

Д. В. Лузгарева,
учитель русского языка и литературы,
МАОУ «СОШ № 78», г. Кемерово
М. О. Коробкова
интернет-маркетолог

«Инстамания»

деловая игра

Работа представлена на областной конкурс «ПРОФОриентир-2019»
(в авторской редакции)

Введение

Вопрос профессиональной ориентации в современном обществе стоит очень остро, поскольку зачастую школьники, даже в 9 классе, не уверены, что знают, с какой профессией хотят связать свою жизнь.

Прежде всего, это вызвано с тем, что они не уверены в своих способностях и талантах, которыми обладают, во-вторых, отсутствие возможности погрузиться в мир профессий, попробовать и понять, что же их ждет.

Основной интерес для современных подростков представляют социальные сети, и нельзя оставаться в стороне, а стоит обратить внимание на них и использовать как средство обучения, как платформу, на основе которой можно создать интересные разработки.

Формой мероприятия выбрана игра, поскольку игра - наряду с другими деятельностными способами познания является весьма эффективным методом обучения, ведь участники вовлечены в процесс, у них есть мотивация: победить и получить приз. Игра разработана с учетом интересов современных школьников: возросшим интересом к социальным сетям.

Игра представляет собой модель социальной сети, где можно создавать и развивать свой бизнес. Следовательно, поможет познакомиться с основными процессами и механизмами теоретического аспекта в игровой форме.

Цель мероприятия: информирование обучающихся об основных бизнес-процессах и функциональными обязанностями профессий.

Оборудование:

Аудитория вместимостью от 50 до 70 человек, столы и стулья на 10 команд. Экран и проектор. Игровое поле – 10 шт. Карточки (разработаны специально для игры). Бумага, ручки на команду. Приз для команды победителя.

Описание игры:

Участники делятся на 10 команд по 5-7 человек в команде (общее количество участников может меняться в зависимости от места проведения игры). Случайным образом каждой команде определяется сфера деятельности, в которой ребята будут развивать свой бизнес, а что именно команда будет продавать (товар/услуга), участники решают сами в процессе обсуждения.

Главная задача игры состоит в том, чтобы дети освоили базовые этапы развития бизнеса, которые могут быть применены не только в социальных сетях, но и в жизни, с помощью знаний маркетинга, которые в свою очередь адаптированы под игровые механики для детей в возрасте от 14 (15) до 17 (18) лет.

Также попробовали на себе некоторые профессиональные роли, определив для себя интересна ли им данная область знаний или нет.

Этапы игры:

1 этап: Создание бизнес-идеи

Целеполагание. На данном этапе участникам игры предлагается сформулировать идеи и поставить главные цели и задачи развития своего бизнеса. На данном этапе ученики должны выбрать, какой именно товар или услугу от своего предприятия они будут продавать, определить

целевую аудиторию, обозначить потребность данной аудитории и какая заинтересованность может быть именно в этом товаре.

Бюджетирование. На данном этапе ученики работают с финансовой частью: определяют стоимость товара, закладывают бюджеты в развитие своего бизнеса, в продвижение (реклама), определяют себестоимость товара. Во время игры ребята работают с бумажными деньгами, разработанными специально для данной игры.

Организационная структура. Здесь необходимо обсудить, кто какие функциональные обязанности будет исполнять. Можно предложить должности (директор, коммерческий директор, маркетолог, менеджер, креативный директор) распределить с помощью случая, но лучше предоставить сделать такой выбор ученикам, поскольку тогда мы предоставляем возможность примерить на себя данные роли и решить, подходят они нам или нет, а это очень важная особенность профессионального самоопределения.

Задание:

- 1) определить, какой именно товар//услугу будут продавать
- 2) определить, кто ваш покупатель (целевая аудитория)
- 3) распределение функциональных обязанностей
- 4) распределение бюджет на развитие бизнеса

2 этап: Брендинг

На данном этапе перед командами стоит задача придумать бренд: название, свой лозунг, фирменные цвета, оформленные соц. сети, логотип. Для работы предлагаются материалы (готовые шаблоны с логотипами, картинки для оформления странички социальной сети), но за командой остается право самим придумать и нарисовать логотип, придумать название и определить цветовые сочетания своей компании.

Задание:

- 1) придумать название – оно должно быть коротким, и самое главное одно должно звучать и легко запоминаться вашим клиентам.
- 2) придумать лозунг. Лозунг должен быть коротким и понятным, должен мотивировать, давать гарантию качества, должен вас выделять среди прочих конкурентов или просто он интересный и вызывает какую-либо

эмоцию у покупателей. Цель любого слогана – донести до потребителя сообщение бренда и запомниться.

3) придумать или выбрать из предложенных логотипов – визуальное представление бренда, а слоган – звуковое и текстовое. Оба формата призваны привлекать внимание потребителя, чтобы покупатель запомнил наш бизнес.

4) выбрать фирменные цвета компании, которые отражают вашу идею и привлекают внимание клиентов.

3 этап: Уникальное торговое предложение

Каждый бизнес и его товар должен решать какую-то проблему или закрывать потребность покупателя. Или по-другому любое предложение должно решать какую-то «боль» покупателя. Так вот, в бизнесе это называется уникальное торговое предложение, то есть в данном предложении должно содержаться – то, что мы предлагаем купить нашему покупателю и говорим в нашем предложении о тех потребностях и той выгоде, которые получит покупатель. Команды должны самостоятельно сформулировать уникальное торговое предложение для своих потребителей. Оформить страницу социальной сети.

Также на данном этапе участникам игры необходимо подготовить презентацию своего проекта и рассказать другим командам. Игроки сами выбирают представителя, который будет представлять интересы компании.

Задание:

- 1) придумать УТП
- 2) прописать в шапке профиля страницы это уникальное торговое предложение
- 3) оформить страничку своего бизнеса
- 4) выбрать представителя от команды для презентации своей компании
- 5) презентовать свой проект

После этого участникам дается время для того, чтобы поближе познакомиться с остальными проектами, сделать подписки и поставить лайки тем страницам, которые им понравились, кроме своего. (Для подписок и лайков заготовлены специальные карточки, которыми ребята обмениваются между собой).

4 Этап: Продажи

На данном этапе командам дается время для совершения покупок и приобретения товаров у своих конкурентов, важным условием является – все должны покупать у всех, кроме своей команды.

Задание:

- 1) пройтись по всем командам и совершить покупки тех товаров, которые понравились
- 2) следить за личным бюджетом
- 3) активизировать менеджеров по продажам, чтобы они активнее звали клиентов и продавали

5 этап: Разработка скидок и специальных предложений

Скидки увеличивают продажи, но не всегда, внимательно просчитайте ваши вложения и те суммы, которые вы можете заработать. Давайте рассмотрим скидки на примере

Задание: придумать и создать рекламное объявление или листовку и распространить среди других команд (творческое задание).

Для создания листовки необходимо затратить определенные ресурсы, поэтому ведущие предлагают командам купить у них материалы для того, чтобы создать свою листовку. (Продавать можно карандаши, листы А4, цветную бумагу, фломастеры, ножницы, клей и другие канцелярские товары).

После чего команды оценивают сделанные листовки и выставляют баллы другим командам.

Этап 6: Продвижение

Любой бизнес требует развития и продвижения, в том числе и в инстаграме. Ведь это отличная площадка для развития бизнеса и продажи. Но чтобы о вас узнали нужно предпринять меры по развитию и продумать качественную рекламу, сотрудничество с другими бизнесами, которые схожи с вами по тематике и с вашими потенциальными клиентами. На данном этапе командам предлагается попробовать рекламу у блогеров.

Блогеры выбираются случайным образом из числа участников, количество блогеров зависит от количества команд, но нужно, чтобы

блогеров было в 2 раза больше, с целью предоставить командам возможность выбирать.

Маркетологи ведут переговоры с блогерами, договариваются с ними о цене, о том, что именно и как будет рекламировать блогер. Задача блогера подготовить рекламный текст о товаре той компании, с которой он заключил контракт. Блогеры выступают по очереди и после каждого выступления у потребителей (все участники игры) спрашивают, кто хочет приобрести данный товар этой компании. Подсчитывается количество потенциальных клиентов и высчитывается чистая прибыль (Потенциальная выгода от продажи товаров (количество желающих купить товар умножаем на цену этого товара) – затраты, которые компания понесла на рекламу у блогера).

После выступления всех блогеров еще предоставляется время для совершения активных продаж. По истечении времени игра останавливается и начинается подсчет баллов. Команды считают свою прибыль. Каждый заработанный командой рубль приравнивается к одному баллу. При подведении итогов учитываются баллы, которые зарабатывала команда во время игры. Критерии оценивания представлены в Таблице №1.

Таблица №1

Критерии определения результативности

№	Критерии оценивания этапа «Создание бизнес-идеи»	Баллы
КО-1	Участниками команды четко сформулированы цели, они конкретны и выполнимы	5
	Участниками команды четко сформулированы цели, они конкретны, но они невыполнимы	4
	Участниками команды четко сформулированы цели, они	3

	не конкретны и невыполнимы	
КО-2	Участниками игры распределен бюджет, определена себестоимость товара быстро и четко	5
	Участниками игры распределен бюджет, определена себестоимость товара, но возникли затруднения	4
	Участниками игры распределен бюджет, но определена себестоимость товара, возникли затруднения	3
КО-3	Участниками игры быстро и четко распределены функциональные обязанности среди остальных участников	5
	Участниками игры распределены функциональные обязанности среди остальных участников, но были споры	4
	Участниками игры не распределены функциональные обязанности среди остальных участников самостоятельно	3
	Максимальное количество баллов	15
№	Критерии оценивания этапа «Брендинг»	Баллы
КО-4	Участниками четко и быстро проработан бренд: определены основные цвета (обосновано, почему именно эти цвета они выбрали), разработан лозунг, название (название должно отражать специфику деятельности компании), разработан логотип	10
	Участниками проработан бренд: определены основные цвета (не обосновано, почему именно эти цвета они выбрали), разработан лозунг, название (название должно отражать специфику деятельности компании), разработан логотип	7
	Участниками проработан бренд: определены основные цвета (обосновано, почему именно эти цвета они выбрали), разработан лозунг, название (название не отражает специфику деятельности компании), разработан логотип	6

	Участниками проработан бренд: определены основные цвета (не обосновано, почему именно эти цвета они выбрали), разработан лозунг, название (название не отражает специфику деятельности компании), разработан логотип	4
	Максимальное количество баллов	10
№	Критерии оценивания этапа «Уникальное торговое предложение»	Баллы
КО-5	Участниками верно и понятно сформулировано уникальное торговое предложение	5
	Участниками сформулировано уникальное торговое предложение с 1 и 2 недочетами	4
	Участники не смогли сформулировать уникальное торговое предложение	3
КО-6	Участниками команд подготовлена интересная презентация своей компании, выступление четко выстроено, рассказано без заминок, четкие ответы на вопросы	7
	Участниками команд подготовлена интересная презентация своей компании, выступление четко выстроено, рассказано с паузами, нечеткие ответы на вопросы	5
	Участниками команд подготовлена презентация своей компании, выступление нечетко выстроено, рассказано с заминками и ответы на вопросы односложные	3
	Максимальное количество баллов	12
№	Критерии оценивания этапа «Продажи»	Баллы
КО-7	Менеджеры по продажам активно работают, приглашают покупателей	5
	Менеджеры по продажам работают, но не активно	4
	Менеджеры по продажам не работают	3
	Максимальное количество баллов	5

№	Критерии оценивания этапа «Разработка скидок и специальных предложений»	Баллы
КО-8	Разработана рекламная листовка с интересным или необычным дизайном (придуман рекламный слоган), специальное предложение четко прописано и понятно для потребителя	10
	Разработана рекламная листовка с интересным или необычным дизайном, отсутствует рекламный слоган, специальное предложение прописано и понятно для потребителя	7
	Разработана рекламная листовка, отсутствует рекламный слоган, специальное предложение прописано и понятно для потребителя	5
Максимальное количество баллов		10
№	Критерии оценивания этапа «Продвижение»	Баллы
КО-9	Команда получила большую прибыль для своей компании после работы с блогерами	10
	Команда получила незначительную прибыль от работы с блогерами	7
	Команда не получила прибыли (доходы равны расходам)	5
	Команда понесла убытки	3
	Максимальное количество баллов	10
	Максимальное количество баллов за игру	52
Дополнительные баллы		
1	Выполнение заданий быстрее остальных команд	5
2	Выполнение заданий с применением креатива	5
3	Индивидуальные баллы для участников, кто работает активнее всего (пойдут на общий командный счет)	5

Результативность мероприятия:

Результатом данного мероприятия становится четкое понимание учеников таких понятий как: бизнес-процессы, работа в социальных сетях (ведь это не только средство развлечения, но и способ развивать бизнес и свой личный бренд); у учеников помимо теоретических знаний, которые выдаются в процессе игры, а, следовательно, не являются навязанными и усваиваются лучше.

В ходе игры ребята получают практические знания организации производственных процессов, умения работать в команде, выявляются лидеры.

Также участники игры развивают коммуникативные способности и навыки самопрезентации.

Для получения обратной связи можно раздавать анкеты для социологического опроса и четкого представления о том, что нового для себя узнал каждый участник игры, что понравилось, а что можно еще усовершенствовать, помогла ли участникам игра попробовать на себе некоторые профессии и профессиональные навыки.

Заключение

В ходе данного мероприятия ученики знакомятся с основными бизнес-процессами и механизмами необходимыми для открытия своего дела, в том числе, и в социальных сетях или онлайн.

Игра прошла апробацию в рамках профориентационного мероприятия среди девятых классов МАОУ «СОШ №78». После мероприятия был проведен опрос участников игры (Приложение 1).

Стоит отметить, что ребята в основном оценивали организацию игры и ее форму, поскольку для них это было ново, необычно и интересно.

Данная игра может быть применена на любых профориентационных мероприятиях в школе или в сфере дополнительного образования, в летних пришкольных лагерях среди учеников старших классов.

Социальным партнером данного мероприятия выступает **«Школа блогеров «Лица лучших»** в городе Кемерово.