

4. 实验教学特色

（该虚拟仿真实验教学课程的实验设计、教学方法、评价体系等方面的特色，限 800 字以内）

（1）实验教学内容：前沿性+时代性，知识+能力

实验教学方案设计贯穿“以学生为中心”的理念。本实验通过 3D、VR 场景设计（实验室采用 VR 体验，远程采用 3D 体验），把营销教学中产品开发管理理论的“黑盒”内容显化出来，学生通过实验深入了解、掌握并能创造性运用新产品开发管理相关理论知识。实验融合前沿理论与技术，引领营销教学发展，引入营销新理论和跨学科内容，融合支持国货、壮大国货品牌等课程思政元素，有效提升学生综合能力、创新能力、专业素养及爱国情怀。

（2）实验教学方法：探究式+启发式+互动式+研讨式

拓展互动式、研究型、研讨式教学方法。本虚拟仿真实验具备强互动性，在 VR 环节中采用多维度、自由化、交互式的教学方法，学生可以个人设计、也可以以团队为单位设计一款产品。拓展多途径、多方案和设计性实验方法。实验提供多种实验途径：先观看场景维度产生创意再设计；直接带有创意设计和先看网红产品排名再设计，在产品运营阶段可以采取多种运营方案：经济型产品、性价比产品和高档产品。

（3）评价体系：课程思政+高仿真市场评价+专家评价+学生互评

实验会对学生的实验结果进行“课程思政+高仿真市场评价+专家评价+学生互评”四位一体的打分评价，力求实现“实验结果要可靠、实验评价要客观”的要求。通过对四大评价赋予不同的权重，综合评判学生实验结果，使实验成绩科学客观。

（4）对传统教学的延伸与拓展：产学研融合发展

以课程实验做主题，促进教学、科研和企业有效衔接，创造复合价值。产品开发管理是市场营销学教学的核心内容之一，也是学科研究的主要内容，同时也是企业面临的主要难题。本项目不仅可以用于实验教学，通过嫁接企业服装素材库也可为企业服装产品开发、市场测试提供技术支持，实验后台积累的数据可供师生进行体验营销、大数据等学术研究及创新创业实践。