模式,利用交互式的教学设计,帮助学生在分析具体案例时,自然形成理论应用能力与市场洞察力的双重提升。这种教学模式精准对接应用型人才培养需求,强化知识吸收与实践转化的衔接效率。

具体实施时,教师可把课堂流程分三个阶段推进,形成“预习-互动-拓展”的完整闭环。在课前,教师使用学习通推送定制化主题预习包。在课堂教学中,教师采用案例互动法。以国产扫地机器人打开高端市场为例,将案例切割为技术研发、渠道布局、用户沟通三个模块。教师要把学生划分为不同小组:技术组分析产品专利数据与竞品对比表,渠道组绘制线上线下销售网点分布图,用户组整理电商平台好评关键词与差评改进建议。各组完成模块分析后,使用教室智能屏拼接完整决策链条:当技术组展示激光导航技术突破时,渠道组同步调取高端商场体验店选址数据,用户组补充社交媒体达人体验视频。教师利用知识图谱验证关联合理性。在课后拓展中,教师将任务聚焦真实商业场景的迁移应用,设计“城市新品牌孵化挑战”。教师对接本地创业园区,获取正处于市场测试阶段的新产品(如智能垃圾分类设备),要求学生为其制定首年推广计划。任务要求包含三维度内容:市场调研模块需走访3个典型社区,绘制垃圾分类痛点分布图;策略制定模块结合知识图谱中的环保政策节点,设计包含政府补贴申请、居民积分激励的推广机制;效果预判模块运用案例库中的同类产品数据,预估设备使用率。与此同时,学生利用课程专属小程序接入动态知识库,在此基础上,可调取北京、上海等地的成功案例数据包。

4.根据教学实施改进考核方式

基于知识图谱的案例式教学考核体系,能够有效破解传统评价方式与能力培养脱节的矛盾。二者的协同作用使教师的考核转向对学生理论迁移能力、商业伦理判断力的综合评价,这种转变与“通专业、善管理”的人才培养目标形成深度呼应,确保评价结果真实反映其解决复杂市场问题的综合素质。

具体实施时,构建考核体系需采用“三阶九维”模型,贯穿课前、课中、课后全流程。课前诊断环节,教师依托知识图谱生成个性化测评问卷,例如针对“市场定位”知识点,推送某国产空调品牌高端化转型案例的选择题组,选项包含核心技术突破、体验店场景设计等决策维度,系统自动分析学生初始认知盲区。课中考核,教师设置案例决策沙盘,选取正处于热点的商业事件(如某老字号食品品牌联名非遗IP引发断货),要求学生在课内完成三轮决策:第一轮使用知识图谱调取“文化营销”关联理论,制定品牌联名策略;第二轮分析实时销售数据波动图,调整产能分配方案;第三轮针对社交媒体出现的过度包装质疑,撰写危机公关声明。每轮决策由智能系统评估理论应用完整度、策略创新性、合规性三个指标,实时生成雷达图。课后实践考核,教师采用“双轨追踪制”:主轨任务对接本地企业真实需求,例如为社区超市设计中老年促销活动,要求学生提交包含适老化产品组合方案(字体放大标签、语音导购提示)、传播渠道规划图(社区公告栏+子女微信群图文模板)、效果评估表(预计带动银发用户复购率)的完整方案。辅轨任务利用课程小程序采集学习行为数据,为后期评价提供理论基础。相关企业导师利用虚拟仿真平台参与评价,确保学生的方案符合实际要求。

5.增加实践环节提升应用能力

教师依靠知识图谱可构建“理论-场景-价值”的关联网络,与现实命题动态连接,形成可迁移的能力培养坐标。案例式教学则为学生提供近似真实的决策环境。二者的协同作用引导学生能自然调用理论知识库,同步提升市场洞察、策

略制定能力,这种教学模式与复合型人才培养要求形成深度契合。

具体实施时,教师要将实践体系覆盖从认知验证到实战输出的完整链条。基础训练中搭建虚拟商业实验室,接入知识图谱动态案例库。学生在仿真系统中操作项目时,系统可自动推送关联资源包。进阶实操中对接本地商会资源,加深入对实际经济活动的认知。企业实战环节,可引入“双师指导”机制,教师与企业导师共同发布项目。以某国产智能家居品牌新品上市为例,学生分组承接不同模块:市场调研组需完成3个社区以上的家庭需求访谈,使用知识图谱中的用户画像工具生成数据看板;渠道组根据案例库中“家电下乡”历史数据,设计县城体验店布局方案,需标注每个网点与物流中转站的距离参数;传播组结合时事热点,制作短视频脚本,并且不能违反《中华人民共和国广告法》。项目推进中设置3次节点评审:初期方案审核知识图谱关联完整度,中期检查策略调整依据是否匹配案例库规律,终期答辩由企业市场总监现场评估投产可行性。除此之外,学生在实践任务中的决策数据要实时上传系统,以便后期可实时观察其在实践中的行为,形成“实践-反馈-优化”的提升通道。

三、结束语

综上所述,教师将知识图谱与案例式教学深度融合,构建具有中国特色的《市场营销学》教学新范式。知识图谱技术以其动态关联性,可整合市场营销理论框架与社会主义核心价值观。案例式教学则依托实时更新的企业实战数据,有效破解传统课堂中知识传授与能力培养之间的割裂。展望未来,教师可聚焦开发适配教学需求的轻量化知识图谱工具,降低技术应用门槛,推动商科教育向能力本位转型,为新时代培养商业人才注入持续创新动力。

参考文献

- [1]陈艺元.基于学生职业能力培养的中职市场营销教学策略[J].学周刊,2025,(09):16-18.
- [2]庄思程.基于任务驱动法的中职市场营销教学模式[J].学周刊,2025,(08):19-21.
- [3]时文龙,刘茂玲.知识图谱视角下我国职业教育数字化转型研究可视化探微[J].重庆电子工程职业学院学报,2024,33(06):62-71.
- [4]杨凤英,卢春,陈云亮,等.知识图谱视角下民办本科教师队伍的研究现状和趋势分析[J].科技资讯,2024,22(24):247-251+256.

作者简介:张正予(1994-11)男,汉族,重庆移通学院大健康管理学院,重庆大渡口人,硕士,助教,研究方向:体育市场营销、体育产业发展。

课题项目:本次课题项目为“重庆移通学院2024-2025学年课堂教学改革试点课程项目”