

人工智能赋能“国际市场营销”课程教学的实践路径

李红英 鲁东楠

四川轻化工大学经济学院，自贡

摘要 | 随着生成式人工智能技术的快速发展，高等教育正面临从知识传授向认知建构转型的深刻变革。对于“国际市场营销”等兼具理论深度与实战情境的商科课程而言，AI不仅是技术工具，更是重塑师生关系与知识生产方式的基础要素。本文基于教学设计理论与情境学习理论，系统分析了AI赋能该课程的可能性与必要性，从学情诊断、情境构建、多模态智能伴学与人机协同评价四个维度，构建具体的教学实施路径，并对其潜在的技术理性过度干预与思维惰性风险进行了审视。研究揭示AI与课程融合的核心并非替代传统的思维训练，而是通过人机协同模式，在海量的商业信息中重塑学生的洞察力、跨文化决策韧性和价值观。

关键词 | 人工智能；国际市场营销；教学改革；人机协同

Copyright © 2026 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 引言

在数字经济与全球化深度融合的时代背景下，“国际市场营销”作为工商管理类专业的核心课程，其知识体系正面临着解构与重组。传统的教学模式通常侧重经典理论的单向讲授，容易导致学生参与度低、价值认同感弱^[1]。这种基于静态知识图谱开展的教学，难以应对当下国际市场中社交媒体传播、大数据用户画像、地缘政治风险等变化带来的冲击。当前的商业环境要求课堂教学不仅输送成熟的概念，更要培养学生面对诸多不确定性的敏感感知与分析能力，并最终实现价值赋能与立德树人的根本任务。

近年来，以生成式大语言模型为代表的人工智能技术取得了突破性进展，其强大的自然语言理解、逻辑推理与多模态内容生成能力，开始对高等教育产生深远影响^[2]。2026年，教育部召开国家教育数字化战略行动2026年部署会，强调“要用好人工智能这一关键变量，以‘人工智能+教育’为抓手，推动人工智能融入教育全要素、全过程、全场景，奋力开创国家教育数字化战略行动2.0新格局”。在此背景下，一线教师不断拓展人工智能应用的学科领域，包括工商管理类课程^[3, 4]、生命科学类^[5-7]、医学类^[8, 9]、计算机类^[10, 11]、工程类^[12-15]、基础科学类^[16, 17]、外语类^[18]及课程思政教学^[1, 6, 8, 17, 18]。

基金项目：四川大学生思想政治教育研究中心资助项目（CSZ2025054）；四川轻化工大学教学改革项目（JG-24030、JG-25025）；“课程思政”示范课程（2024KCSZ-KC07）。

作者简介：李红英（1984-），女，副教授，博士，研究方向：产业经济、课程思政教学研究；鲁东楠（2003-），女，硕士研究生，研究方向：产业经济。

文章引用：李红英，鲁东楠. 人工智能赋能“国际市场营销”课程教学的实践路径[J]. 教育研讨, 2026, 8(7): 829-833.

<https://doi.org/10.35534/es.0807145>

“国际市场营销”课程具有显著的情境依赖性、隐性知识密集性和跨文化交际性,这使得AI融入该课程既具备了独特的适配性,也暗藏着存在教学过程被技术简单化处理的风险。如何在保障学生独立战略思维的前提下,通过AI的深度嵌入,将课程教学从扁平化的知识记忆提升为多维度的商业直觉训练,并自然融入思政要素,成为本文的研究出发点。

2 AI 赋能“国际市场营销”课程的逻辑机理

要理解AI为何能深度融入“国际市场营销”课程,首先需要审视其在传统教学场景中遭遇的矛盾。这些矛盾并非单纯源于教学方法的滞后性,而是课程自身的知识特性与有限的课堂时空共同形成。此外,立德树人作为教育的根本任务,教师在传授知识的同时,承担着塑造学生价值观的使命,这也为AI赋能课程思政提供了内在驱动力。

2.1 传统教学范式的局限性

“国际市场营销”教学长期面临着三重难以妥善解决的困境。

首先是真实商业情境与学生实操经验缺失^[3]。该课程涉及的跨文化定价、全球分销渠道搭建、多国促销策略等核心议题,本质上是高度语境化的实践智慧。然而,大部分学生缺乏真实的海外商业经历,对于东道国法律环境的严苛、文化禁忌的隐秘冲击及汇兑风险的真实痛感,往往仅存留在书本描述的浅层认知。当教师在课堂上讲授文化维度相关理论时,学生能够记住专业术语的定义,却很难在脑海中建立商业环境不断变化的生动图景。这种理论与经验的断裂,使得知识传递被符号化,难以引导学生主动思考国家形象、文化软实力等思政内容。

其次是案例教学的单向性与素材滞后性。案例的本质是有目的的叙事载体^[3],被视为连接理论与实践的桥梁,但传统教材中的案例往往经过过度裁剪,滤去了真实决策的多变因素。一个关于跨国品牌失败的经典案例,学生分析时依赖的信息是确定、已完成闭环的,这与现实中面对海量矛盾信息进行动态推演的场景截然不同。更为关键的是,市场营销环境的迭代速度远快于教材修订出版周期,当教师在课堂上剖析数年前的市场进入策略时,真实商业世界中的算法推荐机制、直播带货生态或元宇宙营销模式早已迭代。这种滞后使得教学在某种程度上成了对商业历史的复盘,而非对未来竞争力的打造,也忽视了案例背后蕴含的伦理困境与价值抉择,错失了优质思政教学载体。

最后是个性化教学反馈供给不足^[9]。国际市场营销问题的答案通常具有高度开放性,如一份关于中东市场推广方案的策划,可能涉及宗教敏感性、女性消费者话

语权演变、社交媒体渗透率等多重要素。在传统的合班授课体制下,教师难以对数十份甚至上百份策划案进行逐一、深度、即时性的批注与点拨。学生得到的反馈通常是最终的分数或简短的评语,无法精准定位自身在逻辑链路或文化推演中的疏漏。这种粗略的评价机制,难以支持学生向深层次商业思维进阶。

2.2 人工智能嵌入的潜在价值与伦理防线

基于上述三重教学局限,AI技术融入课堂显示出其不可替代的必要性与潜在价值。这种价值并非指向对教师职能的取代,而是在于人机交互关系的重组,也为课程思政的融入开辟出新空间。

首先,AI能够构建高还原度的全息商业情境。借助大规模语言模型的生成能力,教学场景不再局限于静态的文本描述,而是动态演化的模拟市场环境^[3]。在这个模拟环境中,学生可扮演跨国公司的市场负责人,AI则充当消费者、竞争对手、政府监管者乃至各类危机事件。这种多角色互动模式极大地延展了课堂的认知边界,使学生在安全的试错环境中体验国际市场的高度复杂性。而且,教师可以在情境中融入思政教学点。例如,虚拟市场出现地缘摩擦时,AI驱动的虚拟角色可以引导学生思考国际经贸规则中的公平正义。这种情境化、沉浸式的思政融入,比单纯的理论讲授更能促成学生形成稳定的价值认同。

其次,AI能够实现细致的过程性评价。在传统的作业批改中,教师往往看到的是学生思考加工后的最终呈现,难以窥见其思维过程的曲折。而在课堂授授权范围内,AI可以全程记录学生在模拟决策中的每一步操作,分析其逻辑跳跃的误区。以价格策略的制定为例,学生若错误地将渗透定价应用于高端奢侈品的虚拟市场,AI助手可以立即指出方案与品牌定位存在的冲突,并回溯性地展示其错失了哪些关键市场信息。这种即时且详尽的过程性评价,可弥补因教师精力有限造成的反馈延迟与宽泛性问题,将评价从终结性判断转变为过程式诊断。

AI与课程教学的融合存在着不可突破的伦理防线。作为技术工具,AI本质上是通过拟合海量过往数据进行概率性预测,生成的最佳方案很可能是统计学上的均值解或最频繁解。在市场营销领域,标准化策略框架具有一定的参考价值,但真正突破性的商业洞察往往源自突破常规思维、对文化特征的敏锐感知,甚至是某种脱离数据惯性的灵感闪现。如果学生过度依赖AI生成的标准化营销报告,就可能陷入技术理性的桎梏,逐渐丧失提出异质性假设的勇气与能力。因此,探讨AI赋能的路径,不能误入纯粹算法崇拜的歧途,必须始终将技术置于人文思辨下,确保AI赋能教学后能够激发学生的创造力与价值判断力,真正服务于立德树人的教育任务。

3 AI 赋能“国际市场营销”课程的具体路径

AI赋能“国际市场营销”课程，应是贯穿课前、课中、课后的连续性教学设计，核心目的在于重构学生的认知，使学习回归到解决真实商业问题上，让育人重点实现从“重学知识”向“强能力”转变^[2]。这一路径的构建，遵循从学情识别到情境迁移，再到认知外化与价值重塑的递进逻辑。

3.1 智能化学情诊断

教学的高质量起点在于对个体认知状态的精准把握和对学价值观的感知。在课程启动之初及每个教学模块的衔接处，传统教学常依赖课前测验完成，难以捕捉学生在跨文化敏感度、商业逻辑严密性、信息检索能力等方面的隐性差异，更难及时掌握学生在国家认同、文化自信、法治意识等方面的认知基础。AI的嵌入，可以通过自然语言交互进行非干扰式的认知探测。教师可以设置开放性前置任务，要求学生就某个他国消费市场提出初步的进入构想。学生在与AI对话窗口进行文字阐述时，其提问的深度、关键信息检索的全面性及逻辑推理的严密程度，都能被系统即时采集并生成学情图谱。同时，AI可以通过语义分析，识别学生话语中隐含的价值倾向。整个系统不是简单地将学生划归为好、中、差等级，而是通过分析其话语特征，识别出该学生是缺乏数据敏感度，还是受困于跨文化定势思维，或是在价值立场上存在模糊地带。

基于动态更新的学情诊断报告，教师能够实现真正意义上的分层教学。对于缺乏宏观视野的学生，AI将推送地缘政治风险分析范文，引导其在开展市场细分前先理解宏观环境的制约；对于逻辑推理严谨但创新意识稍弱的学生，可推荐一些经典案例，激发其突破惯性思维；针对价值认知存在偏差的学生，可以借助AI设置针对性思政引导情境，帮助其建立正确的国家利益观与全球责任观。这种精准的资源与路径适配，能够有效避免传统班级授课制下中等生被忽视、优等生被拖累、后进生被遗忘的马太效应。更为重要的是，这种学情诊断并非一次性，而是伴随整个学期动态调适，随着学生在AI辅助下不断完成小任务，系统的认知模型会逐步修正，教学干预也更加贴合学生的实际学习能力，使得因材施教从传统的教育理想转化为可落地的日常实践。

3.2 生成式情境构建

“国际市场营销”中大量存在的隐性知识，如对商业时机的感知、对文化符号的解读，无法通过传统的命题方式完成传递，学生需要在具体的行动中领悟。这就决定了课堂教学的中心环节应当从概念辨析转向决策推演。AI可以同时承担场景运营方与竞争对手的双重角色。教师可以根据教学进度，调用或微调AI内置的商业

情境剧本。例如，在讲述国际市场产品标准化与适应性策略时，课堂教学不再是枯燥地罗列优缺点，而是进入实时模拟场景。学生团队需要决定如何将产品推向某个选定的目标市场。此时AI驱动的虚拟董事会不断抛出问题：当地代理商提出产品外观的修改建议，是否接受；竞争对手突然发起价格战，是跟进降价还是加强服务；本地宗教节日临近，是否需要调整广告素材。

在上述过程中，AI并非机械地回答是或否，而是通过扮演持不同立场的利益相关者，向学生抛出多维度的问题。这种角色扮演式的博弈，推动学生综合运用跨文化沟通、财务测算、品牌管理等碎片化知识，形成为解决具体问题而生的实践智慧。此外，教师可以在情境中预设若干思政触发点，当学生面临是否为了迎合当地市场而放弃原有品牌文化内核的抉择时，AI驱动的消费群体可能表现出对文化真实性的期待或对我国本土品牌的尊重，这便为教师引导学生思考文化自信与市场本土化的平衡关系提供了契机。

生成式AI的接入，每一轮的决策结果都是非线性、不可预知的，这突破了传统案例教学中的决定论束缚，让学生真切体验到商业环境的复杂与蝴蝶效应。当学生错误地判断了本地关键意见领袖（KOL）的舆论影响力而陷入品牌危机时，产生的认知烙印远比记忆数十条危机公关原则深刻。此时，如果教师能引导学生从品牌形象甚至国家形象的角度反思危机的深层原因，那么学生能在实践的过程中收获一份价值认同。这种身临其境的反思，将静态的知识构件转化为了动态的决策本能，正是国际营销人才必备的核心素养。

3.3 多模态智能伴学

国际市场营销与本土营销的一个核心区别，是由语言隔阂、文化习俗、法律法规与消费审美构成的复杂立体环境矩阵。要突破文化障碍，仅靠文字资料的阅读效率极低。多模态AI的应用，为这种跨文化训练提供了立体化感知通道，为课程思政中培养学生“讲好中国故事”的能力培养提供了新载体。例如，在广告推广环节，教师可要求学生运用AI工具为国内某品牌设计面向“一带一路”沿线国家的广告方案，并要求在视觉符号中自然融入中华优秀传统文化元素。AI可以分析不同目标市场对东方文化符号的接受度，学生则需要权衡文化传播的真实性与文化适应的有效性。这种训练既锻炼了学生的跨文化营销能力，也深化了其文化自信的理解。

此外，AI伴学功能能深入到交互式的情景对话训练中。在模拟与中东客户商务谈判场景时，AI可以根据目标市场的文化特征，生成具有特定文化隐喻的沟通脚本与虚拟人物。学生在与虚拟客户沟通的过程中，需要谨慎处理对方的宗教禁忌、面子文化与时间观念。这种非正式场合下的文化浸润与行为训练，填补了课堂教学以外的独学空白，将跨文化敏感度的培养从知识灌输转

变为长期行为习惯的重塑。学生在进入真实的国际市场前,就预先形成了对异质文化细节的识别与应对思维,这种文化感知力是衡量国际市场营销人才核心竞争力的重要标准。

3.4 人机协同评价机制

AI深度嵌入突破了传统单一维度、以分数为主的评价机制,为实现学生综合素质的多维度评价提供了可能^[2]。教师面对的学生提交的营销方案,可能已深度经过AI的逻辑梳理与范式优化,很难区分出哪些是学生的原创思考,哪些是模型的无意识输出,哪些是学生真实的价值认同,哪些是对套话的机械复述。因此,评价方式必须实现从结果导向到全程育人的追踪^[1],从知识维度到价值维度的拓展。建立人机协同的双轨评估体系,有助于完善课程评价机制。AI负责追踪与量化学生在模拟经营中的客观绩效指标,如市场占有率、客户复购率等显性数据;教师负责质性评估,重点审阅学生的反思日志、战略复盘报告,以及在与AI辩论过程中暴露出的逻辑缺陷与价值认知误区。

这种评价机制的核心魅力在于,它将写作与思考的权利交还学生,将再思考能力作为考核的核心。教师不再仅是答案的“判官”,而是思维的“教练”和价值观的“引路人”。教师可以复盘学生的思考过程,在随后反馈中指出,学生在直觉上为何会被AI的显性数字方案吸引,却忽略了隐藏在数据表象下的消费者情感变化;部分学生为何在伦理选择中偏向功利主义,却没有深思“义利兼顾”的商业道德。这种基于思维底层的针对性干预,将评价环节升级为更有价值的二次教学契机,也成为课程思政的精准发力点。通过在评价中反复训练学生对AI输出内容的批判性审视,消解前文提到的技术理性过度干预风险,帮助学生确立技术服务于价值引领的正确认知,实现知识传授、能力培养与价值塑造的有机统一。

4 结论

本文立足数字经济与人工智能深度融合的时代背景,探讨了人工智能赋能“国际市场营销”课程教学的逻辑机理与具体路径。研究表明,传统教学面临情境缺位、案例滞后与反馈不足三重困境;AI嵌入通过构建高保真的商业情境、提供多模态伴学、实现过程性评价及人机协同评价,构建从认知检测到决策推演、从文化浸润到思维批判的完整闭环,为课程深度改革提供了可行方案。

然而,必须清醒地认识到在落实立德树人根本任务的前提下,教育的本质依然是人内在认知的启发,而非依靠机器完成标准化训练。AI赋能教学的核心价值在于激发学生的商业直觉与批判性思维。“国际市场营销”课程的育人目标,不仅是会利用AI工具制定方案的从业

者,而是具备全球视野、人文关怀和伦理底线,能够在变局中明确方向的复合型商业人才。当学生面对AI即时反馈结果时,如何保持审视的距离感;当AI轻易给出营销战略的最优解参考时,教师如何引导学生反思方案是否符合可持续发展理念,是否尊重了异国底层民众的真实生活,这些关于商业道德、人文价值的追问,仍应是数智化教学改革必须坚守的底线。

参考文献

- [1] 李丹丹. 数智化赋能高校思政课程逻辑理路与现实困境[J]. 产业与科技论坛, 2025, 24(19): 149-151.
- [2] 王繁, 刘永强, 周天华. 人工智能引领高等教育数字化创新发展[J]. 中国高等教育, 2024(Z1): 9-12.
- [3] 莫梦雅. 生成式AI赋能的互动叙事案例教学在国际市场营销课程中的实践[J]. 对外经贸, 2026(5): 151-154, 160.
- [4] 蒙铭友, 龚浩天, 刘会民. AI赋能数字供应链管理课程教学改革探索[J]. 西部素质教育, 2026, 12(11): 126-130.
- [5] 刘乐乐, 杜宁, 刘红, 等. AI赋能的生命科学通识实践课程创新实践——以“趣味生物学实验”课程为例[J]. 高校生物学教学研究(电子版), 2025, 15(2): 8-12.
- [6] 石伟业, 郭学玲, 付育, 等. 数智赋能生物学专业课程思政建设路径探析——以《免疫学》为例[J]. 中国生物化学与分子生物学报, 2025, 41(6): 914-923.
- [7] 张婷婷, 马磊. AI赋能遗传学课程教学新路径[J]. 西部素质教育, 2025, 11(17): 14-18.
- [8] 吕叶辉, 李志宏, 杨智昉. 数智技术赋能人体解剖学课程思政建设的路径探索[J]. 中国医学教育技术, 2025, 39(4): 479-483.
- [9] 何淑英, 陈科全, 彭亮. AI赋能的消化系统疾病课程设计与学习成效评估[J]. 现代消化及介入诊疗, 2025, 30(12): 1322-1325.
- [10] 叶英豪. AI赋能信息处理类课程: 理论与实践的深度融合探究[J]. 高等理科教育, 2025(5): 44-51.
- [11] 李树一, 陈玺羽, 王兵书, 等. 数智赋能下的课程思政教学探索——以智能信息处理综合实践课程为例[J]. 计算机教育, 2026(4): 137-141.
- [12] 李文德, 闫浩文, 刘涛, 等. 面向测绘类专业的数据结构与算法课程AI赋能改革研究[J]. 测绘通报, 2026(S1): 269-272.
- [13] 聂涛, 徐瑞, 朱圣英. AI大模型赋能航天工程

- 专业课程思政建设[J]. 高教学刊, 2026, 12(11): 1-8.
- [14] 李子奇, 王子怡. AI赋能土木工程教育——以“工程经济学”课程为例[J]. 教育教学论坛, 2025(52): 147-150.
- [15] 吴昊, 吴志坚, 王盛年. AI赋能“工程地质”课程教学改革探索——以南京工业大学为例[J]. 科技风, 2025(29): 122-124.
- [16] 叶红勇, 陈玉洁, 杜佳, 等. AI赋能物理化学课程教学改革研究[J]. 河南化工, 2026, 43(5): 59-61.
- [17] 郭丽, 陈春霞, 唐中华, 等. 无机化学课程“思政引领-数智驱动-实践赋能”三位一体教学模式的构建路径[J]. 化学教育(中英文), 2025, 46(22): 49-57.
- [18] 吴铁军. 认知负荷视域下数智技术赋能英语课程思政教学探究[J]. 中学政治教学参考, 2025(24): 23-25.

The Practical Pathway of AI-Empowered Teaching in the Course of “International Marketing”

Li Hongying Lu Dongnan

School of Economics, Sichuan University of Science & Engineering, Zigong

Abstract: Against the backdrop of rapid advancements in generative artificial intelligence (AI) technologies, higher education is undergoing a profound transformation from knowledge transmission to cognitive construction. For practice-oriented business courses with strong theoretical underpinnings, such as “International Marketing”, AI functions not merely as a technical instrument but as a foundational driver that reshapes the teacher-student dynamic and the modality of knowledge production. Grounded in instructional design theory and situated learning theory, this paper systematically analyzes the feasibility and necessity of AI empowerment in this course. A concrete teaching implementation pathway is constructed from four dimensions: learner profiling, authentic scenario construction, multimodal intelligent companion learning, and human-machine collaborative assessment. Concurrently, this study undertakes a critical analysis of potential risks inherent in AI adoption, including the overreach of technical rationality and the emergence of intellectual inertia among learners. The study reveals that the essence of integrating AI into course lies not in replacing traditional thinking training, but in reshaping students’ business acumen, cross-cultural decision resilience, and value orientation amid vast business information through a human-machine collaborative model.

Key words: Artificial intelligence; International Marketing; Teaching reform; Human-machine collaboration