

# 从“会用”到“会判”：AI辅助下高职学生自主学习能力的三层递进培养——基于营销课程的教学实践探索

乐冰洁

(浙江国际海运职业技术学院, 浙江 舟山 316021)

**摘要:** 生成式人工智能快速普及在降低信息获取门槛的同时,也引发了学生过度依赖工具、批判性思维退化等问题。针对高职营销课程教学中学生直接复制 AI 输出、缺乏独立判断的现象,本文提出“会用 AI-会判 AI-会主导 AI”三层递进培养模式。该模式以布鲁姆认知分类法与 TPACK 框架为理论基础,将能力培养划分为工具操作、批判评价、主导应用三个层次,分别对应应用-分析评价-创造的认知发展阶段。在《营销技能应用》课程中,面向 43 名高职学生开展为期 16 周的教学实践,通过手绘波特五力分析图、BROKE 框架优化提示词、课堂反复质疑等策略,引导学生逐步从工具使用者转变为批判性评价者。教学实践表明,手绘作业能有效打破学生对 AI 的盲目依赖,BROKE 框架显著提升了提示词质量,课堂质疑培养了验证意识。本文揭示了 AI 辅助环境下能力培养的阶梯性特征,为高职教育在技术赋能与深度学习之间寻求平衡提供了可操作的实践路径。

**关键词:** 生成式人工智能; 自主学习能力; 三层递进模式; 高职营销教学

DOI: doi.org/10.70693/rwsk.v2i4.279

## 一、问题的提出

2022 年 11 月 ChatGPT 发布以来,生成式人工智能快速普及。截至 2025 年 6 月,我国生成式 AI 用户规模达 5.15 亿人,普及率为 36.5% (新华网, 2025)。这类工具能够根据自然语言指令快速生成文本、数据分析等内容,大幅降低了信息获取和内容生产的门槛。生成式人工智能被广泛应用于智能搜索、内容创作、办公助手等多种场景,其中利用生成式 AI 产品回答问题的用户最为广泛,达 80.9% (新华网, 2025)。

在教育领域,学生使用 AI 工具的现象日益普遍。李艳等(2024)的调研发现,超七成学生熟悉生成式人工智能,约 21.5% 的学生经常使用,71.76% 的学生偶尔使用。在科研活动、课程学习等典型使用场景中,68.1% 的学生使用生成式 AI 辅助完成课程作业。然而,工具的便捷性也暴露出令人担忧的问题。金云波等(2024)研究指出,不恰当使用生成式 AI 会导致学生过度依赖技术、元认知能力退化,甚至催生学术造假等问题。国际研究进一步证实了这一现象,过度依赖生成式 AI 工具会削弱学生的批判性思维、分析推理能力和独立决策能力 (Zhai 等, 2024)。

这一问题在高职教育中同样突出。高职教育以培养应用型技术技能人才为目标,其技能学习强调在真实情境中的实践性与默会性 (哈满林和吴一鸣, 2023)。在技能学习过程中,学生需要通过真实情境中的反复实践来内化隐性知识,而 AI 工具提供的标准化答案恰恰跳过了这一关键过程。王佑镁等 (2025) 指出,生成式 AI 的教育应用正引发去技能化危机,技术的过度替代削弱了学习者的核心能力。李清勇等 (2024) 在计算机实践教学研究中发现, AI 工具既可能成为辅助学习的“私教”,也可能沦为削弱独立思考的“枪手”。笔者在《营销技能应用》课程教学中观察到类似问题:学生能够运用波特五力、5W1H 等分析框架完成报告,但多个小组在分析竞争环境时使用了相同的行业数据和相似的表述,缺少对自身虚拟企业情境的具体分析。报告从框架到表述都呈现出 AI 生成的典型特征,学生的独立分析能力并未得到有效训练。上述现象暴露出一个深层矛盾:生成式 AI 提高了信息处理效率,却可能削弱学生在情境分析、判断决策等核心能力上的发展。对于以职业能力培养为核心的高职营销课程,这一矛盾尤为突出。如何在 AI 辅助环境下实现工具赋能与能力培养的协同发展,成为高职营销教学亟需探索的实践课题。

## 二、AI 辅助下自主学习能力的“三层递进”培养模式

**作者简介:** 乐冰洁(1987—),女,讲师,研究方向为文化研究、跨文化交际

**通讯作者:** 乐冰洁

### (一) 模式的理论基础

在为期 16 周的教学实践中,笔者持续观察记录学生在 AI 辅助下完成课程任务的表现,发现他们的能力发展呈现出明显的阶段性特征。学生最初表现为对 AI 的完全依赖,只要 AI 输出内容就直接复制。随着学习的深入,部分学生开始质疑 AI 判断的准确性,发现 AI 引用的数据已经过时或存在错误,或者分析框架与企业实际情况不符。在此基础上,学生进一步认识到需要验证 AI 生成的内容,但由于缺乏系统的方法指导,这种验证多停留在意识层面。这一发展轨迹促使笔者反思:学生在 AI 辅助下的能力培养,呈现出什么样的发展特征?基于这些观察,笔者在教学过程中不断反思和调整教学策略,逐步提炼出“三层递进”培养模式。第一层聚焦工具使用能力,让学生掌握 AI 工具的基本操作,能够用 AI 搜集行业信息、套用分析框架,生成营销分析报告的初步框架。第二层聚焦批判性思维培养,引导学生识别 AI 输出中可能存在的问题,包括数据时效性、情境适配性、分析深度等方面,培养学生主动优化提示词、质疑 AI 判断的意识和能力。第三层聚焦人机协作能力,鼓励学生建立以人为主导的工作模式,通过实地调研、消费者访谈、查阅行业报告与权威资料等方式验证 AI 方案,在 AI 提供的框架基础上形成更符合实际情况的营销方案。需要强调的是,这三个层次并非线性递进,而是螺旋上升的动态过程:学生可能在某些任务中达到第二层,但在新任务中又回到第一层;也可能在某一方面具备第三层能力,但在其他方面仍停留在第二层。

布鲁姆认知目标分类理论揭示了能力培养的层次规律,而 TPACK 框架则指明了技术融入教学的实施路径。将两者结合,恰好能够解释三层递进模式的内在逻辑。布鲁姆认知目标分类理论广泛应用于教育目标设定与教学设计(Sypré et al., 2025)。Anderson 和 Krathwohl(2001)对该理论进行了修订,将认知过程划分为记忆、理解、应用、分析、评价、创造六个层次,从低到高呈现出能力发展的阶梯。在 AI 辅助教学场景下,这一理论的价值在于帮助教师识别不同层次的能力要求。当学生仅停留在应用层次时,他们会用工具但缺乏判断力;只有引导学生进入分析-评价层次,才能培养批判性思维;而要达到创造层次,则需要学生能够修正优化 AI 方案,产出超越 AI 原始输出的创新性成果。这一认知层次的阶梯性特征,为三层递进模式的设计提供了理论依据:能力培养不能跨越式发展,必须遵循从低到高的渐进规律。TPACK 框架则回答了技术如何融入教学。该框架强调,技术融入教学并非简单地将工具引入课堂,而是要求教师在技术知识(TK)、学科内容知识(CK)与教学法知识(PK)三个维度的交互中,形成一种复杂的、情境化的教学知识(Mishra 和 Koehler, 2006)。在 AI 辅助教学的情境下,TPACK 框架提醒教师:学生不仅要掌握 AI 工具的操作技能,更要理解 AI 工具的能力边界与局限性;不仅要学会使用工具完成任务,更要运用营销学科知识来评判工具输出的质量;最终要形成技术、学科、方法三者融合的综合能力。

因此,三层递进培养模式在认知发展和知识整合两个维度上可以对应布鲁姆认知分类法和 TPACK 框架(见图 1)。这种对应关系反映了高职学生 AI 素养培养的实际需要,学生既需要从会用工具到会判工具再到会主导工具的认知发展,也需要从单一技术操作到学科知识整合的能力提升。

培养层次	布鲁姆认知层次	TPACK知识维度
第一层(会用AI)	应用 (Apply)	TPK融合
第二层(会判AI)	分析-评价 (Analyze-Evaluate)	TCK整合
第三层(会主导AI)	创造 (Create)	完整TPACK整合

图 1 三层递进培养模式

第一层“会用 AI”培养学生的工具操作与应用能力。在认知层次上对应布鲁姆认知分类法中的应用(Apply)阶段,学生学会使用通义千问、文心一言等国产 AI 工具生成波特五力分析、消费者画像等营销报告。在教学实践中,学生以虚拟公司为载体完成营销计划书的制作, AI 在信息搜集、框架生成、内容初稿等环节发挥了重要作用。在知识维度上,这一层侧重 TPACK 框架中技术-教学法知识(TPK)的融合,学生掌握 AI 工具的操作方法和提示词优化技巧。第二层“会判 AI”培养学生的批判性评价能力。在认知层次上对应分析(Analyze)与评价(Evaluate)阶段,学生需要判断 AI 生成内容的准确性和适用性。在教学过程中,多名学生在课堂讨论中明确提出“AI 生成的东西需要确认真实性,不能直接用”的认知,这表明学生已经具备对 AI 输出进行批判性评价的意识。在知识维度上强调技术-内容知识(TCK)的整合,学生开始运用营销学知识评判 AI 生成内容的合理性。第三层“会主导 AI”培养学生的创新整合能力。Anderson 和 Krathwohl(2001)将创造(Create)层次定义为“将元素整合形成新的、连贯的

整体,或将元素重组为新的模式或结构”。在教学实践中,学生需要在 AI 辅助下完成营销方案的优化与创新。从学生提交的营销计划书来看,虽然初稿由 AI 生成,但学生对内容进行了修改和调整,这体现了学生开始尝试在人机协作中发挥主导作用——判断哪些 AI 建议可以采纳,哪些内容需要人工修正。在知识维度上要求达成完整的 TPACK 整合,学生需要综合运用技术能力、学科知识和问题解决策略。然而,受限于 16 周的教学时长和高职学生基础,“会主导 AI”的培养目前仍处于初步探索阶段。从学生作品来看,多数学生能够意识到 AI 输出需要核查,并进行了一定程度的修改,但在修正的系统性和深度上仍有提升空间。这一分层达标的现实情况既体现了三层递进模式的合理性,也为后续教学改进提供了方向。

## (二) 模式的教学实践

三层递进培养模式在《营销技能应用》课程中落地实施。教学对象为高职应用英语专业(商务方向)一年级学生 43 人,每周 2 学时,共计 16 周 32 课时。学生按自主意愿分为 9 个学习小组(每组 4-6 人),教学以虚拟企业营销计划制定为主线,各小组分别创建了健康食品、手机壳、美甲、盲盒、杯子等不同行业的虚拟企业。这一设计既规避了真实企业商业信息获取的现实困难与伦理风险,也为学生提供了可操作的实践载体。教学聚焦营销计划中的市场分析环节,具体涉及基于波特五力模型的行业竞争环境分析和基于 5W1H 框架的消费者行为分析。研究数据来源于教学过程的持续观察与记录,主要来自学生提交的营销计划报告、手绘分析图、课堂讨论记录、教学反思日志等材料,为观察学生能力发展轨迹提供了过程性证据。教学围绕工具使用、批判思维、主导应用三个层次递进展开。

### 1. 工具使用能力培养——学会用 AI 辅助市场分析

工具使用能力培养旨在让学生掌握 AI 辅助市场分析的基本方法,能够运用豆包、DeepSeek 等生成式 AI 工具快速完成信息搜集与框架分析任务。营销分析对高职学生构成双重挑战:其一,信息获取渠道不明,学生难以定位行业数据与竞争情报的有效来源;其二,分析框架掌握不足,波特五力、5W1H 等工具的内在逻辑理解不深。AI 工具的引入有效降低了这两个门槛。当学生向 AI 提出问题,工具可在数秒内返回结构化信息并自动套用分析框架。原本需要数天完成的资料搜集被压缩至十几分钟,抽象的分析模型变得可视化、可操作。教学过程分为三个环节。教师在课堂上以虚拟的校园奶茶店为例,现场演示如何运用 AI 搜集行业信息并整理至波特五力框架。学生随后在各自虚拟企业情境中运用 AI 工具完成分析任务,最终产出行业竞争环境分析报告。

从 9 组学生作品来看,学生初步具备了工具使用能力。所有小组均在规定时间内提交了行业竞争环境分析报告。从框架应用情况看,9 组报告均包含波特五力模型的完整分析,五个维度要素标注明确;从信息获取效率看,学生完成报告的平均时间约为 3-5 天。例如,创建“蜜雪冰壳”虚拟企业的手机壳小组运用 AI 快速定位了供应商类型(硅胶、TPU 原材料商)及其议价能力,识别出不同层次的竞争者(手机品牌商、电商平台低价壳等)并初步分析了各自的竞争策略;“秘盒奇遇”盲盒小组通过 AI 梳理出替代品来源(传统文具品牌的跨界竞争)并分析了替代威胁的强度。这些教学观察显示,AI 工具能够为高职学生快速搭建营销分析框架、定位行业信息来源提供有效支撑。

然而,成果背后暴露出过度依赖的深层问题。批阅报告发现,9 组报告中有 7 组的内容呈现非常明显的 AI 生成特征。首先是语言表达问题,多份报告出现“消费者市场是一切市场的基础、是起最终决定作用的市场”等教科书式的抽象表述,缺乏针对虚拟企业的具体分析。这类语言虽然正确,但更像是概念解释,而非针对自身企业的市场判断。其次是内容针对性不足。部分小组虽然引用了行业数据,但这些宏观信息与虚拟企业几乎没有实质关联。学生并未思考宏观市场规模对一家初创型虚拟企业意味着什么,只是将 AI 提供的行业概况机械地复制进报告。再次是缺乏验证意识。在消费者行为分析中,AI 给出的判断往往偏理想化。例如 AI 判断大学生购买手机壳时最看重设计美观度,学生未加辨析便写入报告。小组成员自己购买手机壳时,设计真的是首要因素吗?价格、防护性能是否也在考量之中?学生并未进行这样的追问。这种直接复制 AI 输出的处理方式,反映出学生对 AI 的过度依赖。工具使用能力培养虽然让学生做得出来,但若停留在此层次,学生只是把 AI 当作搜索引擎,不具备独立思考和判断能力。这一问题的发现推动了批判性思维培养的展开。

### 2. 批判性思维培养——学会判断 AI 输出质量

批判性思维培养的目标是引导学生逐步具备识别 AI 输出问题、判断内容准确性与适用性的意识和能力。针对过度依赖现象,教学设计了手绘作业、优化提示词和课堂质疑三个策略,其共同逻辑在于:放慢节奏以促进深度思考,展示对比以打破盲目信任,反复质疑以建立批判习惯。

手绘作业设计意在强迫学生放慢速度。在营销环境分析阶段布置了一项特殊作业:手绘波特五力分析图,要求结合 AI 输出与自身理解,禁止照抄。这一看似复古的教学方式,在 AI 时代反而展现出特殊价值。相比让 AI 直接生成图表,手绘过程迫使逐一思考每个要素的含义及其与企业的关联,这种具身化的认知过程是单纯阅读 AI 输出无法替代的。一周后收齐作业,对 9 组手绘作品进行了分析。从作品质量来看,学生绘制的分析图较为清晰,五力要素标注明确。有学生将虚拟企业置于中心,周围标注五力要素并填入具体内容;另有学生针对购买者议价能力标注讨价还价能力强、国内外品牌多且多样,针对替代品威胁标注健康问题、具体威胁能力。这些表述虽然语言朴素,但已开始超越 AI 生成的宏观套话,体现出对自身虚拟企业情境的思考。9 组作品中有 6 组

(约 67%) 的内容与 AI 输出存在明显差异。手绘作业的价值不在于绘画技能本身，而在于打破 AI 生成-复制粘贴的惯性操作，迫使学生在绘制过程中逐一理解每个要素的含义。

BROKE 框架教学旨在让学生理解提问方式对 AI 输出质量的影响。笔者在教学中借鉴了 BROKE 提示词框架 (陈颢鹏和李子菡, 2023)，该框架包含背景信息 (Background)、角色定位 (Role)、任务目标 (Objectives)、关键结果 (Key Results)、迭代优化 (Evolve) 五个要素。其核心逻辑在于：向 AI 提供的信息越具体、要求越明确，AI 的输出质量越高。在消费者行为分析课堂上，教师以校园奶茶店为例现场演示提示词优化效果。在学生课堂实践中，手机壳小组最初使用的提示词为“分析手机壳的消费者特点”，11 个字。AI 输出同样简单宏观，仅有年轻人追求个性化、保护手机等泛泛之谈。经 BROKE 框架指导，该小组将提示词优化为 249 字。优化后的完整提示词为：

**【背景信息】**我们是蜜雪冰壳手机壳公司，价格区间 10-30 元，主要客户是 18-25 岁大学生，产品特点是可定制图案。我们的竞争者包括官方品牌配件商和电商平台的低价供应商。

**【角色定位】**请你作为营销分析专家。

**【任务目标】**用 5W1H 框架分析我们的目标消费者购买行为。

**【关键结果】**WHO 部分细分出 3 类典型消费者，每类说明年龄、消费特征和营销建议；WHY 部分挖掘至少 3 个核心购买动机；WHAT、HOW、WHEN、WHERE 也要结合我们公司的实际情况具体分析。最后给出 3-5 条可执行的营销策略，要具体到渠道和方式，不要泛泛而谈。

**【迭代优化】**如果某个部分不够详细，我会追问。

优化后 AI 立即输出结构化分析，细分出颜值社交型（追求潮流图案，在社交平台晒图）、实用防护型（注重防摔功能，价格敏感）、个性定制型（愿意为专属设计付费）三类消费者画像，并针对每类给出具体营销建议，如针对颜值社交型建议在小红书、抖音投放种草内容、设置话题挑战等。为观察提示词优化效果，笔者参考自然语言生成质量评估标准 (Tian 等, 2024)，结合营销专业要求，从完整性、相关性、信息丰富度、实用性四个维度对比了优化前后的 AI 输出。完整性指内容覆盖任务要求的全面程度，相关性指内容与企业情境的契合度，信息丰富度指分析的深度与细节，实用性指建议的可操作性。优化后 AI 输出在四个维度均显著提升。课后有学生主动询问能否用 BROKE 重新优化自己的提示词。从后续收集的学生作业来看，使用 BROKE 框架后学生的提示词质量明显提升，学生开始理解：AI 并非权威答案，而是可优化的工具；提问的质量决定回答的质量。

表 1 BROKE 优化前后 AI 输出质量对比

评价维度	简单提示词输出特征	BROKE 优化后输出特征
完整性 (Adequacy)	<ul style="list-style-type: none"> <li>仅包含消费者需求（设计、价格、耐用性、手感）</li> <li>细分市场和消费趋势</li> <li>缺失具体购买行为分析</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完整覆盖 5W1H 全部维度</li> <li>3 类消费者画像</li> <li>4 个购买动机</li> <li>具体购买内容、渠道、时机、场所</li> <li>5 条可执行营销策略</li> </ul>
相关性 (Relevance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>通用行业分析</li> <li>包含与蜜雪冰壳无关的细分（技术爱好者、环保意识者、企业客户）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>紧密结合企业特征进行分析</li> <li>明确价格区间、目标客群年龄、产品核心特点等关键要素</li> </ul>
信息丰富度 (Informativeness)	<ul style="list-style-type: none"> <li>表层特征罗列：“追求个性化”“注重价格”“手机壳时尚化”等概括性描述</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>具体行为细节：“在社交平台晒图”“价格敏感”“愿意花更多钱打造独一无二的手机壳”“可以承载美好回忆和情感”等</li> </ul>
实用性 (Usability)	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业发展趋势性建议</li> <li>缺乏具体渠道、方式、时间等可操作要素</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>明确营销执行细节： 小红书种草（1-5 万粉丝校园 KOC 合作） 抖音直播（晚上和周末时段） 校园推广（食堂宿舍楼摆摊） 微信社群运营、IP 联名等</li> </ul>

课堂质疑策略旨在建立批判性思维习惯。在市场分析阶段，教学中反复向学生提出质疑性问题：AI 说你们的客户有这些特点，你们确定吗？你们自己买东西时，真的是这样吗？怎么知道 AI 说的对不对？学生反应呈现明显演变轨迹。初期，学生沉默或模糊回应。中期，学生开始回忆实际情况，有学生说好像不太对，我一般就买便宜的。后期，部分学生明确提出质疑，有学生在课堂讨论中表示 AI 不一定对，需要验证 AI 的内容是否正确。

然而,当追问那怎么验证呢时,学生普遍表示不知道具体方法。这一现象揭示了第二层与第三层之间的断层:学生意识到需要验证 AI,但缺乏验证的手段和能力。

通过三个策略的实施,学生从工具使用进阶到批判评价,批判性思维初步形成。从手绘作业质量、BROKE 使用效果、课堂讨论表现来看,绝大多数学生能够识别 AI 输出中的部分问题,具备优化提示词的意识。与往届学生相比,本届学生在课堂上的提问更具批判性,而非单纯询问操作方法。然而,这一能力的形成仍需持续强化。学生的质疑多停留在意识层面,缺乏系统的验证方法;优化提示词的能力尚不稳定,在新任务中容易退回到简单提问模式。新的问题出现:学生意识到需要验证 AI,却不知道如何验证。如何通过实践检验 AI 判断的准确性?这成为主导应用能力培养需要解决的核心问题。

### 3.主导应用能力探索——学会主导 AI 完成分析任务

第三层主导应用能力培养在本轮教学中面临更大挑战。这一层次旨在引导学生逐步形成以人为主导的工作模式,即通过实践验证 AI 判断、创造性修正 AI 方案,最终实现学生主导、AI 辅助的应用。理想状态下,学生应具备三种能力:识别 AI 输出中的问题(如数据过时、逻辑不通、脱离实际),通过调研验证 AI 判断,创造性地修正 AI 方案。

教学实践表明,这一层次培养在本轮教学中处于起步阶段,学生能力发展呈现明显分层。从 9 组最终提交的营销计划报告来看,虽然多数小组的内容仍呈现较强的 AI 生成特征,但学生在课堂讨论中已充分具备“需要验证 AI”的意识。例如,有学生在课堂讨论中明确提出“AI 生成的东西需要确认真实性,不能直接用”的观点,有学生在提问环节询问“怎么知道 AI 说的数据是真的”。这些表现说明,学生已经认识到 AI 输出并非绝对可靠,需要进行验证。然而,由于缺乏系统的验证方法和工具,这一认知尚未转化为实际的验证行动。在 32 课时的教学周期内,多数小组未能在最终报告中体现基于实践验证的个性化修正。

制约主导应用能力培养的主要因素有三个。首先,调研方法与 AI 验证未建立联结。虽然课程讲授了观察法、访谈法、问卷设计等市场调研方法,但学生未能将这些方法与验证 AI 输出建立起联系。当教师追问“如何验证 AI 说的对不对”时,个别学生能想到运用已学的调研方法去验证。这反映出学生的知识迁移能力不足,难以将课堂所学的调研工具应用于 AI 辅助学习的新情境。AI 工具的便捷性进一步强化了这一问题,当 AI 能在几分钟内生成看似完整的分析报告时,学生缺乏足够的动力去花费数天时间进行实地调研验证。其次,时间不足。32 课时的课程安排需完成营销环境分析、STP 战略、4P 组合策略等多个教学模块,难以为系统性的“AI 输出验证与修正”环节预留足够时间。虽然市场调研方法已在课程中讲授,但若要将其与 AI 验证深度整合,至少需要增加 3-4 课时:2 课时用于讲解“如何用调研验证 AI”的具体方法,1-2 课时用于指导学生完成调研并对比 AI 输出。此外,评价标准模糊。目前的营销计划报告评价标准中,未明确 AI 使用的考核要求,也缺乏主导应用能力的操作性评价指标。教师难以科学评价学生的修正质量,学生也不清楚达标要求。

针对上述制约因素,后续教学可从三方面改进。一是强化调研方法与 AI 生成内容验证的联结,在讲授市场调研工具时明确其验证 AI 输出的功能,通过案例演示如何用调研修正 AI 判断。二是优化时间安排,采用课内指导+课外执行的混合模式,可将实地调研作为课外任务,课内聚焦数据整理与 AI 输出对比。三是完善评价体系,将“基于调研的 AI 输出修正”纳入评价标准,从修正依据、修正合理性、修正深度三个维度进行评价。这些改进思路有待在下一轮教学中实施验证。

## 三、结语

本文基于高职营销课程教学实践,探索了 AI 辅助环境下学生自主学习能力的培养路径。16 周的教学观察显示,学生在 AI 辅助下的能力发展呈现从工具操作到批判评价再到主导应用的阶梯式特征。基于这一观察,笔者提出三层递进培养模式,并在《营销技能应用》课程中进行了初步尝试。教学实践中,笔者将布鲁姆认知分类法与 TPACK 框架相结合,作为理解学生能力发展的分析工具。教学观察发现,AI 工具确实降低了信息获取门槛,但也可能削弱学生的深度思考。如何在效率与思考之间寻找平衡点,引导学生在使用工具的过程中保持独立判断,是 AI 时代教育工作者需要持续面对的挑战。手绘作业、BROKE 框架、课堂追问等设计,不依赖额外投入,而是通过任务本身引导学生从使用 AI 转向评价 AI。这些策略可根据课程特点灵活调整,对面临类似困境的教师具有借鉴价值。同时,受 32 课时的课程容量限制,主导应用能力培养尚未充分展开,学生虽然意识到需要验证 AI 输出,但系统验证方法的培养仍需在后续教学中深化。虚拟企业作为教学载体,虽然规避了商业信息获取难题,但实践验证的深度受到一定限制。此外,本文的教学实践基于 43 名应用英语专业学生的单一班级,模式在其他专业和更大范围中的适用性尚待进一步探索。

当学生能在几分钟内获得看似完整的答案时,教师的价值在于引导学生质疑答案、验证答案、超越答案。这需要教师从知识传授者转变为思维训练者,从效率追求者转变为深度学习的守护者。这一转变对高职教育尤为重要,因为职业能力的核心不在于掌握某个工具,而在于面对技术变革时的适应力和判断力。三层递进模式只是这一转变的初步尝试,AI 辅助教学的完整图景仍有待更多教育工作者在实践中共同描绘。

## 参考文献

- [1] 新华网. 我国生成式人工智能用户规模达 5.15 亿人 [EB/OL]. (2025-10-20) [2026-01-05]. <http://www.news.cn/tech/20251020/c7c8f6c858c249e2bb69515f40eeab8b/c.html>.
- [2] 李艳, 许洁, 贾程媛, 等. 大学生生成式人工智能应用现状与思考——基于浙江大学的调查[J]. 开放教育研究, 2024, 30(01): 89-98.
- [3] 金云波, 龚盼盼, 包莹莹, 等. 强人工智能时代大学生自主学习能力发展面临的机遇与挑战——基于 ChatGPT 的审视[J]. 信阳师范学院学报(哲学社会科学版), 2024, 44(01): 105-111.
- [4] ZHAI C, WIBOWO S, LI L D. The effects of over-reliance on AI dialogue systems on students' cognitive abilities: a systematic review[J]. Smart Learning Environments, 2024, 11: 28. DOI: 10.1186/s40561-024-00316-7.
- [5] 哈满林, 吴一鸣. 新版专业目录推动下职业教育课程衔接的理论认知与实践路径[J]. 职教论坛, 2023, 38(08): 64-71.
- [6] 王佑镁, 王旦, 王海洁, 等. 生成式人工智能教育应用的“去技能化”危机与应对——基于反转型逆向思维分析框架[J]. 开放教育研究, 2025, 31(04): 97-108.
- [7] 李清勇, 耿阳李敖, 彭文娟, 等. “私教”还是“枪手”: 基于大模型的计算机实践教学探索[J]. 实验技术与管理, 2024, 41(05): 1-8.
- [8] SYPRÉ S, SOENENS B, VANSTEENKISTE M, et al. The effect of a teacher training based on Bloom's taxonomy on the need-based experiences, motivation, and engagement of cognitively gifted and typical students[J]. European Journal of Psychology of Education, 2025, 40: 47. DOI: 10.1007/s10212-025-00944-8.
- [9] ANDERSON L W, KRATHWOHL D R, AIRASIAN P W, et al. A taxonomy for learning, teaching, and assessing: a revision of Bloom's taxonomy of educational objectives, abridged edition[M]. New York: Pearson, 2001.
- [10] MISHRA P, KOEHLER M J. Technological pedagogical content knowledge: a framework for teacher knowledge[J]. Teachers College Record, 2006, 108(6): 1017-1054.
- [11] TIAN L, MA Z, ZHOU Y, et al. 生成式文本质量的自动评估方法综述 (A survey of automatic evaluation on the quality of generated text)[C]//Proceedings of the 23rd Chinese National Conference on Computational Linguistics (Volume 2: Frontier Forum). Taiyuan: Chinese Information Processing Society of China, 2024: 169-196.
- [12] 陈颢鹏, 李子菡. ChatGPT 进阶: 提示工程入门[M]. 北京: 北京大学出版社, 2023.

## From Tool Use to Critical Judgment: Developing Autonomous Learning in Vocational Marketing Education Through a Three-Tiered Model

LE Bingjie

(Zhejiang International Maritime College, Zhoushan, China)

**Abstract:** Generative AI has lowered barriers to information access, but educators face new challenges as students become overly dependent on these tools and show declining critical thinking abilities. Vocational marketing students frequently copy AI outputs without independent judgment. This paper presents a three-tiered model for developing student capabilities: mastering AI tools, evaluating AI outputs critically, and taking charge of AI collaboration. The model builds on Bloom's Taxonomy and the TPACK framework. It organizes learning into three progressive levels—tool operation, critical evaluation, and autonomous application—aligned with the cognitive stages of applying, analyzing-evaluating, and creating. A 16-week implementation involved 43 vocational students in a marketing skills course. Teaching strategies included hand-drawn Porter's Five Forces diagrams, instruction in the BROKE framework for writing better prompts, and repeated questioning in classroom discussions. Hand-drawing assignments broke students' uncritical trust in AI. The BROKE framework improved prompt quality noticeably. Classroom questioning raised awareness about verifying AI outputs. These teaching experiences reveal how students progress through distinct stages when learning with AI assistance, providing vocational educators with practical guidance for balancing technology use and deeper learning.

**Keywords:** generative artificial intelligence; autonomous learning; vocational education; marketing pedagogy