Piotr Milewski

GAMEBOOK

PRAXIS

Zeszyt ćwiczeń 2

Piotr Milewski

GAMEBOOK

PRAXIS

Zeszyt ćwiczeń 2

Gotowe zadania i ćwiczenia

Ścieżka A. Osobista

Ścieżka B. Fast prototyping

Ścieżka C. Projekty

Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego

Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską

SENSE

POPOJUT RZE

ISBN 9788397773707

Spis Treści

Wstęp 6
Czym są ścieżki? 7
Narzędzia 10

Gry Biznesowe **18**
Gry symulacyjne 19
Gry rekrutacyjne 26
Gry sprzedażowe 32
Gry marketingowe i PR-owe 37

Gry Biznesowe **42**
Gry symulacyjne 43
Gry rekrutacyjne 50
Gry sprzedażowe 56
Gry marketingowe i PR-owe 61

Gry Biznesowe **66**
Gry symulacyjne 67
Gry rekrutacyjne 74
Gry sprzedażowe 79
Gry marketingowe i PR-owe 84

Gry Edukacyjne **89**
Gry Taksonomia Blooma i czasowniki efektów kształcenia 90
Game Based Learning, czyli edukacja oparta o grę 96
Edumoding 101
Edugry 107

Spis Treści

Gry edukacyjne **113**
Gry Taksonomia Blooma i czasowniki efektów kształcenia 114
Game Based Learning, czyli edukacja oparta o grę 120
Edumoding 125
Edugry 130

Gry edukacyjne **136**
Gry Taksonomia Blooma i czasowniki efektów kształcenia 137
Game Based Learning, czyli edukacja oparta o grę 144
Edumoding 149
Edugry 154

Gry poważne **160**
Świadomość i odpowiedzialność społeczna 161
Kompetencje społeczne 166
Empatia poznawcza 171
Procesowanie kolektywne 176

Gry poważne **181**
Świadomość i odpowiedzialność społeczna 182
Kompetencje społeczne 187

Empatia poznawcza 192
Procesowanie kolektywne 197

Gry poważne **203**
Świadomość i odpowiedzialność społeczna 204
Kompetencje społeczne 209
Empatia poznawcza 214
Procesowanie kolektywne 219

Rozwiązania Zadań **224**

Wstęp

„Połowę pracy wykonasz, gdy zaczniesz."

— rzekome chińskie przysłowie.

Witaj osobo projektująca gry! Oto drugi zbiór ćwiczeń, który dla Ciebie przygotowałem! Służy on wyposażeniu cię w umiejętności niezbędne do projektowania gier pozarozrywkowych. W tej dziedzinie każdy z nas jest trochę początkujący. Tak zwana „dobra praktyka" nie jest nigdzie spisana w syntetyczny sposób, nie znajdziesz jej też w dostępnych na rynku podręcznikach. Jedyną sprawdzoną metodą nauki tworzenia gier biznesowych, edukacyjnych i poważnych jest więc projektowanie i testowanie kolejnych projektów. Nie licz na to, że twoja pierwsza gra będzie super. Świętuj, jeśli okaże się znośna… I przy najbliższej okazji od razu zacznij tworzyć następną.

Tworzenie dobrych gier pozarozrywkowych to niełatwy kawałek chleba, ale daje ogromną satysfakcję (a bywa, że i solidną wypłatę w ekwiwalencie złota). Jeśli polubisz ten obszar designu, trzymam kciuki za twój sukces!

Tymczasem, przejdźmy do rzeczy. Zeszyt podzielony jest na 3 sekcje:

- **gry biznesowe;**
- **gry edukacyjne;**
- **gry poważne.**

Każda z nich zawiera 12 ćwiczeń podzielonych na 3 ścieżki:

- **Solo**, przeznaczona do pracy samodzielnej;
- **Multi**, dedykowana sesjom kreatywnym;
- **Kampania**, zawierająca najtrudniejsze wyzwania, których realizacja zajmuje kilka tygodni.

Zerknij poniżej, by dowiedzieć się, czym są ścieżki. Wybierz tę, która jest najbardziej odpowiednia dla Ciebie i zacznij projektować! Niech powstaną dobre, nowe gry! Powodzenia!

—Piotr

Czym są ścieżki?

Ścieżka Solo

Ta ścieżka to zadania, które każdy, kto gra w gry i interesuje się grami, może wykonać samodzielnie lub z przyjaciółmi w domu, w czasie wolnym. Można je dowolnie modyfikować i zmieniać ich warunki brzegowe. Są tak zaprojektowane, by po ich zakończeniu z łatwością można było poważyć się na samodzielną realizację podobnych zadań ze ścieżki Multi albo Kampania.

Dla kogo?

Dla wszystkich samouków! Dla osób uczących się w szkołach podstawowych, nauczycielek, pracowników kultury, każdego, kto lubi gry i chce sprawdzić się w roli projektanta_ki.

Jaki jest poziom trudności?

Niski / Średni.

Ile czasu zajmuje 1 ćwiczenie?

Od 30 do 90 minut, nie licząc czasu potrzebnego na weryfikację jego wyników.

Jak często pracować?

Optymalnie — raz w tygodniu. Minimalnie — 2 razy w miesiącu, aby nie wyjść z wprawy. Można też zdecydować się na samodzielny, intensywny kurs i realizować codziennie 1 zadanie.

Ścieżka Multi

Ta ścieżka zawiera zadania przeznaczone na typowe zajęcia warsztatowe lub ćwiczeniowe w systemie szkolnictwa wyższego. Mogą wymagać wcześniejszego przygotowania materiałów, dlatego ich treść powinna być zapowiadana z przynajmniej tygodniowym wyprzedzeniem. Zajęcia wymagają obecności osoby prowadzącej, posiadającej wiedzę i doświadczenie w projektowaniu gier.

Dla kogo?

Na start — dla osób studiujących na kierunkach i specjalnościach growych oraz biorących udział w kursach, warsztatach lub zajęciach z projektowania gier.

Jaki jest poziom trudności?

Średni.

Ile czasu zajmuje 1 ćwiczenie?

Wszystkie zadania przeznaczone są na zajęcia trwające 90 minut.

Jak często pracować?

Optymalnie — raz w tygodniu. Można też zdecydować się na intensywny kurs i realizować codziennie 1, wybrane zadanie przez 3 do 5 dni.

Ścieżka Kampania

Ta ścieżka jest najbardziej wymagająca. Składają się na nią zadania projektowe przeznaczone dla zespołów liczących od 3 do 5 osób, a sam proces projektowania gry może zająć nawet od 3 do 5 tygodni. Jeśli mają być realizowane w ramach zajęć akademickich, w ramach jednego przedmiotu, studenci i studentki powinni realizować trzy takie projekty w semestrze.

Dla kogo?

Na start — dla osób studiujących na kierunkach i specjalnościach growych

Jaki jest poziom trudności?

Wysoki.

Ile czasu zajmuje 1 ćwiczenie?

Od kilku do kilkudziesięciu roboczogodzin na osobę w przeciągu 2 do 5 tygodni.

Jak często pracować?

Optymalnie — trzy w tygodniu. Minimalnie — 2 razy w tygodniu. Przynajmniej w 1 spotkaniu w tygodniu powinien brać udział cały zespół. Zadanie można też realizować samodzielnie. W takim wypadku twoja praca może potrwać do 12 tygodni.

Narzędzia

Niektóre z lekcji w ścieżkach Multi oraz Kampania korzystają z trzech specyficznych narzędzi. Jest to:

- **Turystyka Projektowa;**
- **P.U.R.E. Feedback;**
- **Standardowe Kryteria Oceny.**

Opis każdego z nich znajdziesz poniżej.
Możesz znaleźć też w treści zdań takie sformułowania jak prototyp ALFA, BETA lub SILVER. Ich wyjaśnienie znajdziesz w rozdziale 3 podręcznika Gamebook: Praxis.

Turystyka projektowa

Turystyka Projektowa to metoda stworzona do zwiększenia efektywności zajęć prowadzonych jako sesje szybkiego prototypowania (czyli takich, które znajdują się w ścieżce Multi tego podręcznika). Zmusza osoby uczestniczące w lekcji do:

- szybkiego stworzenia pierwszego grywalnego prototypu;
- rozmowy o projekcie z osobami testującymi i pozostałymi członkami zespołu.

Jak wygląda ta metoda pracy?

1. Gdy upłynie połowa czasu przeznaczonego na całe zajęcia, wszystkie zespoły przerywają pracę.
2. Każdy zespół wybiera jedną osobę, która otrzymuje tytuł Turysty_ki Designu
3. Pozostałe osoby zostają Gospodarzami.

4. Turyści_stki opuszczają swoje zespoły i odwiedzają inny, losowo wybrany zespół.
5. Gospodarze przedstawiają Turyście swój pomysł na grę. Jeśli Gospodarze mają gotowy jakiś prototyp lub mechanikę, powinni rozegrać szybką partię z odwiedzającym_ą ich Turyst(k)ą.
6. Turyści dzielą się z Gospodarzami swoimi opiniami o przedstawionym prototypie. Mogą zadawać pytania i sugerować rozwiązania problemów.
7. Po upływie 10 minut Turyści wracają do swoich zespołów.
8. Turyści relacjonują, co widzieli w trakcie swojej wizyty i w co grali. Powinni także porównywać inne projekty ze swoimi.
9. Gospodarze relacjonują, jak przebiegła prezentacja i test prototypu oraz jaki feedback dał im odwiedzający_a ich Turyst(k)a.
10. Zespoły wznawiają prace nad swoim prototypem.

Prowadząc zajęcia (zwłaszcza po raz pierwszy), trzeba pilnować, by zespoły nie pomijały punktu 9! Mają do tego naturalną tendencję.

P.U.R.E. Feedback

Dawanie wartościowej (i jednocześnie strawnej dla odbiorcy) informacji zwrotnej to sztuka, której nikt nas nie uczy. Jedną ze skuteczniejszych metod, jakie znam, jest P.U.R.E. (z ang. czysty) Feedback. Metodę tę w dostępnym w serwisie Coursera.org kursie *Creativity, Innovation and Transformation*, a prezentował ją dr Jack V. Matson z Penn State University.

Na czym polega ta metoda?

To proste! Każda z osób, dzieląca się informacją zwrotną, powinna ustrukturyzować swoją wypowiedź, dzieląc ją na cztery części:

P - Positive (pozytywne)

W pierwszej kolejności staramy powiedzieć się coś dobrego o projekcie, wskazać jakąś jego zaletę. Starajmy się, aby było to coś konkretnego. Znacznie lepiej brzmi zdanie „podobała mi się modułowa plansza z puzzlowymi zaczepami", niż lakoniczne „plansza była fajna".

U - Unique (unikatowe)

Po pozytywach czas na rzeczy wyjątkowe. W każdym projekcie jest coś oryginalnego: pomysł na mechanikę, nietypową kombinację akcji podejmowanych przez osoby grające albo faunę świata gry. Warto wskazać osobom projektującym rzeczy, które nas szczególnie zainteresowały i przykuły naszą uwagę.

R - Related (rzeczowe)

W poniższym zestawieniu krytyka znajduje się na trzecim miejscu. Dopiero teraz jest czas na to, by wskazać ewentualne mankamenty projektu. Dobrze, aby na tę część wypowiedzi przeznaczyć mniej więcej / co najwyżej tyle samo czasu, co na każdą z poprzednich. Warto też pokusić się o zaproponowanie rozwiązań dostrzeżonych problemów.

E - Educational (edukacyjne)

Ostatnia część wypowiedzi ma charakter autorefleksyjny. Czego nauczyłem_am się, obserwując twój projekt? Jakie wnioski wyciągnęłam? Na jakie rozwiązanie odważę się w swoim następnym projekcie, jakiej mechaniki będę unikać? Czyjś projekt może być świetną lekcją dla mnie.

P.U.R.E. Feedback nie jest intuicyjny. Pierwsze próby ułożenia wypowiedzi w ten sposób będą trudne i frustrujące. Z czasem, mniej więcej po kilku tygodniach, taki schemat wypowiedzi stanie się naturalny i w rezultacie dobrze wpłynie na relacje w zespole.

Standardowe kryteria oceny

Co do zasady, ze względu na różnorodność gier powstających nawet przy identycznych warunkach brzegowych, trudno jest obiektywnie i sprawiedliwie je ocenić. Nie ma metodologii idealnej, dlatego każda osoba prowadząca zajęcia musi wypracować swój własny model pracy. Moja propozycja jest następująca.

Ścieżka Multi.

Kryterium oceny gier powstających w trakcie sesji szybkiego prototypowania jest jedno:

- Kompletność.

Ocena BARDZO DOBRA ★★★

Nowe zasady są kompletne i tworzą grywalną wersję, gotową do otwartych testów i rozpoczęcia procesu iteracyjnego. Instrukcja jest w pełni zrozumiała, podobnie jak zaproponowane warianty rozgrywki. Do wszystkich elementów gry dobrano monochromatyczne grafiki dostępne dzięki nieodpłatnej licencji otwartej i/lub pochodzące z domeny publicznej.

Ocena DOBRA ★★

Większość zasad jest spisana, w tym wszystkie kluczowe reguły. Gra jest grywalna, gotowa do zamkniętych testów rozpoczęcia procesu iteracyjnego zakładającego konsultacje z autor(k)ami. Instrukcja jest zrozumiała. Do większości elementów gry dobrano monochromatyczne grafiki dostępne dzięki nieodpłatnej licencji otwartej i/lub pochodzące z domeny publicznej.

Ocena ZADOWALAJĄCA ★

Podstawowe zasady są napisane. Gra jest grywalna. Instrukcja jest kompletna. Do podstawowych elementów gry dobrano monochromatyczne grafiki dostępne dzięki nieodpłatnej licencji otwartej i/lub pochodzące z domeny publicznej.

Ścieżka Kampania.

Kryteria oceny gier powstających jako kilkutygodniowe projekty zespołowe.

- Ogólna grywalność.
- Jakość odpowiednich elementów Tetrady Schella, jakimi są:
  - ▹ Estetyka;
  - ▹ Mechanika;
  - ▹ Narracja;
  - ▹ Technologia.
- Równowaga między elementami tetrady.
- Przestrzeń gry znaczącej (z ang. Meaningful Play).

Ocena BARDZO DOBRA ★★★

Wszystkie elementy Tetrady są dobrze przemyślane, zaprojektowane i wyważone. Zasady gry są kompletne i łatwe do zrozumienia. Ogólny system interakcji zapewnia wysoki poziom gry znaczącej, w tym stosowanie podczas rozgrywki różnorodnych strategii i taktyk.

Ocena DOBRA ★★

Elementy Tetrady kluczowe dla doświadczenia gracza są dobrze zaprojektowane. Zasady gry są kompletne, tylko kilka z nich wymagałoby dodatkowych wyjaśnień. Ogólny system interakcji ma kilka wad, ale zapewnia akceptowalny poziom gry znaczącej, w tym stosowanie podczas rozgrywki kilku strategii i taktyk.

Ocena ZADOWALAJĄCA ★

Przynajmniej dwa elementy Tetrady są zaprojektowane w taki sposób, by realizować cel gry. Ogólna idea rozgrywki została przedstawiona w zadowalający i zrozumiały sposób. Zaprezentowane najważniejsze zasady gry. Ogólny system interakcji oferuje przestrzeń do gry znaczącej.

Szablon Projektu gry: ścieżka SOLO lub MULTI

Jeśli pracujesz samodzielnie, dopiero zaczynasz i/lub nie zajmujesz się projektowaniem gier na co dzień, prawdopodobnie nie wiesz, jak spisać swoje pomysły i ubrać je w formę dokumentacji growej. Dlatego przygotowaliśmy dla ciebie specjalny szablon. Użyj go do opracowania i prezentacji swoich projektów w ramach ćwiczeń z podręczników Gamebook. Postaraj się wypełnić każdą sekcję, starając się odpowiadać na pytania w sposób zwięzły, ale wyczerpujący.

1. Identyfikacja projektu

W tej sekcji przedstawiasz podstawowe informacje o swojej grze, jej esencję ujętą w kilku słowach.

- **Ćwiczenie:** *(Wpisz numer i tytuł ćwiczenia z Zeszytu Ćwiczeń, np. „ZC2, Lekcja B1S: Gry symulacyjne")*
- **Tytuł gry:** *(Wymyśl chwytliwą i pasującą do projektu nazwę)*
- **Logline/Fokus:** *(Opisz grę w jednym, maksymalnie dwóch zdaniach. Skup się na tym, co jest jej rdzeniem – dla kogo jest, o czym jest i jaka jest jej główna mechanika.)*

2. Opis gry

Tutaj rozwijasz swoją koncepcję, wyjaśniając, na czym polega rozgrywka i co czyni ją wyjątkową.

- **Koncepcja podstawowa:** *(Opisz w kilku zdaniach ogólny przebieg gry. Jak wygląda typowa rozgrywka? Co robią gracze? Jaka atmosfera panuje przy stole/na ekranie?)*

- **Unikalny sposób rozgrywki (haczyk projektowy):** *(Co wyróżnia Twoją grę? Jaki jest ten jeden, kluczowy element – mechaniczny, fabularny lub fizyczny – który sprawia, że jest inna niż wszystkie? Np. w tej grze planszowej gracze siedzą odwróceni do siebie plecami.*

3. Szkielet gry

W tej sekcji rozkładasz grę na czynniki pierwsze, opisując jej formalne elementy.

- **Cel gry:** *(Co trzeba zrobić, żeby wygrać lub zakończyć grę? Czy jest jeden cel, czy kilka? Czy gracze wygrywają razem, czy rywalizują?)*

- **Kluczowe mechaniki:** *(Wymień i opisz 3-5 najważniejszych mechanik, czyli działań i zasad, które napędzają rozgrywkę. Np. Zarządzanie ręką kart, Kontrola obszaru, Licytacja.)*

- **Komponenty (prototyp):** *(Wypisz wszystkie fizyczne lub cyfrowe elementy potrzebne do gry. Np. Plansza, 50 kart, 10 żetonów, aplikacja na telefon.)*

4. Powłoka gry

Tutaj opisujesz estetyczną i narracyjną warstwę projektu. Nadajesz Szkieletowi duszę i charakter.

- **Temat i konwencja:** *(O czym jest Twoja gra? Do jakiego gatunku tematycznego należy (np. fantasy, science-fiction, horror, historia alternatywna)?)*

- **Świat i narracja:** *(Opisz krótko świat przedstawiony. Czy gra opowiada jakąś historię? Kim są postacie, w które wcielają się gracze?)*

- **Estetyka i nastrój:** *(Jak gra ma wyglądać i brzmieć? Jaki nastrój chcesz stworzyć? Użyj słów kluczowych, odniesień do innych dzieł kultury lub stwórz krótki opis „moodboardu".)*

5. Zasady gry

Opisz, jak zagrać w twoją grę! Nie musisz znać wszystkich szczegółów, ale dobrze byłoby, gdyby udało ci się spisać kluczowe etapy rozgrywki. Napisz wszystko, co już wiesz i krok po kroku uzupełnij brakujące elementy.

Spisując zasady, zacznij w ten sposób. Opisz:

- co grac **może** zrobić w trakcie gry;
- czego gracz **nie może zrobić** w trakcie gry;
- reguły według zasady konsekwencji, czyli „Jeśli zdarzy się A, to doprowadzi to do B" (np. Jeśli przechodzisz przez pole start, pobierasz 2000$).

6. Uzasadnienie projektu

To miejsce, w którym udowadniasz, że Twój projekt jest dobrą odpowiedzią na postawione w ćwiczeniu zadanie.

- **Spełnienie warunków brzegowych ćwiczenia:** *(Wypunktuj wszystkie wymagania z ćwiczenia i krótko wyjaśnij, w jaki sposób Twój projekt je realizuje.)*

- **Uzasadnienie wyborów projektowych:** *(Dlaczego wybrałeś_aś właśnie takie mechaniki, temat i komponenty? Jak wspierają one cel gry i doświadczenie gracza?)*

7. Materiały dodatkowe

W zależności od typu zadania, w tej sekcji umieść odpowiednie analizy lub narzędzia, które pomogły Ci w projektowaniu lub które będą służyć do oceny rozgrywki.

GRY BIZNESOWE

Ścieżka Solo

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

PO²JUTRZE 2.0

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Gry symulacyjne

Symulatory, a konkretnie symulacje pola bitwy to najstarsze gry poważne. Pojawiły się w pierwszych dekadach XIX wieku w pruskich szkołach oficerskich i szybko udowodniły swoją wszechstronność i przydatność. Posiadają dwie niezaprzeczalne zalety: pozwalają testować bardzo różne scenariusze sytuacyjne, a popełnianie błędów nic nie kosztuje (a już na pewno nie życie żołnierzy).

Większość symulatorów należy jednoznacznie zaliczyć do gier edukacyjnych, ponieważ realizują konkretne efekty kształcenia w zakresie wiedzy lub umiejętności. Z tego powodu ich proces ich projektowania powinien mieć takie same etapy jak tworzenie każdej innej.

Wydzieliłem z tej rodziny konkretną grupę gier, czyli symulacje biznesowe. Zdecydowałem się na taki ruch, bo chociaż wiele z nich to typowe gry szkoleniowe, jednak rezultaty części gier bywają aplikowane do bieżących działań firmy, by przynieść konkretne i mierzalne korzyści. Głównym celem stworzenia takie gry staje się więc zysk, a zwiększanie kompetencji graczy-pracowników staje się celem dodatkowym, pozytywnym efektem ubocznym.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry biznesowej służącej do symulowania działalności przedsiębiorstwa nastawionego na zysk;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia symulacji biznesowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrwykowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Wydrukuj szablon Business Model Canvas znajdujący się na końcu tej lekcji.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry planszowej będącej symulacja firmy. Prawie każdy człowiek gdzieś, kiedyś pracował. Jeśli nie należysz do tej grupy (albo wspomnienie tamtego miejsca powoduje twój dyskomfort) znajdź wśród swoich przyjaciół lub rodziny kogoś, kto chętnie opowie ci o swoim byłym lub aktualnym miejscu pracy.

Warunki brzegowe

- Gra powinna być przeznaczona dla 3 lub 4 graczy (jeśli będzie działa dla większej liczby lub ma wariant dla 2 to świetnie, ale nie jest to wymagane).
- Każdy z graczy kontroluje swoje przedsiębiorstwo i konkuruje na rynku z firmami rozwijanymi przez innych graczy.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinno być grywalny prototyp gry planszowej symulującej prowadzenie konkretnej firmy rywalizującej na wolnym rynku z przedsiębiorstwami o podobnym profilu. .

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

Zaproś kilka osób do testów gry. Jeśli to możliwe, przeprowadź dwa testy. Do jednego przydziel osoby, które znają specyfikę danej branży, do drugiego takie, które nie mają o niej pojęcia.

- Zagracie kilka razy w twoją grę.
- Postaraj się wydobyć od nich wartościową informację zwrotną do twojego projektu. Czy ich zdaniem gra dobrze oddaje realia biznesowe firmy prowadzącej taką działalność? Czy podczas rozgrywki wpadli na ciekawe pomysły dotyczące takiej działalności, które można by wykorzystać w prawdziwym życiu?
  Popraw projekt według własnych obserwacji rozgrywki oraz wskazówek testerów_ek.

Informacje dodatkowe

Zanim zaczniesz projektować grę, musisz zrozumieć, jak działa takie przedsiębiorstwo. W tym celu wykonaj dwie proste analizy.

1. Analiza wartości, kosztów i przychodów, czyli *Business Model Canvas*
   Wypełnij wydrukowany przed lekcją szablon. Postaraj się uzupełnić wszystkie komórki i jak najbardziej wyczerpująco odpowiedzieć na jak największą liczbę pytań. Jeśli nie znasz odpowiedzi, postaraj się wyszukać odpowiednie informacje w internecie. Ten krok jest konieczny do tego, aby twoja gra była realistyczna i spełniała swoją rolę.

2. Analiza SWOT
   Posłuż się poniższą ilustracją i wykonaj analizę silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń dla typowego przedsiębiorstwa z wybranej przez ciebie branży.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier biznesowych?
- Jak projektuje się grę, w której konkretna uwarunkowania gospodarcze są potraktowane jako obowiązkowy budulec projektu, który trzeba wykorzystać? Czy to utrudnia, czy ułatwia pracę?
- Skąd brać wiarygodne informacje do projektowania gier symulujących konkretny fragment rzeczywistości? Ile takich informacji trzeba zebrać i umieścić w projekcie gry, żeby spełniała swoje zadanie?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry symulacyjnej, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie: B1m

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie: B1k

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

przejdź do ćwiczenia: B2s

Jeśli chcesz poznać szczegóły procesu projektowania podobnych gier:

przeczytaj rozdział 23 podręcznika Theoria

Partnerzy

Kto jest naszym kluczowym partnerem? Jakie zewnętrzne firmy lub organizacje są nam niezbędne do działania? Jakie kluczowe zasoby i działania realizują nasi partnerzy?

Kluczowe działania

Jakie działania musimy podejmować, by dostarczyć naszym klientom propozycję wartości? Jakich działań wymagają nasze kanały dotarcia do klienta i nawiązywane z nim relacje?

Kluczowe zasoby

Jakich kluczowych zasobów potrzebujemy, żeby zaoferować nasza propozycję wartości? Jakich zasobów wymagają nasze kanały dotarcia do klienta i nawiązywane z nim relacje?

Propozycja wartości

Jaką wartość generujemy dla naszych klientów? Za co będą płacić? Co ich boli, a co ma dla nich kluczowe znaczenie? Jakie problemy klientów rozwiązujemy? Jakie produkty i usługi będziemy oferować?

Relacje z klientami

Jakich relacji oczekują od nas nasi klienci? Czy oczekują osobistego wsparcia, a może szybkiej i automatycznej obsługi? Czy sposób nawiązywania relacji z klientami jest zintegorwany z pozostałymi obszarami modelu biznesowego?

Kanały

Gdzie bywają nasi klienci? Gdzie chcemy spotkać naszych klientów? Z jakich kanałów będziemy korzystać przy nawiązywaniu kontaktu z klientem?

Segmenty klientów

Kto jest naszym klientem? Dla kogo budujemy produkt/usługę? Komu oferujemy wartość? Kto będzie płacił?

Struktura kosztów

Jakie koszty generuje nasz model biznesowy? Jakie nakłady finansowe generują kluczowe zasoby, działania, partnerzy?

Struktura przychodów

Za co klienci są w stanie zapłacić? Za co i ile będa płacić? Które elementy naszego produktu/usługi będą darmowe, a które płatne?

Gry rekrutacyjne

Gry służące do znalezienia pracowników o właściwych kwalifikacjach, kompetencjach czy cechach osobowości to zdecydowanie jeden z bardziej fascynujących obszarów stosowania gier poważnych. Pionierami w tym zakresie były armia (głównie amerykańska) oraz służby wywiadowcze. Mroczny przykład zastosowania takiego rozwiązania przez bezwzględną korporację przedstawił w swoim filmie Metoda (hiszp. El método) reżyser Marcelo Piñeyro. W dobie drastycznie szybko zmieniającego się rynku pracy, zanikania starych zawodów i pojawiania się nowych, może okazać się, że właśnie gry tego typu zyskają na popularności jako skuteczne narzędzie rekrutacyjne.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry rekrutacyjnej służącej do znajdowania pracowników o właściwych kwalifikacjach, kompetencjach i/lub cechach osobowości;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia gier rekrutacyjnych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Zagraj w fizyczną lub przeglądarkową wersje gry Tajniacy (z ang. Codenames);
  https://codenames.game/
- Przygotuj sobie cyfrową lub papierową wersję instrukcji do w/w gry.
  https://www.wydawnictworebel.pl/repository/files/instrukcje/Tajniacy_Bez_Cenzury_instrukcja_PL.pdf

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie analogowej (planszowej, karcianej, fabularnej lub larpowej), która w procesie rekrutacji może posłużyć do znalezienia kandydatów o najwyższym poziomie kompetencji przynajmniej 3 z 10 kompetencji XXI wieku.

Warunki brzegowe

- Gra powinna być przeznaczona przynajmniej dla 4 graczy.
- Wynik gry powinien jednoznacznie wskazywać na to, kto spośród graczy wykazał sie pożądanymi umiejętnościami.
- Pierwsza pula kompetencji, z jakich możesz wybrać te, których użyjesz w projekcie to tzw. Umiejętności uczenia się i tworzenia (z ang. 4C: Learning and Innovation Skills) czyli:
  - Krytyczne myślenia i rozwiązywanie problemów (z ang. Critical Thinking and Prolbem Solving);
  - Kreatywność i pomysłowość (z ang. Creativity and Innovation);
  - Komunikatywność (z ang. Communication);
  - Umiejętność współracy (z ang. Collaboration).

- Druga pula kompetencji to tzw. Umiejętności życiowe i zawodowe (z ang. Carrier and Life Skills) czyli:

  - Elastyczność i adaptywność (z ang. Flexibility and Adaptability);
  - Inicjatywa i samosterowanie (z ang. Initiative and Self-direction);
  - Komunikacja społeczna i międzykulturowa (z ang. Social and Cross-cultural Interaction);
  - Produktywność i wiarygodność (z ang. Productivity and Accountability);
  - Przywództwo i odpowiedzialność (z ang. Leadership and Responsibility).

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinno być grywalny prototyp gry rekrutacyjnej, służącej do znalezienia kandydatów_ek o najwyższym poziomie poszukiwanych umiejętności XXI w.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

Zaproś kilka osób do testów gry. Zanim zaczniecie rozgrywkę, poproś, aby każdy w sekrecie obstawił wynik rozgrywki, zarówno to, kto wygra, jak i ich własny wynik.

- Zagracie kilka razy w twoją grę.
- Po zakończeniu sesji sprawdźcie, czyje przewidywania uczestników się sprawdziły.
- Postaraj się wydobyć od nich wartościową informację zwrotną do twojego projektu.
- Popraw go według własnych obserwacji rozgrywki oraz ich wskazówek.
- Postaraj się wydobyć od nich wartościową informację zwrotną do twojego projektu.
- Popraw go według własnych obserwacji rozgrywki oraz ich wskazówek.

Informacje dodatkowe

Zanim przystąpisz do realizacji zadania, przeanalizuj design gry Tajniacy. W jaki sposób realizuje ona jednocześnie wszystkie 4 umiejętności z grupy 4C oraz połowę z puli umiejętności życiowych i zawodowych? Jakie elementy gry za to odpowiadają?

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier rekrutacyjnych?
- W jaki sposób łączyć umiejętności z wyzwaniami, mechanikami gier i wygrywającymi strategiami?
- Jak sprawiedliwie i obiektywnie weryfikować wyniki takich gier? Jak uzyskać pewność, że dają prawidłowe rezultaty?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry rekrutacyjnej, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie: B2 m

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie: B2 k

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

przejdź do ćwiczenia: B3 s

Jeśli chcesz poznać szczegóły procesu projektowania podobnych gier:

przeczytaj rozdział 23 podręcznika Theoria

Gry sprzedażowe

Gry wspierające proces sprzedaży wyrosły z narzędzia marketingowego, które ma już prawie 150 lat. W lata 80 XIX wieku firmy tytoniowe zaczęły zadrukowywać reklamami tekturowe wkładki usztywniające opakowania z papierosami. Dzieci szybko zaczęły je zbierać i nim nastał wiek XX, na kartach zaczęły pojawiać się wizerunki sportowców. W latach 20 XX wieku karty zaczęto dorzucać do produktów spożywczych, a w latach 50 do wizerunków baseballistów dołączyły regularne karty do gry. W tym samym czasie na kartach ze sportowcami pojawiły się statystyki, co otworzyło furtkę do wymyślania zasad wykorzystujących je gier.

Dodawanie komponentów gier do produktów codziennego użytku w celu zwiększenia ich sprzedaży nie jest więc pomysłem nowym, ale wciąż może być niezwykle skuteczne. Zbieractwo, kompletowanie zestawów i ciekawość to jednej z najsilniejszych motywatorów wewnętrznych, jakie rządzą homo sapiens

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry wspierającej proces sprzedaży produktu;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia gier sprzedażowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co po ważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią rozdziału 9 „Gry biznesowe" z Podręcznika 2: Gamebook Praxis.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Przygotuj 10 tekturowych lub plastikowych opakowań zewnętrznych do produktów codziennego użytku jak pasta do zębów, płatki kukurydziane, herbata czy filtry do odkurzacza.
- Kup w sklepie spożywczym kilka sztuk gumy Turbo. Ważne są opakowania i karty z samochodami, same gumy możesz zjeść lub oddać dzieciom sąsiadów, lub zostawić dla testerów twojej gry.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry planszowej lub karcianej, która:

- będzie zachęcała do regularnego lub nadmiarowego kupowania produktów;
- wykorzysta opakowania kupowanych produktów (spożywczych i domowych).

Postaraj się zbudować jak najwięcej elementów prototypu z zebranych opakowań.

Warunki brzegowe

- Gracz powinien móc samodzielnie wyciąć 1 do 3 komponentów do gry z każdego opakowania produktu.
- Gracz może otrzymać 1 gotowy komponent w każdym opakowaniu.
- Każdy gracz gra swoim zestawem zebranych lub zrobionych komponentów.
- Gra ma być przeznaczona dla 2 graczy.
- Rozgrywka powinna trwać od 5 do 10 minut.
- Aby zagrać, gracz musi zakupić minimum 6 opakowań produktu.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinno być grywalny prototyp gry wspierającej proces sprzedaży.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

- Zaproś kilka osób do testów gry.
- Zagracie kilka razy w twoją grę.
- Postaraj się wydobyć od nich wartościową informację zwrotną do twojego projektu.
- Zapytaj, czy rozważyliby zakup produktu, żeby zmodyfikować swój zestaw komponentów.
- Popraw go według własnych obserwacji rozgrywki oraz ich wskazówek.

Informacje dodatkowe

Zanim przystąpisz do realizacji zadania, przeanalizuj, jak wyglądała rozgrywka kartami samochodów z gum Turbo. Przykładowe zasady gry kartami Turbo:

- Gracze tasują swoje karty i układają z nich talię awersem do dołu. Wszystkie talie powinny mieć taką sama, uzgodnioną liczbę kart.
- Gracze losowo wybierają, kto zaczyna.
- Zaczynający gracz wybiera kategorię.
- Drugi gracz mówi „najmniej" lub „najwięcej".
- Obaj gracze odkrywają wierzchnie karty ze swoich talii.
- Pojedynek wygrywa gracz, którego karta spełniła ustalony warunek dla wybranej kategorii, czyli np. samochód na jego karcie miał najmniejszą wartość w kategorii moc silnika.
- Gracze, którzy przegrali, odrzucają zużyte karty.
- Gracz, który wygrał pojedynek, wybiera kategorię następnego pojedynku.
- Całą grę wygrywa gracz, który zachował najwięcej kart.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier wspierających sprzedaż?
- Jak zbudować grę, która jednocześnie zachęca do zbierania komponentów i może być wygrana przez osobę, która dopiero o skompletowała swój pierwszy zestaw?
- Jakie inne motywatory może uruchamiać taka gra, by gracze_ki chcieli zbierać kolejne komponenty?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry sprzedażowej, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie: ВЗ m

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie: ВЗ k

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

przejdź do ćwiczenia: ВЦ 5

Jeśli chcesz poznać szczegóły procesu projektowania podobnych gier:

przeczytaj rozdział 23 podręcznika Theoria

Gry marketingowe i PR-owe

W ubiegłym stuleciu gry nie miały najlepszej prasy, podobnie jak gracze i graczki. Od staroświeckich przysłów w stylu „kto gra w karty, ten ma łeb obdarty", po dziennikarskie tyrady pełne obaw o możliwe przywoływanie nieprawdziwych demonów w trakcie sesji gier fabularnych, zawsze ktoś znalazł na naszą branżę PR-owy kij.

Dopiero w ostatnich dekadach sytuacja się zmieniło. Gamerska kultura wywalczyła dla siebie należne jej miejsce, naukowe badania dowiodły, że gry raczej pomagają, niż szkodzą, bycie graczem_ką stało się modne i cool.

Nic dziwnego, że z natury rzeczy nudne firmy i korporacje usiłują podczepić się do tego kolorowego i pełnego pozytywnej energii pociągu. My, twórcy gier, możemy na tym zarobić. Wystarczy, że dostarczymy gry, które zastąpią krzykliwe reklamy i mało wyszukane kampanie promocyjne, na które agencje „kreatywne" od dawna nie mają dobrych i świeżych pomysłów.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gier marketingowych i wizerunkowych;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia gier marketingowych i wizerunkowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią rozdziału 9 „Gry biznesowe" z Podręcznika 2: Gamebook Praxis.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.
- Dostęp do opcji street view w aplikacji Google Maps lub innej o takiej samej funkcjonalności.

Czynności

- Zapoznaj się z przebiegiem kampanii reklamowej płyty *Małomiasteczkowy* Dawida Podsiadło. https://rytmy.pl/szczegoly-kampanii-promujacej-album-dawida-podsiadlo

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry przeglądarkowej promującej nową płytę i trasę koncertową fikcyjnego zespołu popowego (mogą to być podgatunki, jak K-pop), hip-hopowego lub rockowego.

Warunki brzegowe

- Gra powinna być dostępna przy użyciu zwykłej przeglądarki internetowej.
- Aby wygrać, trzeba w zadanym czasie odwiedzić lub w inny sposób pozyskać informacje umieszczone publicznie w miastach, w których odbędą się koncerty zespołu oraz zrealizować konkretne zadanie.
- Zadanie do zrealizowania w każdym mieście powinno być specyficzne dla tego miasta. Umieszczone w innym mieście nie powinno do niego pasować.
- Miast musi być 17, po 1 na każde województwo. Możesz wybrać dowolne miasta.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinny być:

- scenariusz i harmonogram gry;
- projekt strony internetowej oraz jej funkcjonalności;
- papierowy prototyp 17 zadań.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

Zaproś kilka osób do testów gry.

- Rozstaw prototypowe zadania w terenie otwartym i przeprowadź testową rozgrywkę. Każde miejsce, w którym umieścisz zadanie, powinno symbolizować inne miasto.
- Postaraj się wydobyć od nich wartościową informację zwrotną do twojego projektu.
- Zapytaj, czy rozważyliby wybranie się na koncert tego zespołu lub przesłuchali z ciekawości płytę za darmo w jednym z serwisów streamingowych. Dopiero wtedy możesz im zdradzić, że zespół jest fikcyjny.
- Popraw projekt swojej gry według własnych obserwacji rozgrywki oraz ich wskazówek.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier marketingowych i budujących wizerunek?
- Jak zbudować grę, która ma zachęcić do pozagrowej aktywności, jak np. wybranie się na koncert?
- W jaki sposób elementy gry mogą wpłynąć na postrzeganie czegoś zupełnie innego? Jak działa ten mechanizm, od czego jest zależny?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry związanej z marketingiem i PR, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie: BUm

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie: BUk

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

spróbuj zaprojektować grę edukacyjną wykonując ćwiczenie: E1s

spróbuj zaprojektować grę poważną wykonując ćwiczenie: P1s

Jeśli chcesz poznać szczegóły procesu projektowania podobnych gier

przeczytaj rozdział 23 podręcznika Theoria

GRY BIZNESOWE

Ścieżka Multi

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

PO²JUTRZE 2.0

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Gry symulacyjne

Symulatory, a konkretnie symulacje pola bitwy to najstarsze gry poważne. Pojawiły się w pierwszych dekadach XIX wieku w pruskich szkołach oficerskich i szybko udowodniły swoją wszechstronność i przydatność. Posiadają dwie niezaprzeczalne zalety: pozwalają testować bardzo różne scenariusze sytuacyjne, a popełnianie błędów nic nie kosztuje (a już na pewno nie życie żołnierzy).

Większość symulatorów należy jednoznacznie zaliczyć do gier edukacyjnych, ponieważ realizują konkretne efekty kształcenia w zakresie wiedzy lub umiejętności. Z tego powodu ich proces ich projektowania powinien mieć takie same etapy jak tworzenie każdej innej.

Wydzieliłem z tej rodziny konkretną grupę gier, czyli symulacje biznesowe. Zdecydowałem się na taki ruch, bo chociaż wiele z nich to typowe gry szkoleniowe, jednak rezultaty części gier bywają aplikowane do bieżących działań firmy, by przynieść konkretne i mierzalne korzyści. Głównym celem stworzenia takie gry staje się więc zysk, a zwiększanie kompetencji graczy-pracowników staje się celem dodatkowym, pozytywnym efektem ubocznym.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry biznesowej służącej do symulowania działalności przedsiębiorstwa nastawionego na zysk;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia symulacji biznesowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią rozdziałami 6 „Od gier rozrwykowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych", 7 „Gry edukacyjne", 9 „Gry biznesowe" i 11 z Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Wydrukuj szablon Business Model Canvas znajdujący się na końcu tej lekcji.

Co trzeba zrobić?

Jest takie marzeniem, które ma większości studentów_ek kierunków growych. Na przełomie 3 i 4 semestru konkretyzuje się w plan: Razem Z Moimi Przyjaciółmi Z Roku Założymy Własne Studio Gier.

Zanim decyzje o tym, kto będzie miał ile procent udziałów w firmie, kto zostanie CEO i u kogo w garażu zrobimy własnego Wiedźmina (we) czwórkę, spróbujcie w zespole zbudować grę do przetestowania tej wizji przyszłości.

Waszym zadaniem jest zaprojektowanie gry planszowej będącej symulatorem niezależnego studia gier.

Warunki brzegowe

- Gra powinna być przeznaczona dla 3 lub 4 graczy (jeśli będzie działa dla większej liczby lub ma wariant dla 2 to świetnie, ale nie jest to wymagane).
- Każdy z graczy kontroluje swoje przedsiębiorstwo i konkuruje na rynku z firmami rozwijanymi przez innych graczy.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinno być grywalny prototyp gry planszowej symulującej prowadzenie konkretnej firmy rywalizującej na wolnym rynku z przedsiębiorstwami o podobnym profilu.

Przygotuj

- spisane zasady gry;
- prototyp ALFA.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Informacje dodatkowe

Zanim zaczniesz projektować grę, musisz zrozumieć, jak działa takie przedsiębiorstwo. W tym celu wykonaj dwie proste analizy.

1. Analiza wartości, kosztów i przychodów, czyli Business Model Canvas
   Wypełnij wydrukowany przed lekcją szablon. Postaraj się uzupełnić wszystkie komórki i jak najbardziej wyczerpująco odpowiedzieć na jak największą liczbę pytań. Jeśli nie znasz odpowiedzi, postaraj się wyszukać odpowiednie informacje w internecie. Ten krok jest konieczny do tego, aby twoja gra była realistyczna i spełniała swoją rolę.

2. Analiza SWOT
   Posłuż się poniższą ilustracją i wykonaj analizę silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń dla typowego przedsiębiorstwa z wybranej przez ciebie branży.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier biznesowych?
- Jak projektuje się grę, w której konkretna uwarunkowania gospodarcze są potraktowane jako obowiązkowy budulec projektu, który trzeba wykorzystać? Czy to utrudnia, czy ułatwia pracę?
- Skąd brać wiarygodne informacje do projektowania gier symulujących konkretny fragment rzeczywistości? Ile takich informacji trzeba zebrać i umieścić w projekcie gry, żeby spełniała swoje zadanie?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry symulacyjnej:

spróbujcie wykonać ćwiczenie

spróbujcie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

przejdź do ćwiczenia

Partnerzy

Kto jest naszym kluczowym partnerem? Jakie zewnętrzne firmy lub organizacje są nam niezbędne do działania? Jakie kluczowe zasoby i działania realizują nasi partnerzy?

Kluczowe działania

Jakie działania musimy podejmować, by dostarczyć naszym klientom propozycję wartości? Jakich działań wymagają nasze kanały dotarcia do klienta i nawiązywane z nim relacje?

Kluczowe zasoby

Jakich kluczowych zasobów potrzebujemy, żeby zaoferować nasza propozycję wartości? Jakich zasobów wymagają nasze kanały dotarcia do klienta i nawiązywane z nim relacje?

Propozycja wartości

Jaką wartość generujemy dla naszych klientów? Za co będą płacić? Co ich boli, a co ma dla nich kluczowe znaczenie? Jakie problemy klientów rozwiązujemy? Jakie produkty i usługi będziemy oferować?

Relacje z klientami

Jakich relacji oczekują od nas nasi klienci? Czy oczekują osobistego wsparcia, a może szybkiej i automatycznej obsługi? Czy sposób nawiązywania relacji z klientami jest zintegorwany z pozostałymi obszarami modelu biznesowego?

Kanały

Gdzie bywają nasi klienci? Gdzie chcemy spotkać naszych klientów? Z jakich kanałów będziemy korzystać przy nawiązywaniu kontaktu z klientem?

Segmenty klientów

Kto jest naszym klientem? Dla kogo budujemy produkt/usługę? Komu oferujemy wartość? Kto będzie płacił?

Struktura kosztów

Jakie koszty generuje nasz model biznesowy? Jakie nakłady finansowe generują kluczowe zasoby, działania, partnerzy?

Struktura przychodów

Za co klienci są w stanie zapłacić? Za co i ile będa płacić? Które elementy naszego produktu/usługi będą darmowe, a które płatne?

Gry rekrutacyjne

Symulatory, a konkretnie symulacje pola bitwy to najstarsze gry poważne. Pojawiły się w pierwszych dekadach XIX wieku w pruskich szkołach oficerskich i szybko udowodniły swoją wszechstronność i przydatność. Posiadają dwie niezaprzeczalne zalety: pozwalają testować bardzo różne scenariusze sytuacyjne, a popełnianie błędów nic nie kosztuje (a już na pewno nie życie żołnierzy).

Większość symulatorów należy jednoznacznie zaliczyć do gier edukacyjnych, ponieważ realizują konkretne efekty kształcenia w zakresie wiedzy lub umiejętności. Z tego powodu ich proces ich projektowania powinien mieć takie same etapy jak tworzenie każdej innej.

Wydzieliłem z tej rodziny konkretną grupę gier, czyli symulacje biznesowe. Zdecydowałem się na taki ruch, bo chociaż wiele z nich to typowe gry szkoleniowe, jednak rezultaty części gier bywają aplikowane do bieżących działań firmy, by przynieść konkretne i mierzalne korzyści. Głównym celem stworzenia takie gry staje się więc zysk, a zwiększanie kompetencji graczy-pracowników staje się celem dodatkowym, pozytywnym efektem ubocznym.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry biznesowej służącej do symulowania działalności przedsiębiorstwa nastawionego na zysk;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia symulacji biznesowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Wydrukuj szablon Business Model Canvas znajdujący się na końcu tej lekcji.

Co trzeba zrobić?

Jest takie marzenie, które ma większości studentów_ek kierunków growych. Na przełomie 3 i 4 semestru konkretyzuje się w plan: Razem Z Moimi Przyjaciółmi Z Roku Założymy Własne Studio Gier.

Zanim decyzje o tym, kto będzie miał ile procent udziałów w firmie, kto zostanie CEO i u kogo w garażu zrobimy własnego Wiedźmina (we) czwórkę, spróbujcie w zespole zbudować grę do przetestowania tej wizji przyszłości.

Waszym zadaniem jest zaprojektowanie gry planszowej będącej symulatorem niezależnego studia gier.

Warunki brzegowe

- Gra powinna być przeznaczona dla 3 lub 4 graczy (jeśli będzie działa dla większej liczby lub ma wariant dla 2 to świetnie, ale nie jest to wymagane).
- Każdy z graczy kontroluje swoje przedsiębiorstwo i konkuruje na rynku z firmami rozwijanymi przez innych graczy.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinno być grywalny prototyp gry planszowej symulującej prowadzenie konkretnej firmy rywalizującej na wolnym rynku z przedsiębiorstwami o podobnym profilu. Przygotuj:

- spisane zasady gry;
- prototyp ALFA.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Informacje dodatkowe

Zanim zaczniesz projektować grę, musisz zrozumieć, jak działa takie przedsiębiorstwo. W tym celu wykonaj dwie proste analizy.

- Analiza wartości, kosztów i przychodów, czyli Business Model Canvas Wypełnij wydrukowany przed lekcją szablon. Postaraj się uzupełnić wszystkie komórki i jak najbardziej wyczerpująco odpowiedzieć na jak największą liczbę pytań. Jeśli nie znasz odpowiedzi, postaraj się wyszukać odpowiednie informacje w internecie. Ten krok jest konieczny do tego, aby twoja gra była realistyczna i spełniała swoją rolę.

- Analiza SWOT

Posłuż się poniższą ilustracją i wykonaj analizę silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń dla typowego przedsiębiorstwa z wybranej przez ciebie branży.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier biznesowych?
- Jak projektuje się grę, w której konkretna uwarunkowania gospodarcze są potraktowane jako obowiązkowy budulec projektu, który trzeba wykorzystać? Czy to utrudnia, czy ułatwia pracę?
- Skąd brać wiarygodne informacje do projektowania gier symulujących konkretny fragment rzeczywistości? Ile takich informacji trzeba zebrać i umieścić w projekcie gry, żeby spełniała swoje zadanie?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry rekrutacyjnej:

spróbujcie wykonać ćwiczenie

spróbujcie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

przejdź do ćwiczenia

Gry sprzedażowe

Gry wspierające proces sprzedaży wyrosły z narzędzia marketingowego, które ma już prawie 150 lat. W lata 80 XIX wieku firmy tytoniowe zaczęły zadrukowywać reklamami tekturowe wkładki usztywniające opakowania z papierosami. Dzieci szybko zaczęło zbierać te karty i nim nastał wiek XX, na kartach zaczęły pojawiać się wizerunki sportowców. W latach 20 XX wieku karty zaczęto dorzucać do produktów spożywczych, a w latach 50 do wizerunków baseballistów dołączyły regularne karty do gry. W tym samym czasie na kartach ze sportowcami pojawiły się statystyki, co otworzyło furtkę do wymyślania zasad gier, które je wykorzystywały.

Dodawanie komponentów gier do produktów codziennego użytku w celu zwiększenia ich sprzedaży nie jest więc pomysłem nowym, ale wciąż może być niezwykle skuteczne. Zbieractwo, kompletowanie zestawów i ciekawość to jednej z najsilniejszych motywatorów wewnętrznych, jakie rządzą homo sapiens.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry wspierającej proces sprzedaży produktu;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia gier sprzedażowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią rozdziału 9 „Gry biznesowe" z Podręcznika 2: Gamebook Praxis.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Przygotuj 10 tekturowych lub plastikowych opakowań zewnętrznych do produktów codziennego użytku jak pasta do zębów, płatki kukurydziane, herbata czy filtry do odkurzacza.
- Kup w sklepie spożywczym kilka sztuk gumy Turbo. Ważne są opakowania i karty z samochodami, same gumy możesz zjeść lub oddać dzieciom sąsiadów, lub zostawić dla testerów twojej gry.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry imprezowej, która:

- będzie zachęcała do regularnego lub nadmiarowego kupowania produktów;
- wykorzysta opakowania kupowanych produktów (spożywczych i domowych).

Postaraj się zbudować jak najwięcej elementów prototypu z zebranych opakowań.

Warunki brzegowe

- Gra musi być grywalna od 5 do 15 osób.
- Jedna rozgrywka powinna trwać nie dłużej niż 15 minut.
- Z każdego opakowania można wyciąć 1 do 3 komponentów do gry.
- W każdym opakowaniu można znaleźć 1 gotowy komponent do gry.
- Gracze powinni wykonywać swoje akcje jednocześnie.
- Widzialność wszystkich komponentów należących do innych gra-czy_ek nie powinna być istotna dla podejmowania prawidłowych decyzji.
- Wystarczy zakupić 3 opakowania produktu na 1 gracza, aby można było przeprowadzić satysfakcjonująca rozgrywkę.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinno być grywalny prototyp gry wspierającej proces sprzedaży.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Informacje dodatkowe

Zanim przystąpisz do realizacji zadania, przeanalizuj, jak wyglądała rozgrywka kartami samochodów z gum Turbo.

Przykładowe zasady gry kartami Turbo:

- Gracze tasują swoje karty i układają z nich talię awersem do dołu. Wszystkie talie powinny mieć taką sama, uzgodnioną liczbę kart.
- Gracze losowo wybierają, kto zaczyna.
- Zaczynający gracz wybiera kategorię.
- Drugi gracz mówi „najmniej" lub „najwięcej".
- Obaj gracze odkrywają wierzchnie karty ze swoich talii.
- Pojedynek wygrywa gracz, którego karta spełniła warunki, czyli np. miał samochód z najmniejszą mocą silnika.
- Gracze, którzy przegrali, odrzucają zużyte karty. Gracz, który wygrał pojedynek, deklaruje kolejną kategorię.
- Całą grę wygrywa gracz, który zachował najwięcej kart.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier wspierających sprzedaż?
- Jak zbudować grę, która jednocześnie zachęca do zbierania komponentów i może być wygrana przez osobę, która skompletowała swój pierwszy zestaw?
- Jakie inne motywatory może uruchamiać taka gra, by gracze_ki chcieli zbierać kolejne komponenty?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry sprzedażowe:

spróbujcie wykonać ćwiczenie

spróbujcie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

przejdź do ćwiczenia

Gry marketingowe i PR-owe

W ubiegłym stuleciu gry nie miały najlepszej prasy, podobnie jak gracze i graczki. Od staroświeckich przysłów w stylu „kto gra w karty, ten ma łeb obdarty", po dziennikarskie tyrady pełne obaw o możliwe przywoływanie nieprawdziwych demonów w trakcie sesji gier fabularnych, zawsze ktoś znalazł na naszą branżę PR-owy kij.

Dopiero w ostatnich dekadach sytuacja się zmieniło. Gamerska kultura wywalczyła dla siebie należne jej miejsce, naukowe badania dowiodły, że gry raczej pomagają, niż szkodzą, bycie graczem_ką stało się modne i cool.

Nic dziwnego, że z natury rzeczy nudne firmy i korporacje usiłują podczepić się do tego kolorowego i pełnego pozytywnej energii pociągu.

My, twórcy gier, możemy na tym zarobić. Wystarczy, że dostarczymy gry, które zastąpią krzykliwe reklamy i mało wyszukane kampanie promocyjne, na które agencje „kreatywne" od dawna nie mają dobrych i świeżych pomysłów.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gier marketingowych i wizerunkowych;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia gier marketingowych i wizerunkowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią rozdziału 9„Gry biznesowe" z Podręcznika 2: Gamebook Praxis.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Co trzeba zrobić?

Zaprojektuj grę oraz część garderoby (np. kurtkę, spodnie, buty) lub akcesorium odzieżowe (breloczek, pasek, smycz do kluczy, szalik), którą gra ma wypromować.

Warunki brzegowe

Twoja gra:

- musi być aplikacją mobilną i wykorzystywać lokalizację osób grających;
- musi w jakiś sposób łączyć świat rzeczywisty z fikcyjnym światem gry;
- musi sprawiać, że spotykanie innych osób również mających na sobie rzecz jest istotne dla rozgrywki;
- może wymuszać interakcje społeczne z takimi osobami.

Promowana rzecz:

- może mieć kilka wariantów kolorystycznych lub wzorów, ale wszystkie muszą jednoznacznie kojarzyć się ze sobą.
- powinna być widoczna podczas noszenia;
- powinna pasować do innych ubrań noszonych przez większą część roku (z wyjątkiem ekstremalnej pogody).

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinny być:

- spisane zasady gry;
- szkic prototypu aplikacji;
- lista funkcjonalności i scenariusze użycia aplikacji;
- szkic lub prototyp promowanej rzeczy.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Informacje dodatkowe

Zajęcia można wzbogacić prosząc uczestników_czki by przynieśli ze sobą na zajęcia nieużywane i niepotrzebne elementy garderoby i akcesoria odzieżowe i wykorzystali je do zrobienia prototypu.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier marketingowych i budujących wizerunek?
- Jak zbudować grę, która ma wygenerować modę albo trend?
- W jaki sposób elementy gry mogą wpłynąć na postrzeganie czegoś zupełnie innego? Jak działa ten mechanizm, od czego jest zależny?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry związanej z marketingiem i PR:

spróbujcie wykonać ćwiczenie BU S

spróbujcie wykonać ćwiczenie BU K

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

spróbuj zaprojektować grę edukacyjną wykonując ćwiczenie E1 M

spróbuj zaprojektować grę biznesową wykonując ćwiczenie P1 M

GRY BIZNESOWE

Ścieżka Kampania

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

PO²JUTRZE 2.0

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Gry symulacyjne

Symulatory, a konkretnie symulacje pola bitwy to najstarsze gry poważne. Pojawiły się w pierwszych dekadach XIX wieku w pruskich szkołach oficerskich i szybko udowodniły swoją wszechstronność i przydatność. Posiadają dwie niezaprzeczalne zalety: pozwalają testować bardzo różne scenariusze sytuacyjne, a popełnianie błędów nic nie kosztuje.

Większość symulatorów należy jednoznacznie zaliczyć do gier edukacyjnych, ponieważ realizują konkretne efekty kształcenia w zakresie wiedzy lub umiejętności. Z tego powodu ich proces ich projektowania powinien mieć takie same etapy jak tworzenie każdej innej.

Wydzieliliśmy z tej rodziny konkretną grupę gier, czyli symulacje biznesowe. Zdecydowaliśmy się na taki ruch, bo chociaż wiele z nich to typowe gry szkoleniowe, jednak rezultaty części gier bywają aplikowane do bieżących działań firmy, by przynieść konkretne i mierzalne korzyści. Głównym celem stworzenia takie gry staje się więc zysk, a zwiększanie kompetencji graczy-pracowników staje się celem dodatkowym, pozytywnym efektem ubocznym.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry biznesowej służącej do symulowania działalności przedsiębiorstwa nastawionego na zysk;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia symulacji biznesowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią rozdziałami 6 „Od gier rozrwykowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych", 7 „Gry edukacyjne", 9 „Gry biznesowe" i 11 z Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Wydrukuj szablon Business Model Canvas znajdujący się na końcu tej lekcji.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry będącej symulacją przedsiębiorstwa zatrudniającego od 20 do 50 pracowników działającego w wybranej przez ciebie branży produkcyjnej.

Jeśli potrzebujesz inspiracji, listę branż znajdziesz np. na stronie Grupy Biznes Polska. https://www.biznes-polska.pl/branze/

Warunki brzegowe

Twoja gra:

- musi zakładać udział od 1 do 5 graczy oraz facylitatora (pełniącego podobna role co Mistrz Gry w grach fabularnych).
- musi trwać nie krócej niż 3 i nie dłużej niż 6 godzin;
- musi posiadać system interakcji Zespół lub Gracz vs Gra;
- musi posiadać wyraźny rytm, który będą wyznaczały:
  - wewnętrzny licznik czasu;
  - sygnały i zdarzenia zewnętrzne płynące z rynku (losowe, wybierane przez facylitatora lub będące częścią konkretnego scenariusza);
- musi posiadać zautomatyzowany arkusz kalkulacyjny z zaprojektowanymi formułami.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinny być:

- Kompletne zasady gry.
- Prototyp SILVER.
- 2 scenariusze rozgrywki.

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny

Informacje dodatkowe

Zadanie może mieć format indywidualny lub zespołowy. Czas trwania to 3 do 5 tygodni.

Zanim zaczniesz projektować grę, musisz zrozumieć, jak działa takie przedsiębiorstwo. W tym celu wykonaj dwie proste analizy.

1. Analiza wartości, kosztów i przychodów, czyli Business Model Canvas
2. Wypełnij wydrukowany przed lekcją szablon. Postaraj się uzupełnić wszystkie komórki i jak najbardziej wyczerpująco odpowiedzieć na jak największą liczbę pytań. Jeśli nie znasz odpowiedzi, postaraj się wyszukać odpowiednie informacje w internecie. Ten krok jest konieczny do tego, aby twoja gra była realistyczna i spełniała swoją rolę.
3. Analiza SWOT
4. Posłuż się poniższą ilustracją i wykonaj analizę silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń dla typowego przedsiębiorstwa z wybranej przez ciebie branży.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier biznesowych?
- Jak projektuje się grę, w której konkretna uwarunkowania gospodarcze są potraktowane jako obowiązkowy budulec projektu, który trzeba wykorzystać? Czy to utrudnia, czy ułatwia pracę?
- Skąd brać wiarygodne informacje do projektowania gier symulujących konkretny fragment rzeczywistości? Ile takich informacji trzeba zebrać i umieścić w projekcie gry, żeby spełniała swoje zadanie?

	Pozytywne	Negatywne
Wewnętrzne	S Mocne strony	W Słabe strony
Zewnętrzne	O Szanse	T Zagrożenia

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry symulacyjnej, spróbuj:

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie B1 m

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie B1 s

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

przejdź do ćwiczenia B2 k

Partnerzy

Kto jest naszym kluczowym partnerem? Jakie zewnętrzne firmy lub organizacje są nam niezbędne do działania? Jakie kluczowe zasoby i działania realizują nasi partnerzy?

Kluczowe działania

Jakie działania musimy podejmować, by dostarczyć naszym klientom propozycję wartości? Jakich działań wymagają nasze kanały dotarcia do klienta i nawiązywane z nim relacje?

Kluczowe zasoby

Jakich kluczowych zasobów potrzebujemy, żeby zaoferować nasza propozycję wartości? Jakich zasobów wymagają nasze kanały dotarcia do klienta i nawiązywane z nim relacje?

Propozycja wartości

Jaką wartość generujemy dla naszych klientów? Za co będą płacić? Co ich boli, a co ma dla nich kluczowe znaczenie? Jakie problemy klientów rozwiązujemy? Jakie produkty i usługi będziemy oferować?

Relacje z klientami

Jakich relacji oczekują od nas nasi klienci? Czy oczekują osobistego wsparcia, a może szybkiej i automatycznej obsługi? Czy sposób nawiązywania relacji z klientami jest zintegorwany z pozostałymi obszarami modelu biznesowego?

Kanały

Gdzie bywają nasi klienci? Gdzie chcemy spotkać naszych klientów? Z jakich kanałów będziemy korzystać przy nawiązywaniu kontaktu z klientem?

Segmenty klientów

Kto jest naszym klientem? Dla kogo budujemy produkt/usługę? Komu oferujemy wartość? Kto będzie płacił?

Struktura kosztów

Jakie koszty generuje nasz model biznesowy? Jakie nakłady finansowe generują kluczowe zasoby, działania, partnerzy?

Struktura przychodów

Za co klienci są w stanie zapłacić? Za co i ile będa płacić? Które elementy naszego produktu/usługi będą darmowe, a które płatne?

Gry rekrutacyjne

Gry służące do znalezienia pracowników o właściwych kwalifikacjach, kompetencjach czy cechach osobowości to zdecydowanie jeden z bardziej fascynujących obszarów stosowania gier poważnych. Pionierami w tym zakresie były armia (głównie amerykańska) orz służby wywiadowcze. Mroczny przykład zastosowania takiego rozwiązania przez bezwzględną korporację przedstawił w swoim filmie Metoda (hiszp. El método) reżyser Marcelo Piñeyro. W dobie drastycznie szybko zmieniającego się rynku pracy, zanikania starych zawodów i pojawiania się nowych, może okazać się, że właśnie gry tego typu zyskają na popularności jako skuteczne narzędzie rekrutacyjne.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry rekrutacyjnej służącej do znajdowania pracowników o właściwych kwalifikacjach, kompetencjach i/lub cechach osobowości;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia gier rekrutacyjnych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Przed zajęciami zagraj w fizyczną lub przeglądarkową wersje gry Tajniacy (z ang. Codenames); https://codenames.game/
  - ▹ Opcjonalnie, jeśli jest taka możliwość, obejrzyj film *Metoda*.
  - ▹ Przejrzyj oferty pracy w branży gamedev w serwisie Skillshot.pl
  - ▹ https://www.skillshot.pl

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry larpowej , która w procesie rekrutacji może posłużyć do znalezienia kandydatów z kompletem kompetencji:

- określanych jako 4C;
- wymaganych w wybranym ogłoszeniu o pracę.

Warunki brzegowe

Twoja gra:

- musi być przeznaczona przynajmniej dla 4 do 8 graczy;
- może trwać od 2 do 3 godzin;
- może należeć do dowolnego gatunku estetycznego;
- nie może korzystać z dedykowanych aplikacji, stron www oraz innych skomplikowanych materiałów.
- powinna być możliwa do rozegrania w dwóch położonych obok siebie salach konferencyjnych o powierzchni ok. 30m2, wyposażonych w podstawowe sprzęty biurowe.
- musi weryfikować umiejętności i kompetencje wymagane w ogłoszeniu o pracę.

Dodatkowe warunki.

- Wynik gry powinien jednoznacznie wskazywać na to, kto spośród graczy wykazał się pożądanymi umiejętnościami.
- Pula kompetencji Umiejętności uczenia się i tworzenia (z ang. *4C: Learning and Innovation Skills*) czyli:
  - Krytyczne myślenia i rozwiązywanie problemów (z ang. *Critical Thinking and Prolbem Solving*);
  - Kreatywność i pomysłowość (z ang. *Creativity and Innovation*);
  - Komunikatywność (z ang. *Communication*);
  - Umiejętność współracy (z ang. *Collaboration*).

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinny być:

- Scenariusz larpu w formacie Print&Play lub Print Prepare & Play.

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny

Informacje dodatkowe

Zadanie może mieć format indywidualny lub zespołowy. Czas trwania to 3 do 5 tygodni.

Zanim przystąpisz do realizacji zadania, przeanalizuj design gry *Tajniacy*. W jaki sposób realizuje ona jednocześnie wszystkie 4 umiejętności z grupy 4C? Jakie elementy gry za to odpowiadają?

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier rekrutacyjnych?
- W jaki sposób łączyć umiejętności z wyzwaniami, mechanikami gier i wygrywającymi strategiami?
- Jak sprawiedliwie i obiektywnie weryfikować wyniki takich gier? Jak uzyskać pewność, że dają prawidłowe rezultaty?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry rekrutacyjnej, spróbuj:

- wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie — B2 m
- wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie — B2 s

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

- przejdź do ćwiczenia — B3 k

Gry sprzedażowe

Gry wspierające proces sprzedaży wyrosły z narzędzia marketingowego, które ma już prawie 150 lat. W lata 80 XIX wieku firmy tytoniowe zaczęły zadrukowywać reklamami tekturowe wkładki usztywniające opakowania z papierosami. Dzieci szybko zaczęły je zbierać i nim nastał wiek XX, na kartach zaczęły pojawiać się wizerunki sportowców. W latach 20 XX wieku karty zaczęto dorzucać do produktów spożywczych, a w latach 50 do wizerunków baseballistów dołączyły regularne karty do gry. W tym samym czasie na kartach ze sportowcami pojawiły się statystyki, co otworzyło furtkę do wymyślania zasad wykorzystujących je gier.

Dodawanie komponentów gier do produktów codziennego użytku w celu zwiększenia ich sprzedaży nie jest więc pomysłem nowym, ale wciąż może być niezwykle skuteczne. Zbieractwo, kompletowanie zestawów i ciekawość to jednej z najsilniejszych motywatorów wewnętrznych, jakie rządzą homo sapiens.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry wspierającej proces sprzedaży produktu;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia gier sprzedażowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią rozdziału 9 „Gry biznesowe" z Podręcznika 2: Gamebook Praxis.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.
- 10 tekturowych lub plastikowych opakowań zewnętrznych produktu A, po 5 opakować produktów B i C. Wszystkie produkty powinny należeć do jednej grupy przedmiotów codziennego użytku (np. artykuły spożywcze, środki czystości)

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry planszowej lub karcianej, która:

- będzie zachęcała do regularnego lub nadmiarowego kupowania produktów;
- wykorzysta opakowania kupowanych produktów (spożywczych i domowych);
- będzie wspierać mechanizm *cross-sell*, czyli sprzedaży wiązanej. Postaraj się zbudować jak najwięcej elementów prototypu z zebranych opakowań.

Warunki brzegowe

- Gracz powinien móc samodzielnie wyciąć 1 do 3 komponentów do gry z każdego opakowania.
- Gracz może otrzymać 1 gotowy komponent w każdym opakowaniu.
- Każdy gracz gra swoim zestawem komponentów.
- Gra ma być przeznaczona dla 2 graczy.
- Rozgrywka powinna trwać od 15 do 45 minut.
- Aby zagrać, gracz musi zakupić minimum 6 opakowań produktu A.
- Komponenty z produktów B i C mogą wzbogacać rozgrywkę, ale nie powinny zwiększać szans na zwycięstwo. Pomimo tego gracze powinni być zmotywowani do tego, by je zdobywać.
- Nie można zagrać w grę, mając do dyspozycji wyłącznie komponenty z produktów B i C.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinny być:

- Kompletne zasady gry.
- Prototyp SILVER.

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny

Informacje dodatkowe

Zadanie może mieć format indywidualny lub zespołowy. Czas trwania to 3 do 4 tygodni.

Zanim przystąpisz do realizacji zadania, przeanalizuj, jak wyglądała rozgrywka kartami samochodów z gum Turbo.

Przykładowe zasady gry kartami Turbo:

- Gracze tasują swoje karty i układają z nich talię awersem do dołu. Wszystkie talie powinny mieć taką sama, uzgodnioną liczbę kart.
- Gracze losowo wybierają, kto zaczyna.
- Zaczynający gracz wybiera kategorię.
- Drugi gracz mówi „najmniej" lub „najwięcej".
- Obaj gracze odkrywają wierzchnie karty ze swoich talii.
- Pojedynek wygrywa gracz, którego karta spełniła ustalony warunek dla wybranej kategorii, czyli np. samochód na jego karcie miał najmniejszą wartość w kategorii moc silnika.
- Gracze, którzy przegrali, odrzucają zużyte karty.
- Gracz, który wygrał pojedynek, wybiera kategorię następnego pojedynku.
- Całą grę wygrywa gracz, który zachował najwięcej kart.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier wspierających sprzedaż?
- Jak zbudować grę, która jednocześnie zachęca do zbierania komponentów i może być wygrana przez osobę, która dopiero co skompletowała swój pierwszy zestaw?
- Jakie inne motywatory może uruchamiać taka gra, by gracze_ki chcieli zbierać kolejne komponenty?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry sprzedażowej, spróbuj:

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier biznesowych:

przejdź do ćwiczenia

Gry marketingowe i PR-owe

W ubiegłym stuleciu gry nie miały najlepszej prasy, podobnie jak gracze i graczki. Od staroświeckich przysłów w stylu „kto gra w karty, ten ma łeb obdarty", po dziennikarskie tyrady pełne obaw o możliwe przywoływanie nieprawdziwych demonów w trakcie sesji gier fabularnych, zawsze ktoś znalazł na naszą branżę PR-owy kij.

Dopiero w ostatnich dekadach sytuacja się zmieniło. Gamerska kultura wywalczyła dla siebie należne jej miejsce, naukowe badania dowiodły, że gry raczej pomagają, niż szkodzą, bycie graczem_ką stało się modne i cool.

Nic dziwnego, że z natury rzeczy nudne firmy i korporacje usiłują podczepić się do tego kolorowego i pełnego pozytywnej energii pociągu. My, twórcy gier, możemy na tym zarobić. Wystarczy, że dostarczymy gry, które zastąpią krzykliwe reklamy i mało wyszukane kampanie promocyjne, na które agencje „kreatywne" od dawna nie mają dobrych i świeżych pomysłów.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gier marketingowych i wizerunkowych;

Nauczysz się:

- podstaw tworzenia gier marketingowych i wizerunkowych.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią rozdziału 9 „Gry biznesowe" z Podręcznika 2: Gamebook Praxis.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 10 „PROCES: Projektowanie gry biznesowej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Przeanalizuj kampanie reklamowe i promocyjne 5 różnych banków. Zwróć uwagę na elementy nie stanowiące oferty handlowej. Czym starają się wyróżnić? Co jest ich unikalnym symbolem, elementem komunikacji? Jak budują swoją markę i wizerunek?

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektować grę wspierającą istniejącą politykę wizerunkową wybranego banku.

Warunki brzegowe

Twoja gra:

- może być dowolną grą cyfrową (mobilna, video, przeglądarkowa, ARG);
- musi być przeznaczona dla jednego gracza;
- musi posiadać precyzyjnie zaprojektowaną podróż gracza, w szczególności fazę Zmierzchu (z ang. *Endgame*);
- nie powinna zajmować dużo czasu, ale wymagać regularności;
- może zawierać mechanizm, w którym gracze porównują swoje osiągnięcia z wynikami innych osób grających;
- musi pozwalać na stałe dodawanie nowej zawartości i aktualizowanie już istniejącej bez szkody dla rozgrywki.

Efekt pracy

- Rezultatem twojej pracy powinny być:
  Kompletne zasady gry.
- Prototyp SILVER.

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny
- Kryterium dodatkowe: w jakim stopniu gra jest spójna z aktualną kampanią wizerunkową wybranego banku?

Informacje dodatkowe

- Zadanie może mieć format indywidualny lub zespołowy. Czas trwania to 3 do 5 tygodni.
- Każdy zespół powinien wybrać inny bank.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier marketingowych i budujących wizerunek?
- Jak zbudować grę, która wpasowuje się w istniejące, często wieloletnie kampanie marketingowe i wizerunkowe?
- W jaki sposób elementy gry mogą wpłynąć na postrzeganie czegoś zupełnie innego? Jak działa ten mechanizm, od czego jest zależny?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry związanej z marketingiem i PR, spróbuj:

- wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie
- wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier pozarozrywkowych:

- spróbuj zaprojektować grę edukacyjną wykonując ćwiczenie
- spróbuj zaprojektować grę poważną wykonując ćwiczenie

GRY EDUKACYJNE

Ścieżka Solo

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

PO²JUTRZE 2.0

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Gry Taksonomia Blooma i czasowniki efektów kształcenia

Taksonomia efektów kształcenia Benjamina Blooma niebawem będzie obchodzić 70 urodziny. Od tego czasu prawie się nie zestarzała. Z małą korektą (zamiana miejscami dwóch topowych efektów) wciąż jest niezastąpionym narzędziem do rozumienia, dlaczego niektóre metody nauczania działają lepiej, a inne gorzej. Świetnie sprawdza się też do świadomego projektowania zadań, poleceń i całych rozwiązań edukacyjnych.

Co wspólnego mają gry z edukacją? Otóż żeby osiągać dobre wyniki i wygrywać w jakąś grę trzeba się sporo nauczyć, zyskać kompetencje, rozwinąć umiejętności. Gry są systemami, które nas uczą. Dobre gry robią to w taki sposób, że ta nauka sprawia nam przyjemność.

My, ludzie, tak naprawdę lubimy się uczyć. Potrzebujemy jedynie do tego narzędzi, które łączą naukę z frajdą.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- prezentacja praktycznego zastosowania taksonomii efektów kształcenia Blooma oraz powiązanych z nią czasowników efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- dlaczego chętnie uczymy się jak wygrać w grę, a na egzamin niekoniecznie.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, kolorowy pisak, ołówek lub długopis)

Czynności

- Wydrukuj 6 egzemplarzy tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia znajdującą się na końcu tej lekcji.
- Przypomnij sobie 3 gry (planszowe lub karciane), które lubisz i 3, za którymi nie przepadasz. Zagraj w każdą z nich jeszcze raz. Nie musisz kończyć rozgrywki. Chodzi o to, aby przywołać wrażenia, jakie oferuje dany tytuł.

Co trzeba zrobić?

Nie korzystając z instrukcji do danej gry, spróbuj opisać czynności, jakie wykonujesz w trakcie rozgrywki, używając wyłącznie czasowników znajdujących się w tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia.

Gdy już to zrobisz, podpisz każdą kartkę z tabelą tytułem gry i zakreśl czasowniki, które użyłeś_aś do opisania rozgrywki.

Przykłady:

- Stawiam HIPOTEZĘ na temat następnego ruchu mojego przeciwnika.
- Staram się SFORMUŁOWAĆ wieloznaczne hasło, które nie wszyscy odgadną.
- Próbuję ZAPAMIĘTAĆ, gdzie leży kafelek z konkretnym obrazkiem.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinno być 6 tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia, na której zakreśliłeś_aś po 5 do 15 czasowników.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

To ćwiczenie nie może pójść ani dobrze, ani źle. Zakreślenia w tabelach obrazują Twoje Osobiste Doświadczenie, które nie podlega wartościowaniu. Przyjrzyj się wynikom własnej analizy. Czy gry, które lubisz, mają jakieś cechy wspólne?

Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej, wykonaj to ćwiczenie z kimś, kto też zna te gry. Zobacz, czy ich grafy będą przypominać twoje. Wspólnie omówcie wasze rezultaty.

Informacje dodatkowe

Popularne gry, które na pewno warto przeanalizować, jeśli je znasz:

- Dixit;
- Monopoly;
- Chińczyk;
- Wsiąść do pociągu;
- wojna;
- szachy.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Dlaczego dobre gry opierają się o efekty wysokiego rzędu, a nie te z dołu piramidy? Jak łączy się to z koncepcją Znaczącego Wyboru?
- W jaki sposób dobre i lubiane gry realizują efekty kształcenia wysokiego rzędu?
- Dlaczego system szkolnictwa tego nie potrafi? Co należałoby w nim zmienić?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się to zadanie, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli zainteresowało cię się projektowanie gier edukacyjnych:

przejdź do ćwiczenia

Tabela czasowników efektów kształcenia

ZAPAMIĘTYWANIE	ROZUMIENIE	STOSOWANIE	ANALIZOWANIE	EWALUOWANIE	TWORZENIE
WYMIEŃ	OBLICZ	ZADEMONSTRUJ	OCEŃ	WARTOŚCIUJ	ZMIEŃ
NAZWIJ	SKATEGORYZUJ	WYKONAJ	PRZYPISZ	SPRAWDŹ	POŁĄCZ
ZIDENTYFIKUJ	SKLASYFIKUJ	ZASTOSUJ	SKONTRASTUJ	SKOORDYNUJ	PRZERÓB
SKOPIUJ	WYJAŚNIJ	PRZEĆWICZ	WYKRYJ	OSĄDŹ	PRZEBUDUJ
ZDUPLIKUJ	PORÓWNAJ	ROZWIĄŻ	ZDEKONSTRUUJ	MONITORUJ	ROZBUDUJ
ROZPOZNAJ	ODRÓŻNIJ	UŻYJ	SPRAWDŹ	ODTWÓRZ	ZAKTUALIZUJ
PRZYPOMNIJ SOBIE	PODAJ KONKLUZJĘ	PRZEPROWADŹ DZIAŁANIE	SFORMUŁUJ	DOKONAJ PRIORYTETYZACJI	ZRÓB KOMPLIKACJE
PODAJ DEFINICJĘ	ZINTERPRETUJ	STWÓRZ KLASYFIKACJĘ	WYBIERZ	ZWERYFIKUJ	ZAPLANUJ
	ZLOKALIZUJ		USTRUKTURYZUJ	STWÓRZ RANKING	USPRAWNIJ
	POŁĄCZ		ZSEKWENCJUJ	NADAJ STATUS	UDOSKONALIJ
	SPARAFRAZUJ		PRZETESTUJ	SKLASYFIKUJ	ZAPROJEKTUJ
	PODSUMUJ		ZINTEGRUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „ZA”	POSTAW HIPOTEZĘ
	PRZETŁUMACZ		ZORGANIZUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „PRZECIW”	UOGÓLNIJ
	PODAJ PRZYKŁAD		ODNIEŚ DO CZEGOŚ		STWÓRZ
	OPISZ		WYRÓŻNIJ		ZAPLANUJ
	PRZEDYSKUTUJ		ROZBIERZ NA CZYNNIKI		WYMYŚL

Game Based Learning, czyli edukacja oparta o grę

Granie w gry jest fajne. Szkoła jest mniej fajna. Pewnie byłaby fajniejsza, gdyby podczas lekcji można było grać w gry. Nauczyciele_ki pewnie by na to przystali, gdyby gry uczyły tego, co jest w programie nauczania, do którego realizacji nauczyciele_ki są zobowiązani. Najlepiej sprawdziłyby się do tego specjalnie zaprojektowane gry edukacyjne.

Istnieje jednak inne rozwiązanie. Można sprawdzić się, czy nie istnieją dobre gry, zaprojektowane z myślą wyłącznie o rozrywce, podczas których by wygrać, szlifujemy umiejętności lub stosujemy wiedzę ujętą w podstawie programowej.

Najłatwiejsze zadanie mają matematycy. Wiele znanych i lubianych gier karcianych wymaga na przykład obliczania prawdopodobieństwa. Ale w powodzi gier, które zalewają sklepowe półki w dzisiejszych czasach, znajdzie się gra dla nauczycieli każdego innego przedmiotu.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- trening analizy gier pod kątem realizowania efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- jak można wykorzystywać dobrze zaprojektowane gry rozrywkowe jako gry edukacyjne.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".
- Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Baza instrukcji do gier karcianych na stronie Pagat.com https://www.pagat.com/
- Podstawa programowa przedmiotu matematyka dla klas IV-VIII szkoły podstawowej. https://podstawaprogramowa.pl/Szkola-podstawowa-IV-VIII/Matematyka

Co trzeba zrobić?

Zapoznaj się z podstawą programową do przedmiotu matematyka w klasach IV-VIII szkoły podstawowej. Następnie znajdź na stronie Pagat.com przynajmniej 3 (oczywiście możesz wyszukać ich więcej!) nieznane ci wcześniej gry, które mogliby stosować nauczyciele na lekcji jako pomoc dydaktyczną. Stwórz scenariusz takiej lekcji.

Efekt pracy

- Lista gier, które nauczyciele matematyki mogliby stosować na lekcjach jako pomoc dydaktyczną ze wskazaniem efektów kształcenia, które każda z gier realizuje.
- Scenariusz lekcji, podczas której uczniowie przez część zajęć grają w wybraną grę. Stwórz taki scenariusz dla każdej z gier.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

Spotkaj się z nauczycielami matematyki uczącymi w szkole podstawowej i zademonstruj im, jak działa każda z gier. Następnie zweryfikujcie, czy prawidłowo oceniłeś_aś każdą z nich.

Informacje dodatkowe

Na stronie Pagat.com oprócz gier karcianych znajdują się również gry używające kamieni domino. Domino to przyjemna i kompletnie zapomniana gra, a raczej komponent używany do rozgrywania wielu gier (podobnie jak klasyczna talia kart). Możesz do swojej listy dołączyć gry, które oparte są właśnie o domino.

Oprócz gier karcianych możesz też oprzeć się o gry rozgrywane przy użyciu kostek sześciościennych. Ich również istnieje bardzo wiele.

Podsumowanie

Ważne pytania

- W jakich okolicznościach wiedza zawarta w podstawie programowej staje się wygrywającą strategią w grze?
- Jak wygląda efektywny proces analizy i ewaluacji gier pod kątem realizacji konkretnych efektów kształcenia?
- W jaki sposób gry rozrywkowe mogą stać się wartościowym kontekstem dla wiedzy teoretycznej?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się to zadanie, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli zainteresowało cię się projektowanie gier edukacyjnych:

przejdź do ćwiczenia

Edumoding

Istnieje korelacja pomiędzy niewielką grupą efektów kształcenia a zwycięskimi strategiami i umiejętnościami, jakie szlifują osoby grające w niektóre gry rozrywkowe. Jest jednak bardzo dużo gier, które dają mnóstwo frajdy, ale nie uczą tego, co system edukacji uznaje za wartościowe. Czy jest jakiś sposób, żeby wprowadzić ich użycie do scenariusza lekcyjnego? Owszem. w tym celu można posłużyć się edumodingiem. Polega on na przerobieniu jakiegoś elementu gry w taki sposób, żeby gra realizowała wybrane efekty kształcenia, bez szkody dla grywalności i frajdy dostarczanej przez oryginał. Najczęściej modyfikacje obejmują elementy powłoki gry, czyli jej warstwę narracyjną i/lub estetyczną.

Skuteczność takich gier we wspomaganiu procesu nauczania jest nieco mniejsza niż w przypadku gier realizujących wymagania nurtu *game based learning*. Z kolei ich atrakcyjność w porównaniu do innych materiałów dydaktycznych jest bardzo wysoka. Coś za coś.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- nauka modyfikacji gier pod kątem realizowania efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- jak można skutecznie implementować wiedzę i informacje zawarte w efektach kształcenia w powłoce gry.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki).
- 1 talia kart i karteczki post-it (jeśli nie chcemy uszkodzić kart) lub papier naklejkowy (jeśli chcemy, aby prototyp był trwały).
- Instrukcja do gry kwartet.

Czynności

- Przed przystąpieniem do realizacji zadania, zagraj kilka razy w grę kwartet.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie talii do gry w grę kwartet, której warstwa estetyczna będzie zawierać informacje z jakiejś dziedziny wiedzy. Zasady gry znajdziesz na końcu tego ćwiczenia.

Warunki brzegowe

- Musisz pozbyć się klasycznych oznaczeń karcianych.
- Do swojej gry musisz stworzyć 13 kwartetów na ten sam temat.

Przykład

- Ginące zwierzęta. Każdy karta w każdym kwartecie zawiera nazwę ginącego gatunku zwierzęcia oraz:
- na karcie A: szacunkową liczbę żyjących osobników;
- na karcie B: poziom zagrożenia wyginięciem;
- na karcie C: aktualny zasięg występowania gatunku;
- na karcie D: historyczny zasięg występowania gatunku.

Efekt pracy

Wynikiem twojej pracy powinna być nowa wersja gry kwartet z szatą graficzną zawierającą informacje spójne z efektami kształcenia z wybranej dziedziny wiedzy.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

Zaproś kilka osób do testów gry. Zanim zaczniecie rozgrywkę, sprawdź, czy jaka jest ich świadomość na temat poruszany przez grę. Możesz nawet przygotować prosty test wiedzy (tzw. pretest). Następnie przeprowadź kilka rozgrywek. Po ich zakończeniu ponownie sprawdź ich wiedzę w wybrany sposób.

Podsumowanie

Ważne pytania

- W jakich okolicznościach wiedza zawarta w podstawie programowej może stać się atrakcyjnym elementem powłoki gry? Co trzeba zrobić, żeby tak się stało?
- W jaki sposób modyfikować gry rozrywkowe, aby nie wpłynęło to negatywnie na ich grywalność i frajdę, jaką dają?
- Jak szukać wiedzy i ja analizować, aby stała się inspiracja do stworzenia atrakcyjnej powłoki gry?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się to zadanie, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie m

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie k

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier edukacyjnych:

przejdź do ćwiczenia s

KWARTET. ZASADY GRY

1. Jeden z graczy tasuje talię zawierająca 52 karty, a następnie przekazuje ją rozdającemu.

2. Rozdający dzieli karty pomiędzy 3 do 6 graczy.

3. Kwartet do 4 karty o tej samej wartości. Jeśli gracz otrzymał kwartet w rozdaniu, musi go pokazać innym graczom i odłożyć na stół.

4. Rozpoczyna gracz, który tasował karty. Pyta dowolnego gacza gry o kartę o określonej wysokości i kolorze.

5. Jeśli zapytany ma taką kartę, musi oddać ją pytającemu. Pytający może w takim wypadku zadać kolejne pytanie o inną kartę temu samemu lub innemu graczowi. Jeśli w ten sposób zdobył czwartą kartę o tej samej wielkości, mówi „kwartet", odkłada go na stół i kontynuuje pytanie graczy o inne karty.

6. Jeśli zapytany nie miał karty, mówi „pudło" i przejmuje kolejkę. Teraz on może pytać o karty, dopóki nie straci kolejki lub nie zbierze wszystkich kwartetów.

7. Wygrywa gracz, który na koniec gry ma największą liczbę kwartetów.

Edugry

Wśród osób zajmujących się edukacją jeszcze do niedawna dość powszechne było wrażenie, że projektowanie gier jest proste i każdy sobie z tym poradzi. Na fali tego przekonania powstało bardzo wiele kiepskich gier, których w wielu wypadkach nie należy nawet nazywać grami. Były to projekty gropodobne, które ani nie sprawdzały się jako skuteczna pomoc dydaktyczna, ani nie dawały frajdy z grania. Co więcej, w wiele z nich trudno było w ogóle zagrać czy nawet pojąć ich zasady lub cel.

Powodem tego było projektowanie ich zgodnie z filozofią „Od powłoki do szkieletu", ale bez kompletnej świadomości jak proces Doświadczenie → Design powinien prawidłowo przebiegać. Najczęstszą procedurą był wybór treści edukacyjnych (najczęściej faktów, danych, dat lub wzorów), stworzenie na tej podstawie listy komponentów, przygotowanie (najczęściej wątpliwej jakości) oprawy wizualnej lub audiowizualnej i połączenia w całość losowymi mechanikami, które autorzy_ki kojarzyli z innych gier.

To nie mogło się udać.

Współczesny proces projektowania gier edukacyjnych opiera się o zupełnie inne pryncypia. Podstawą są czasowniki efektów kształcenie z piramidy Blooma. To one są rdzeniem designu, początkiem procedury opartej o ścieżkę w wielu miejscach zbliżoną do procesu Szkielet → Powłoka.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- nauka projektowanie gier edukacyjnych w oparciu o czasowniki efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- jak projektować skutecznie działające i atrakcyjne gry edukacyjne.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki).
- 2 talie kart i karteczki post-it (jeśli nie chcemy uszkodzić kart) lub papier naklejkowy (jeśli chcemy, aby prototyp był trwały).
- Podstawa programowa dla szkół licealnych i techników z przedmiotu historia sztuki.
  https://podstawaprogramowa.pl/Liceum-technikum/Historia-sztuki

Czynności

- Wydrukuj 1 egzemplarz tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia znajdującą się na końcu tej lekcji.
- Zapoznaj się z podstawą programową do przedmiotu historia sztuki dla szkół licealnych i techników.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie edugry karcianej, w której wiedza z 1 wybranego obszaru podstawy programowej dla przedmiotu „historia sztuki" będzie stanowić element wygrywającej strategii. Podczas pracy postępuj zgodnie z zasadami procesu projektowanie gier edukacyjnych.

Warunki brzegowe

- Możesz użyć od 20 do 110 kart.
- Musisz pozbyć się klasycznych oznaczeń wartości i kolorów karcianych.
- Możesz dodać do dwóch rodzajów żetonów.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinna być nowa gra karciana.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

Zaproś kilka osób do testów gry. Zanim zaczniecie rozgrywkę, sprawdź, czy jaka jest ich świadomość na temat poruszany przez grę. Możesz nawet przygotować prosty test wiedzy (tzw. pretest).

Następnie przeprowadź kilka rozgrywek. Po ich zakończeniu ponownie sprawdź ich wiedzę w wybrany sposób.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Jak dobierać wiedzę do stworzenia atrakcyjnej powłoki gry? Jaki typ informacji nadaje się do tego najlepiej, a jaki najgorzej?
- Jakie czasowniki efektów kształcenia najlepiej sprawdzają się jako podstawa mechaniki edugry?
- Co jest największym wyzwaniem w projektowaniu gier edukacyjnych? Dlaczego właśnie ten aspekt procesu?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie edugry, spróbuj:

- zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie — EU m
- zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie — EU k

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier pozarozrywkowych:

- spróbuj zaprojektować grę poważną wykonując ćwiczenie — PL s
- spróbuj zaprojektować grę biznesową wykonując ćwiczenie — BI s

Tabela czasowników efektów kształcenia

ZAPAMIĘTYWANIE	ROZUMIENIE	STOSOWANIE	ANALIZOWANIE	EWALUOWANIE	TWORZENIE
WYMIEŃ	OBLICZ	ZADEMONSTRUJ	OCEŃ	WARTOŚCIUJ	ZMIEŃ
NAZWIJ	SKATEGORYZUJ	WYKONAJ	PRZYPISZ	SPRAWDŹ	POŁĄCZ
ZIDENTYFIKUJ	SKLASYFIKUJ	ZASTOSUJ	SKONTRASTUJ	SKOORDYNUJ	PRZERÓB
SKOPIUJ	WYJAŚNIJ	PRZEĆWICZ	WYKRYJ	OSĄDŹ	PRZEBUDUJ
ZDUPLIKUJ	PORÓWNAJ	ROZWIĄŻ	ZDEKONSTRUUJ	MONITORUJ	ROZBUDUJ
ROZPOZNAJ	ODRÓŻNIJ	UŻYJ	SPRAWDŹ	ODTWÓRZ	ZAKTUALIZUJ
PRZYPOMNIJ SOBIE	PODAJ KONKLUZJĘ	PRZEPROWADŹ DZIAŁANIE	SFORMUŁUJ	DOKONAJ PRIORYTETYZACJI	ZRÓB KOMPLIKACJE
PODAJ DEFINICJĘ	ZINTERPRETUJ	STWÓRZ KLASYFIKACJĘ	WYBIERZ	ZWERYFIKUJ	ZAPLANUJ
	ZLOKALIZUJ		USTRUKTURYZUJ	STWÓRZ RANKING	USPRAWNIJ
	POŁĄCZ		ZSEKWENCJUJ	NADAJ STATUS	UDOSKONALIJ
	SPARAFRAZUJ		PRZETESTUJ	SKLASYFIKUJ	ZAPROJEKTUJ
	PODSUMUJ		ZINTEGRUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „ZA”	POSTAW HIPOTEZĘ
	PRZETŁUMACZ		ZORGANIZUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „PRZECIW”	UOGÓLNIJ
	PODAJ PRZYKŁAD		ODNIEŚ DO CZEGOŚ		STWÓRZ
	OPISZ		WYRÓŻNIJ		ZAPLANUJ
	PRZEDYSKUTUJ		ROZBIERZ NA CZYNNIKI		WYMYŚL

GRY EDUKACYJNE

Ścieżka Multi

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

PO²JUTRZE 2.0

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Gry Taksonomia Blooma i czasowniki efektów kształcenia

Taksonomia efektów kształcenia Benjamina Blooma niebawem będzie obchodzić 70 urodziny. Od tego czasu prawie się nie zestarzała. Z małą korektą (zamiana miejscami dwóch topowych efektów) wciąż jest niezastąpionym narzędziem do rozumienia, dlaczego niektóre metody nauczania działają lepiej, a inne gorzej. Świetnie sprawdza się też do świadomego projektowania zadań, poleceń i całych rozwiązań edukacyjnych.

Co wspólnego mają gry z edukacją? Otóż żeby osiągać dobre wyniki i wygrywać w jakąś grę trzeba się sporo nauczyć, zyskać kompetencje, rozwinąć umiejętności. Gry są systemami, które nas uczą. Dobre gry robią to w taki sposób, że ta nauka sprawia nam przyjemność.

My, ludzie, tak naprawdę lubimy się uczyć. Potrzebujemy jedynie do tego narzędzi, które łączą naukę z frajdą.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- prezentacja praktycznego zastosowania taksonomii efektów kształcenia Blooma oraz powiązanych z nią czasowników efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- dlaczego chętnie uczymy się jak wygrać w grę, a na egzamin niekoniecznie.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, kolorowy pisak, ołówek lub długopis)
- Dla każdego uczestnika zajęć wydrukuj po 6 egzemplarzy tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia znajdującej się na końcu tej lekcji.

Czynności

- Razem z resztą zespołu, dla dowolnych 3 z wymienionych poniżej grup, znajdźcie po 1 grze, w którą wszyscy graliście i która wam się podobała:
  - CRPG (np.z serii *Wiedźmin* lub *Elder Scrolls*)
  - FPS (np. *Call of Duty, Counter-Strike*);
  - Survival lub builder (np. *Minecraft*, *Boundless*, *Satisfactory*, *Conan Exiles*)
  - zaawansowane gry planszowe lub strategiczne gry video (np. *Terraformacja Marsa* lub jedna z gier z serii *Cywilizacja*);
  - gry imprezowe (np. *Wilkołaki, Cytadela, One Night Ultimate Werewolf, Secret Hitler)*.
- Następnie w ten sam sposób wybierzcie 3 inne gry, które wam się nie podobały.

Co trzeba zrobić?

Nie korzystając z instrukcji do danej gry, spróbuj opisać czynności, jakie wykonujesz w trakcie rozgrywki, używając wyłącznie czasowników znajdujących się w tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia.

Przykłady:

- Stawiam HIPOTEZĘ na temat następnego ruchu mojego przeciwnika.
- Staram się SFORMUŁOWAĆ wieloznaczne hasło, które nie wszyscy odgadną.
- Próbuję ZAPAMIĘTAĆ, gdzie leży kafelek z konkretnym obrazkiem.

Część I

W tej części zajęć każdy z członków zespołu wykonuje poniższe czynności samodzielnie.

1. Podpisuje każdą z tabel kolejnym tytułem 1 z 6 wybranych gier.
2. Zakreśla czasowniki, które jego/jej zdaniem opisują czynności wykonywane w trakcie rozgrywki.
3. Powtarza te czynności, aż uzupełni każdą z tabel.

Część II

Gdy skończycie zakreślać czasowniki, porównajcie wyniki swojej pracy. Przygotujcie się do tego, by je zaprezentować reszcie grupy.

- Które gry zostały przez was ocenione podobnie? Które nie? Dlaczego tak się stało?
- Co łączy gry, które lubicie? Co łączy te, które nie sprawiły wam frajdy?
- Jakie czasowniki powtarzają się najczęściej? Dlaczego tak się dzieje?
- Czy platforma i/lub gatunek ludyczny miały wpływa na wynik?
- Czy byliście zgodni w swoich ocenach i analizach?

Efekt pracy

Każdy członek zespołu powinien mieć swój zestaw 6 tabel z zakreślonymi czasownikami efektów kształcenia. Powinno być ich ok 10 do 15.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
10 minut	Prezentacja i omówienie taksonomii efektów kształcenia Blooma.
15 minut	Część I zadania
30 minut	Część II zadania
30 minut	Prezentacja i porównanie wyników pracy zespołów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Po zakończeniu wszystkich prezentacji każdy z zespołów powinien poinformować, którą prezentację uważa za najbardziej interesującą i wartościową. Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Podsumowanie

Ważne pytania

- Dlaczego dobre gry opierają się o efekty wysokiego rzędu, a nie te z dołu piramidy? Jak łączy się to z koncepcją Znaczącego Wyboru?
- W jaki sposób dobre i lubiane gry realizują efekty kształcenia wysokiego rzędu?
- Dlaczego system szkolnictwa tego nie potrafi? Co należałoby w nim zmienić?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się to zadanie, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier edukacyjnych:

przejdź do ćwiczenia

Game Based Learning, czyli edukacja oparta o grę

Granie w gry jest fajne. Szkoła jest mniej fajna. Pewnie byłaby fajniejsza, gdyby podczas lekcji można było grać w gry. Nauczyciele_ki pewnie by na to przystali, gdyby gry uczyły tego, co jest w programie nauczania, do którego realizacji nauczyciele_ki są zobowiązani. Najlepiej sprawdziłyby się do tego specjalnie zaprojektowane gry edukacyjne.

Istnieje jednak inne rozwiązanie. Można sprawdzić się, czy nie istnieją dobre gry, zaprojektowane z myślą wyłącznie o rozrywce, podczas których by wygrać, szlifujemy umiejętności lub stosujemy wiedzę ujętą w podstawie programowej.

Najłatwiejsze zadanie mają matematycy. Wiele znanych i lubianych gier karcianych wymaga na przykład obliczania prawdopodobieństwa. Ale w powodzi gier, które zalewają sklepowe półki w dzisiejszych czasach, znajdzie się gra dla nauczycieli każdego innego przedmiotu.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- trening analizy gier pod kątem realizowania efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- jak można wykorzystywać dobrze zaprojektowane gry rozrywkowe jako gry edukacyjne.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Baza gier planszowych i karcianych na stronie BoardGameGeek https://boardgamegeek.com/
- Baza gier video na w serwisie Steam https://store.steampowered.com
- Podstawa programowa przedmiotu geografia dla klas IV-VIII szkoły podstawowej. https://podstawaprogramowa.pl/Szkola-podstawowa-IV-VIII/Geografia
- Podstawa programowa przedmiotu historii dla klas IV-VIII szkoły podstawowej. https://podstawaprogramowa.pl/Szkola-podstawowa-IV-VIII/Historia

Co trzeba zrobić?

Zapoznaj się z podstawą programową do przedmiotów biologia i historia w klasach IV-VIII szkoły podstawowej. Następnie:

- na stronie serwisu BoardGameGeek znajdź 3 gry planszowe lub karciane (oczywiście możesz wyszukać ich więcej!), które mogliby stosować nauczyciele_ki na lekcji geografii jako pomoc dydaktyczną;
- na stronie serwisu Steam znajdź 3 gry video, które mogliby stosować nauczyciele_ki na lekcji historii jako pomoc dydaktyczną.

Stwórz scenariusze do każdej z tych 6 lekcji.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinny być:

- Lista gier planszowych i karcianych, które nauczyciele_ki biologii mogliby stosować na lekcjach jako pomoc dydaktyczną ze wskazaniem efektów kształcenia, które każda z gier realizuje.
- Lista gier video, które nauczyciele_ki historii mogliby stosować na lekcjach jako pomoc dydaktyczną ze wskazaniem efektów kształcenia, które każda z gier realizuje.
- Scenariusz każdej lekcji, podczas której uczniowie przez część zajęć grają w wybraną grę. Stwórz osobny scenariusz dla każdej z gier.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
10 minut	krótkie omówienie podstawy programowej do przedmiotów biologia i historia
45 minut	Realizacja zadania
30 minut	Prezentacja i porównanie wyników pracy zespołów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Po zakończeniu wszystkich prezentacji każdy z zespołów powinien poinformować, którą prezentację uważa za najbardziej interesującą i wartościową. Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Podsumowanie

Ważne pytania

- W jakich okolicznościach wiedza zawarta w podstawie programowej staje się wygrywającą strategią w grze?
- Jak wygląda efektywny proces analizy i ewaluacji gier pod kątem realizacji konkretnych efektów kształcenia?
- W jaki sposób gry rozrywkowe mogą stać się wartościowym kontekstem dla wiedzy teoretycznej?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się to zadanie spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier edukacyjnych:

przejdź do ćwiczenia

Edumoding

Istnieje korelacja pomiędzy niewielką grupą efektów kształcenia a zwycięskimi strategiami i umiejętnościami, jakie szlifują osoby grające w niektóre gry rozrywkowe. Jest jednak bardzo dużo gier, które dają mnóstwo frajdy, ale nie uczą tego, co system edukacji uznaje za wartościowe. Czy jest jakiś sposób, żeby wprowadzić ich użycie do scenariusza lekcyjnego? Owszem. w tym celu można posłużyć się edumodingiem. Polega on na przerobieniu jakiegoś elementu gry w taki sposób, żeby gra realizowała wybrane efekty kształcenia, bez szkody dla grywalności i frajdy dostarczanej przez oryginał. Najczęściej modyfikacje obejmują elementy powłoki gry, czyli jej warstwę narracyjną i/lub estetyczną.

Skuteczność takich gier we wspomaganiu procesu nauczania jest nieco mniejsza niż w przypadku gier realizujących wymagania nurtu *game based learning*. Z kolei ich atrakcyjność w porównaniu do innych materiałów dydaktycznych jest bardzo wysoka. Coś za coś.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- nauka modyfikacji gier pod kątem realizowania efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- jak można skutecznie implementować wiedzę i informacje zawarte w efektach kształcenia w powłoce gry.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki).

- 1 talia kart i karteczki post-it (jeśli nie chcemy uszkodzić kart) lub papier naklejkowy (jeśli chcemy, aby prototyp był trwały).
- Instrukcja do gry Dobble. https://www.wydawnictworebel.pl/repository/files/instrukcje/Dobble.pdf

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest przeprojektowanie warstwa estetycznej gry Dobble, aby zawierała informacje z jakiejś konkretnej dziedziny wiedzy.

Warunki brzegowe

Twoja gra:

- musi zawierać tyle samo kart co oryginał;
- musi zawierać na każdej karcie tyle samo oznaczeń i w takim samym układzie co oryginał;
- w odróżnieniu od oryginału nie używać 2 różnych oznaczeń dla tego samego pojęcia.

Przykładowymi parami mogą być:

- napis „NacCl" i solniczka;
- napisy „11x11" oraz „121";
- angielskie słowo „*heart*" i symbol serca.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinna być nowe wersja gry Dobble, która może być użyta jako pomoc dydaktyczna w szkole.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Podsumowanie

Ważne pytania

- W jakich okolicznościach wiedza zawarta w podstawie programowej może stać się atrakcyjnym elementem powłoki gry? Co trzeba zrobić, żeby tak się stało?
- W jaki sposób modyfikować gry rozrywkowe, aby nie wpłynęło to negatywnie na ich grywalność i frajdę, jaką dają?
- Jak szukać wiedzy i ja analizować, aby stała się inspiracja do stworzenia atrakcyjnej powłoki gry?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie edugry, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier edukacyjnych:

przejdź do ćwiczenia

Edugry

Wśród osób zajmujących się edukacją jeszcze do niedawna dość powszechne było wrażenie, że projektowanie gier jest proste i każdy sobie z tym poradzi. Na fali tego przekonania powstało bardzo wiele kiepskich gier, których w wielu wypadkach nie należy nawet nazywać grami. Były to projekty gropodobne, które ani nie sprawdzały się jako skuteczna pomoc dydaktyczna, ani nie dawały frajdy z grania. Co więcej, w wiele z nich trudno było w ogóle zagrać czy nawet pojąć ich zasady lub cel.

Powodem tego było projektowanie ich zgodnie z filozofią „Od powłoki do szkieletu", ale bez kompletnej świadomości jak proces Doświadczenie →Design powinien prawidłowo przebiegać. Najczęstszą procedurą był wybór treści edukacyjnych (najczęściej faktów, danych, dat lub wzorów), stworzenie na tej podstawie listy komponentów, przygotowanie (najczęściej wątpliwej jakości) oprawy wizualnej lub audiowizualnej i połączenia w całość losowymi mechanikami, które autorzy_ki kojarzyli z innych gier.

To nie mogło się udać.

Współczesny proces projektowania gier edukacyjnych opiera się o zupełnie inne pryncypia. Podstawą są czasowniki efektów kształcenie z piramidy Blooma. To one są rdzeniem designu, początkiem procedury opartej o ścieżkę w wielu miejscach zbliżoną do procesu Szkielet →Powłoka.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- nauka projektowanie gier edukacyjnych w oparciu o czasowniki efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- jak projektować skutecznie działające i atrakcyjne gry edukacyjne.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych”;
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne”,
- Rozdział 9 „Gry biznesowe”;
- Rozdział 11 „Gry poważne”.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej” tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki).
- Podstawa programowa dla szkół licealnych i techników z przedmiotu biologia.
  https://podstawaprogramowa.pl/Liceum-technikum/Biologia
- Podstawa programowa dla szkół licealnych i techników z przedmiotu chemia.
  https://podstawaprogramowa.pl/Liceum-technikum/Chemia

Czynności

- Wydrukuj 1 egzemplarz tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia znajdującą się na końcu tej lekcji na każdy zespół
- Zapoznaj się z podstawą programową do przedmiotów biologia i chemia dla szkół licealnych i techników.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry miejskiej, w której wiedza z 1 lub 2 obszarów podstawy programowej dla przedmiotów biologia i historia będzie stanowić element wygrywającej strategii. Podczas pracy postępuj zgodnie z zasadami procesu projektowanie gier edukacyjnych.

Warunki brzegowe

- Gra ma potrwać od 90 do 120 minut;
- W grze może wziąć udział na raz do 200 graczy_ek w drużynach liczących od 4 do 8 osób.
- Gra musi posiadać 10 stacji, na których zespołu mierzą się z wyzwaniami i/lub zdobywają informacje. Na stacji mogą być maksymalnie 2 osoby pełniące role postaci tła (NPC).
- Gra musi nawiązywać swoją estetyka do konwencji filmów o zombie.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinna być:

- prototyp BETA gry.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Podsumowanie

Ważne pytania

- Jak dobierać wiedzę do stworzenia atrakcyjnej powłoki gry? Jaki typ informacji nadaje się do tego najlepiej, a jaki najgorzej?
- Jakie czasowniki efektów kształcenia najlepiej sprawdzają się jako podstawa mechaniki edugry?
- Co jest największym wyzwaniem w projektowaniu gier edukacyjnych? Dlaczego właśnie ten aspekt procesu?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie edugry, spróbuj:

- spróbujcie wykonać ćwiczenie E4 s
- spróbujcie wykonać ćwiczenie E4 k

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier pozarozrywkowych:

- spróbuj zaprojektować grę poważną wykonując ćwiczenie D1 m
- spróbuj zaprojektować grę biznesową wykonując ćwiczenie B1 m

Tabela czasowników efektów kształcenia

ZAPAMIĘTYWANIE	ROZUMIENIE	STOSOWANIE	ANALIZOWANIE	EWALUOWANIE	TWORZENIE
WYMIEŃ	OBLICZ	ZADEMONSTRUJ	OCEŃ	WARTOŚCIUJ	ZMIEŃ
NAZWIJ	SKATEGORYZUJ	WYKONAJ	PRZYPISZ	SPRAWDŹ	POŁĄCZ
ZIDENTYFIKUJ	SKLASYFIKUJ	ZASTOSUJ	SKONTRASTUJ	SKOORDYNUJ	PRZERÓB
SKOPIUJ	WYJAŚNIJ	PRZEĆWICZ	WYKRYJ	OSĄDŹ	PRZEBUDUJ
ZDUPLIKUJ	PORÓWNAJ	ROZWIĄŻ	ZDEKONSTRUUJ	MONITORUJ	ROZBUDUJ
ROZPOZNAJ	ODRÓŻNIJ	UŻYJ	SPRAWDŹ	ODTWÓRZ	ZAKTUALIZUJ
PRZYPOMNIJ SOBIE	PODAJ KONKLUZJĘ	PRZEPROWADŹ DZIAŁANIE	SFORMUŁUJ	DOKONAJ PRIORYTETYZACJI	ZRÓB KOMPLIKACJE
PODAJ DEFINICJĘ	ZINTERPRETUJ	STWÓRZ KLASYFIKACJĘ	WYBIERZ	ZWERYFIKUJ	ZAPLANUJ
	ZLOKALIZUJ		USTRUKTURYZUJ	STWÓRZ RANKING	USPRAWNIJ
	POŁĄCZ		ZSEKWENCJUJ	NADAJ STATUS	UDOSKONALIJ
	SPARAFRAZUJ		PRZETESTUJ	SKLASYFIKUJ	ZAPROJEKTUJ
	PODSUMUJ		ZINTEGRUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „ZA”	POSTAW HIPOTEZĘ
	PRZETŁUMACZ		ZORGANIZUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „PRZECIW”	UOGÓLNIJ
	PODAJ PRZYKŁAD		ODNIEŚ DO CZEGOŚ		STWÓRZ
	OPISZ		WYRÓŻNIJ		ZAPLANUJ
	PRZEDYSKUTUJ		ROZBIERZ NA CZYNNIKI		WYMYŚL

GRY EDUKACYJNE

Ścieżka Kampania

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

PO²JUTRZE 2.0

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Gry Taksonomia Blooma i czasowniki efektów kształcenia

Taksonomia efektów kształcenia Benjamina Blooma niebawem będzie obchodzić 70 urodziny. Od tego czasu prawie się nie zestarzała. Z małą korektą (zamiana miejscami dwóch topowych efektów) wciąż jest niezastąpionym narzędziem do rozumienia, dlaczego niektóre metody nauczania działają lepiej, a inne gorzej. Świetnie sprawdza się też do świadomego projektowania zadań, poleceń i całych rozwiązań edukacyjnych.

Co wspólnego mają gry z edukacją? Otóż żeby osiągać dobre wyniki i wygrywać w jakąś grę trzeba się sporo nauczyć, zyskać kompetencje, rozwinąć umiejętności. Gry są systemami, które nas uczą. Dobre gry robią to w taki sposób, że ta nauka sprawia nam przyjemność.

My, ludzie, tak naprawdę lubimy się uczyć. Potrzebujemy jedynie do tego narzędzi, które łączą naukę z frajdą.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- prezentacja praktycznego zastosowania taksonomii efektów kształcenia Blooma oraz powiązanych z nią czasowników efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- dlaczego chętnie uczymy się jak wygrać w grę, a na egzamin niekoniecznie.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych”;
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne”,
- Rozdział 9 „Gry biznesowe”;
- Rozdział 11 „Gry poważne”.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej” tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, kolorowy pisak, ołówek lub długopis)
- Dla każdego uczestnika zajęć wydrukuj po 2 egzemplarze tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia znajdującej się na końcu tej lekcji oraz kilka kopii zapasowych.

Czynności

- Razem z resztą zespołu, dla dowolnych 3 z wymienionych poniżej grup, znajdźcie po 1 grze, w którą wszyscy graliście i która wam się podobała:
  - CRPG (np.z serii *Wiedźmin* lub *Elder Scrolls*)
  - FPS (np. *Call of Duty, Counter-Strike*);
  - Survival lub builder (np. *Minecraft*, *Boundless*, *Satisfactory*, *Conan Exiles*)
  - zaawansowane gry planszowe lub strategiczne gry video (np. *Terraformacja Marsa* lub jedna z gier z serii *Cywilizacja*);
  - gry imprezowe (np. *Wilkołaki, Cytadela, One Night Ultimate Werewolf, Secret Hitler)*.
- Następnie, w ten sam sposób, każda osoba z zespołu wybiera po 1 grze, która wam się nie podobała..

Co trzeba zrobić?

Nie korzystając z instrukcji do danej gry, spróbuj opisać czynności, jakie wykonujesz w trakcie rozgrywki, używając wyłącznie czasowników znajdujących się w tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia.

Przykłady:

- Stawiam HIPOTEZĘ na temat następnego ruchu mojego przeciwnika.
- Staram się SFORMUŁOWAĆ wieloznaczne hasło, które nie wszyscy odgadną.
- Próbuję ZAPAMIĘTAĆ, gdzie leży kafelek z konkretnym obrazkiem.

Część I. Badanie gier.

1. W tej części zajęć każdy z członków zespołu wykonuje poniższe czynności samodzielnie.

   ▹ Podpisuje każdą z tabel tytułem 1 z wybranych gier, którą cały zespół lubi i 1, której nie lubi.
   ▹ Zakreśla czasowniki, które jego/jej zdaniem opisują czynności wykonywane w trakcie rozgrywki w danej grze.

2. Gdy skończycie zakreślać czasowniki, porównajcie wyniki swojej pracy. Spróbujcie zrobić jedną tabelę, która będzie syntezą waszych spostrzeżeń. Zaznaczcie, ile razy każdy z czasowników został zakreślony przez członków zespołu.

Część II

Przeanalizujcie finalne tabele dla każdej z gier.

- Które gry zostały przez was ocenione podobnie? Które nie? Dlaczego tak się stało?
- Co łączy gry, które lubicie? Co łączy te, które nie sprawiły wam frajdy?
- Jakie czasowniki powtarzają się najczęściej? Dlaczego tak się dzieje?

Efekt pracy

- Raport z badania zawierający poniższe sekcje:
  ▹ 10 wypełnionych tabel, po 1 na każdą grę;
  ▹ tekstową analizę czynności wykonywanych w trakcie gry, ich wpływu na frajdę i zadowolenie z gry, osobno dla każdej z wybranych gier;
- Własne wnioski wynikające z przeprowadzonej analizy.

Kryteria oceny

- Kompletność raportu.
- Jakość uzasadnienia wniosków.

Informacje dodatkowe

Zadanie może mieć format indywidualny lub zespołowy. Czas trwania to 2 do 3 tygodni.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Dlaczego dobre gry opierają się o efekty wysokiego rzędu, a nie te z dołu piramidy? Jak łączy się to z koncepcją Znaczącego Wyboru?
- W jaki sposób dobre i lubiane gry realizują efekty kształcenia wysokiego rzędu?
- Dlaczego system szkolnictwa tego nie potrafi? Co należałoby w nim zmienić?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się to zadanie, spróbuj:

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier edukacyjnych:

przejdź do ćwiczenia

Tabela czasowników efektów kształcenia

ZAPAMIĘTYWANIE	ROZUMIENIE	STOSOWANIE	ANALIZOWANIE	EWALUOWANIE	TWORZENIE
WYMIEŃ	OBLICZ	ZADEMONSTRUJ	OCEŃ	WARTOŚCIUJ	ZMIEŃ
NAZWIJ	SKATEGORYZUJ	WYKONAJ	PRZYPISZ	SPRAWDŹ	POŁĄCZ
ZIDENTYFIKUJ	SKLASYFIKUJ	ZASTOSUJ	SKONTRASTUJ	SKOORDYNUJ	PRZERÓB
SKOPIUJ	WYJAŚNIJ	PRZEĆWICZ	WYKRYJ	OSĄDŹ	PRZEBUDUJ
ZDUPLIKUJ	PORÓWNAJ	ROZWIĄŻ	ZDEKONSTRUUJ	MONITORUJ	ROZBUDUJ
ROZPOZNAJ	ODRÓŻNIJ	UŻYJ	SPRAWDŹ	ODTWÓRZ	ZAKTUALIZUJ
PRZYPOMNIJ SOBIE	PODAJ KONKLUZJĘ	PRZEPROWADŹ DZIAŁANIE	SFORMUŁUJ	DOKONAJ PRIORYTETYZACJI	ZRÓB KOMPLIKACJE
PODAJ DEFINICJĘ	ZINTERPRETUJ	STWÓRZ KLASYFIKACJĘ	WYBIERZ	ZWERYFIKUJ	ZAPLANUJ
	ZLOKALIZUJ		USTRUKTURYZUJ	STWÓRZ RANKING	USPRAWNIJ
	POŁĄCZ		ZSEKWENCJUJ	NADAJ STATUS	UDOSKONALIJ
	SPARAFRAZUJ		PRZETESTUJ	SKLASYFIKUJ	ZAPROJEKTUJ
	PODSUMUJ		ZINTEGRUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „ZA”	POSTAW HIPOTEZĘ
	PRZETŁUMACZ		ZORGANIZUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „PRZECIW”	UOGÓLNIJ
	PODAJ PRZYKŁAD		ODNIEŚ DO CZEGOŚ		STWÓRZ
	OPISZ		WYRÓŻNIJ		ZAPLANUJ
	PRZEDYSKUTUJ		ROZBIERZ NA CZYNNIKI		WYMYŚL

Game Based Learning, czyli edukacja oparta o grę

Granie w gry jest fajne. Szkoła jest mniej fajna. Pewnie byłaby fajniejsza, gdyby podczas lekcji można było grać w gry. Nauczyciele_ki pewnie by na to przystali, gdyby gry uczyły tego, co jest w programie nauczania, do którego realizacji nauczyciele_ki są zobowiązani. Najlepiej sprawdziłyby się do tego specjalnie zaprojektowane gry edukacyjne.

Istnieje jednak inne rozwiązanie. Można sprawdzić się, czy nie istnieją dobre gry, zaprojektowane z myślą wyłącznie o rozrywce, podczas których by wygrać, szlifujemy umiejętności lub stosujemy wiedzę ujętą w podstawie programowej.

Najłatwiejsze zadanie mają matematycy. Wiele znanych i lubianych gier karcianych wymaga na przykład obliczania prawdopodobieństwa. Ale w powodzi gier, które zalewają sklepowe półki w dzisiejszych czasach, znajdzie się gra dla nauczycieli każdego innego przedmiotu.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- trening analizy gier pod kątem realizowania efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- jak można wykorzystywać dobrze zaprojektowane gry rozrywkowe jako gry edukacyjne.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Baza gier planszowych i karcianych na stronie BoardGameGeek https://boardgamegeek.com/
- Baza gier video na w serwisie Steam https://store.steampowered.com
- Podstawa programowa dla klas IV-VIII szkoły podstawowej. https://podstawaprogramowa.pl/

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest stworzenie scenariuszy 10 lekcji dla dowolnego przedmiotu w klasach IV-VIII szkoły podstawowej, które zakładają użycie gier jako pomocy dydaktycznej.

Warunki brzegowe

- Rozgrywka nie może zająć całej lekcji.
- Dla każdego poziomu nauczania (czyli dla 1 klasy) musisz znaleźć przynajmniej jedną grę.
- Przynajmniej 3 gry muszą należeć do gier karcianych lub planszowych i przynajmniej 3 do gier cyfrowych.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinny być:

- Lista gier planszowych i karcianych, które nauczyciele_ki wybranego przedmiotu mogliby stosować na lekcjach jako pomoc dydaktyczną ze wskazaniem efektów kształcenia, które każda z gier realizuje.
- Lista gier video, które nauczyciele_ki wybranego przedmiotu mogliby stosować na lekcjach jako pomoc dydaktyczną ze wskazaniem efektów kształcenia, które każda z gier realizuje.
- Scenariusz każdej lekcji, podczas której uczniowie przez część zajęć grają w wybraną grę. Stwórz osobny scenariusz dla każdej z gier.
- Pisemne uzasadnienie wyborów.

Kryteria oceny

- Jakość scenariuszy lekcji.
- Korelacji efektów kształcenia z czynnościami podejmowanymi w trakcie rozgrywki i zwycięskimi strategiami występującymi w wybranych grach.
- Jakość analizy gier i stworzonego na jej podstawie uzasadnienia wyborów.

Podsumowanie

Ważne pytania

- W jakich okolicznościach wiedza zawarta w podstawie programowej staje się wygrywającą strategią w grze?
- Jak wygląda efektywny proces analizy i ewaluacji gier pod kątem realizacji konkretnych efektów kształcenia?
- W jaki sposób gry rozrywkowe mogą stać się wartościowym kontekstem dla wiedzy teoretycznej?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się to zadanie, spróbuj:

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier edukacyjnych:

przejdź do ćwiczenia

Edumoding

Istnieje korelacja pomiędzy niewielką grupą efektów kształcenia a zwycięskimi strategiami i umiejętnościami, jakie szlifują osoby grające w niektóre gry rozrywkowe. Jest jednak bardzo dużo gier, które dają mnóstwo frajdy, ale nie uczą tego, co system edukacji uznaje za wartościowe. Czy jest jakiś sposób, żeby wprowadzić ich użycie do scenariusza lekcyjnego? Owszem. w tym celu można posłużyć się edumodingiem. Polega on na przerobieniu jakiegoś elementu gry w taki sposób, żeby gra realizowała wybrane efekty kształcenia, bez szkody dla grywalności i frajdy dostarczanej przez oryginał. Najczęściej modyfikacje obejmują elementy powłoki gry, czyli jej warstwę narracyjną i/lub estetyczną.

Skuteczność takich gier we wspomaganiu procesu nauczania jest nieco mniejsza niż w przypadku gier realizujących wymagania nurtu *game based learning*. Z kolei ich atrakcyjność w porównaniu do innych materiałów dydaktycznych jest bardzo wysoka. Coś za coś.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- nauka modyfikacji gier pod kątem realizowania efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- jak można skutecznie implementować wiedzę i informacje zawarte w efektach kształcenia w powłoce gry.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.
- Instrukcja i kopia gry Secret Hitler. https://www.secrethitler.com/

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest przeprojektowanie warstwa estetycznej gry Secret Hitler, aby poruszała temat denializmu klimatycznego wśród polityków oraz procesu ukrywania wyników badań naukowych przez koncerny paliwowe od lat 70 XX w.

Warunki brzegowe

- Musisz zastąpić całą warstwę estetyczną i narracyjną gry. Nie możesz pozostawić żadnego z oryginalnych elementów.
- Musisz zachować tożsamość gry i doświadczenie, jakie oferuje.
- Możesz wprowadzić do gry do 3 nowych Obiektów o charakterze fizycznym, maksymalnie 1 Atrybucie i dowolnej liczbie Stanów.
- Możesz wprowadzić do gry nowe Obiekty o charakterze niefizycznym.
- Twoja gra może zawierać około 10% więcej kart niż oryginał;
- Musisz podać zweryfikowane źródła wiedzy, jakiej użyłeś_aś w swoim projekcie.

Efekt pracy

- Kompletne zasady gry.
- Prototyp SILVER
- Podstawowa wersja dokumentów Blueprint oraz Art Description.

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny
- Kryterium dodatkowe: tożsamość oraz innowacyjność. Gra wciąż musi przypominać oryginał, ale być jego odświeżoną, nowatorską wersją. Dodatkowo premiowane mogą być rozwiązanie nowe, wykraczające poza transplantacje mechanik znanych z innych gier.

Podsumowanie

Ważne pytania

- W jakich okolicznościach wiedza zawarta w podstawie programowej może stać się atrakcyjnym elementem powłoki gry? Co trzeba zrobić, żeby tak się stało?
- W jaki sposób modyfikować gry rozrywkowe, aby nie wpłynęło to negatywnie na ich grywalność i frajdę, jaką dają?
- Jak szukać wiedzy i ja analizować, aby stała się inspiracja do stworzenia atrakcyjnej powłoki gry?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie edugry, spróbuj:

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier edukacyjnych:

przejdź do ćwiczenia

Edugry

Wśród osób zajmujących się edukacją jeszcze do niedawna dość powszechne było wrażenie, że projektowanie gier jest proste i każdy sobie z tym poradzi. Na fali tego przekonania powstało bardzo wiele kiepskich gier, których w wielu wypadkach nie należy nawet nazywać grami. Były to projekty gropodobne, które ani nie sprawdzały się jako skuteczna pomoc dydaktyczna, ani nie dawały frajdy z grania. Co więcej, w wiele z nich trudno było w ogóle zagrać czy nawet pojąć ich zasady lub cel.

Powodem tego było projektowanie ich zgodnie z filozofią „Od powłoki do szkieletu", ale bez kompletnej świadomości jak proces Doświadczenie → Design powinien prawidłowo przebiegać. Najczęstszą procedurą był wybór treści edukacyjnych (najczęściej faktów, danych, dat lub wzorów), stworzenie na tej podstawie listy komponentów, przygotowanie (najczęściej wątpliwej jakości) oprawy wizualnej lub audiowizualnej i połączenia w całość losowymi mechanikami, które autorzy_ki kojarzyli z innych gier.

To nie mogło się udać.

Współczesny proces projektowania gier edukacyjnych opiera się o zupełnie inne pryncypia. Podstawą są czasowniki efektów kształcenie z piramidy Blooma. To one są rdzeniem designu, początkiem procedury opartej o ścieżkę w wielu miejscach zbliżoną do procesu Szkielet → Powłoka.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- nauka projektowanie gier edukacyjnych w oparciu o czasowniki efektów kształcenia.

Nauczysz się:

- jak projektować skutecznie działające i atrakcyjne gry edukacyjne.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych”;
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne”,
- Rozdział 9 „Gry biznesowe”;
- Rozdział 11 „Gry poważne”.

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 8 „PROCES: Projektowanie gry edukacyjnej” tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki).
- Podstawa programowa dla szkół licealnych i techników z przedmiotu matematyka.
  https://podstawaprogramowa.pl/Liceum-technikum/Matematyka
- Podstawa programowa dla szkół licealnych i techników z przedmiotu fizyka.
  https://podstawaprogramowa.pl/Liceum-technikum/Fizyka

Czynności

- Wydrukuj 1 egzemplarz tabeli Czasowniki Efektów Kształcenia znajdującą się na końcu tej lekcji na każdy zespół.
- Zapoznaj się z podstawą programową do przedmiotów matematyka i fizyka dla szkół licealnych i techników.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry, w której wiedza z 1 lub 2 obszarów podstawy programowej dla przedmiotów matematyka i fizyka będzie stanowić element wygrywającej strategii.

Postępuj zgodnie z zasadami procesu projektowanie gier edukacyjnych.

Warunki brzegowe

- Gra może być osadzona na dowolnej platformie (np. gra video, mobilna, przeglądarkowa, karciana, fabularna, larpowa etc.)
- Gra musi nawiązywać swoją estetyka do konwencji space opera lub poruszać temat eksploracji kosmosu.

Efekt pracy

- Kompletne zasady gry.
- Prototyp SILVER
- Podstawowa wersja dokumentów Blueprint oraz Art Description.

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny
- Kryterium dodatkowe: innowacyjność. Premiowane są nowe rozwiązania, wykraczające poza transplantacje mechanik znanych z innych gier.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Jak dobierać wiedzę do stworzenia atrakcyjnej powłoki gry? Jaki typ informacji nadaje się do tego najlepiej, a jaki najgorzej?
- Jakie czasowniki efektów kształcenia najlepiej sprawdzają się jako podstawa mechaniki edugry?
- Co jest największym wyzwaniem w projektowaniu gier edukacyjnych? Dlaczego właśnie ten aspekt procesu?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie edugry, spróbuj:

- wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie EYM
- wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie EYS

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier pozarozrywkowych:

- spróbuj zaprojektować grę poważną wykonując ćwiczenie PLK
- spróbuj zaprojektować grę biznesową wykonując ćwiczenie BLK

Tabela czasowników efektów kształcenia

ZAPAMIĘTYWANIE	ROZUMIENIE	STOSOWANIE	ANALIZOWANIE	EWALUOWANIE	TWORZENIE
WYMIEŃ	OBLICZ	ZADEMONSTRUJ	OCEŃ	WARTOŚCIUJ	ZMIEŃ
NAZWIJ	SKATEGORYZUJ	WYKONAJ	PRZYPISZ	SPRAWDŹ	POŁĄCZ
ZIDENTYFIKUJ	SKLASYFIKUJ	ZASTOSUJ	SKONTRASTUJ	SKOORDYNUJ	PRZERÓB
SKOPIUJ	WYJAŚNIJ	PRZEĆWICZ	WYKRYJ	OSĄDŹ	PRZEBUDUJ
ZDUPLIKUJ	PORÓWNAJ	ROZWIĄŻ	ZDEKONSTRUUJ	MONITORUJ	ROZBUDUJ
ROZPOZNAJ	ODRÓŻNIJ	UŻYJ	SPRAWDŹ	ODTWÓRZ	ZAKTUALIZUJ
PRZYPOMNIJ SOBIE	PODAJ KONKLUZJĘ	PRZEPROWADŹ DZIAŁANIE	SFORMUŁUJ	DOKONAJ PRIORYTETYZACJI	ZRÓB KOMPLIKACJE
PODAJ DEFINICJĘ	ZINTERPRETUJ	STWÓRZ KLASYFIKACJĘ	WYBIERZ	ZWERYFIKUJ	ZAPLANUJ
	ZLOKALIZUJ		USTRUKTURYZUJ	STWÓRZ RANKING	USPRAWNIJ
	POŁĄCZ		ZSEKWENCJUJ	NADAJ STATUS	UDOSKONALIJ
	SPARAFRAZUJ		PRZETESTUJ	SKLASYFIKUJ	ZAPROJEKTUJ
	PODSUMUJ		ZINTEGRUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „ZA”	POSTAW HIPOTEZĘ
	PRZETŁUMACZ		ZORGANIZUJ	ZNAJDŹ ARGUMENTY „PRZECIW”	UOGÓLNIJ
	PODAJ PRZYKŁAD		ODNIEŚ DO CZEGOŚ		STWÓRZ
	OPISZ		WYRÓŻNIJ		ZAPLANUJ
	PRZEDYSKUTUJ		ROZBIERZ NA CZYNNIKI		WYMYŚL

GRY POWAŻNE

Ścieżka Solo

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

PO²JUTRZE 2.0

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Świadomość i odpowiedzialność społeczna

Gry służące budowaniu świadomości społecznej na temat aktualnie istotnych problemów i zagrożeń cywilizacyjnych to kanon gier poważnych. Jako jedne z pierwszych gier tego gatunku wymieniane są takie tytuły jak *Learning Sustainable Development* (2000) i *Climate Challenge* (2006). Niestety, chociaż populacja *serious games* stale rośnie, to tempo przyrastania problemów naszej cywilizacji jest zdecydowanie szybsze, a ich społeczna percepcja wciąż niewystarczająca. Jednym ze skutecznych sposobów wyciągnięcia trudnych tematów na światło dzienne mogą być właśnie dobrze zaprojektowane gry poważne. Pozostaje pokładać nadzieje w projektant(k)ach szukających dla swoich projektów nowych, niebanalnych tematów.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania prostej gry poważnej poprzez świadomą modyfikację powłoki gry zaprojektowanej w celu rozrywkowym.

Nauczysz się:

- jak można modyfikować istniejące gry, by oprócz celu rozrywkowego realizowały też inne cele.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki).
- 2 talie kart i karteczki post-it (jeśli nie chcemy uszkodzić kart) lub papier naklejkowy (jeśli chcemy, aby prototyp był trwały).

Czynności

- Pobierz i opcjonalnie wydrukuj zasady do gry karcianej *Timeline* https://www.wydawnictworebel.pl/repository/files/instrukcje/Timeline/TIMELINE%20Polska%20zasady.pdf

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie nowej wersji gry *Timeline*, dzięki której gracze zyskają lub poszerzą swoją świadomość na temat wybranego przez ciebie wyzwania cywilizacyjnego, albo problemu społecznego.

Warunki brzegowe

1. Wybierz 110 informacji na wybrany temat.

2. Na każdej karcie umieść 1 informację.

W odróżnieniu od oryginalnej gry nie musisz opierać się o czas jako zmienną, którą decyduje o umieszczeniu danej karty pomiędzy innymi. Zadbaj jedynie o to, aby wszystkie informacje odnosiły się do tej samej wartości, np.:

- poziom zanieczyszczenia powietrza w różnych miastach świata;
- liczba litrów / m3 wody, jaka jest potrzebna do wyprodukowania 1 sztuki jakiegoś produktu;
- indeks demokracji dla poszczególnych państw świata.

Efekt pracy

Wynikiem twojej pracy powinna być nowa wersja gry *Timeline* wraz z uaktualnionymi zasadami.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

Zaproś kilka osób do testów gry. Zanim zaczniecie rozgrywkę, sprawdź, czy jaka jest ich świadomość na temat poruszany przez grę. Możesz nawet przygotować prosty test wiedzy (tzw. pretest).

Następnie przeprowadź kilka rozgrywek. Po ich zakończeniu ponownie sprawdź ich wiedzę w wybrany sposób.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w modyfikowaniu gier rozrywkowych?
- Skąd brać wiarygodne informacje do projektowania gier mówiących o ważnych tematach?
- Jak testować gry poważne? Czy lepiej sprawdza się rozmowa, czy sprawdzian wiedzy?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry mającej na celu zwiększenie świadomości i odpowiedzialności społecznej, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie P1m

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie P1k

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier poważnych:

przejdź do ćwiczenia P2s

Jeśli chcesz poznać szczegóły procesu projektowania podobnych gier

przeczytaj rozdział 23 podręcznika Theoria

Kompetencje społeczne

Umiejętności społeczne są narzędziami, dzięki którym jesteśmy w stanie się komunikować, współpracować, uczyć innych i wzajemnie od siebie, poprosić o pomoc, nawiązywać nowe znajomości, czyli być w stanie wchodzić w harmonijne relacje z innymi jednostkami tworzącymi społeczność.

Umiejętności te rozwijamy najlepiej w bezpośrednich, fizycznych interakcjach, czemu obecny kształt naszego życia społecznego i cywilizacji sprzyja coraz mniej. Gry, czyli oddzielone od codzienności magicznym kręgiem sztuczne sytuacje, w których wchodzimy w zupełnie nowe role i relacje, są doskonałym narzędziem do trenowania i rozwijania tych fundamentalnych kompetencji.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry poważnej rozwijającej kompetencje społeczne;
- praca z zagadnieniem inteligencji emocjonalnej w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- tworzenia gier poważnych krok po kroku.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.
- Niepotrzebne kolorowe magazyny i czasopisma zawierające dużo fotografii bardzo różnych ludzi w szerokim spektrum sytuacji.

Co trzeba zrobić?

Dostrzeganie i rozróżnianie emocji, czyli zdolność do wykrywania i rozszyfrowania uczuć malujących się na twarz, w ruchu ciała, gestach i głosach (w tym zdolność do identyfikacji własnych emocji) to podstawa inteligencji emocjonalnej, ponieważ umożliwia dalsze przetwarzanie wrażeń i reagowanie.

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry, podczas której gracze będą starali się odróżniać szerokie spektrum stanów emocjonalnych, a być może nawet ich skalę (np. lekki gniew, duża radość, ogromny sentyment).

Efekt pracy

Wynikiem twojej pracy powinna być gra karciana lub planszowa, w której wygrywać będzie osoba najlepiej odczytująca emocje innych graczy lub przedstawione na komponentach gry. Postaraj się spisać do niej komplet zasad.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

Zaproś kilka osób do testów gry. Zanim zaczniecie rozgrywkę, poproś, aby każdy w sekrecie obstawił rezultaty rozgrywki: kto wygra i jaki wynik osiągnie. Niech wezmą pod uwagę również własny wynik!

- Zagracie kilka razy w twoją grę.
- Po zakończeniu sesji sprawdźcie, czyje przewidywania uczestników się sprawdziły.
- Postaraj się wydobyć od nich wartościową informację zwrotną do twojego projektu.
- Popraw go według własnych obserwacji rozgrywki oraz ich wskazówek.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier poważnych?
- Co zrobić, żeby gry poważne dawały nam sprawiedliwe wyniki?
- Jak selekcjonować wiedzę, która stanie się surowcem do powstania gry?
- Na podstawie jakich kryteriów powinno się wybierać i/lub odrzucać informacje?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry o kompetencjach społecznych, spróbuj:

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczeni

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier poważnych:

przejdź do ćwiczenia

Jeśli chcesz poznać szczegóły procesu projektowania podobnych gier

przeczytaj rozdział 23 podręcznika Theoria

Empatia poznawcza

Empatia jest zdolnością do zrozumienia lub odczuwania tego, czego doświadcza inna osoba oraz przyjęcia jej perspektywy i spojrzenia na świat. Empatia ma podłoże zarówno genetyczne, jak i społeczno-kulturowe. Definicje empatii są bardzo zróżnicowane i obejmują szeroki zakres procesów społecznych, poznawczych i emocjonalnych dotyczących przede wszystkim zrozumienia innych ludzi oraz ich emocji i uczuć. Rodzaje empatii obejmują empatię poznawczą, empatię emocjonalną (lub afektywną), empatię somatyczną i empatię duchową.

Empatię można rozwijać, można się też jej uczyć. W tym również mogą pomóc gry, zwłaszcza w obszarze empatii poznawczej, która najczęściej przyjmuje jedną z trzech form.

- Inna Perspektywa: zdolność do spontanicznego przyjmowania punktu widzenia innego człowieka.
- Fantazjowanie, czyli utożsamianie się z fikcyjnymi postaciami.
- Empatia taktyczna (lub strategiczna), czyli celowe stosowanie czyjejś perspektywy w celu realizacji własnych celów.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry poważnej rozwijającej kompetencje społeczne;
- praca z zagadnieniem empatii poznawczej w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- tworzenia gier poważnych krok po kroku.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki).

Czynności

- Pobierz, wydrukuj i przeczytaj scenariusz gry fabularnej Past Your Bedtime, której autorem jest Tim Howes. https://200wordrpg.github.io/2019/rpg/winner/2019/10/12/PastYourBedtime.html

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry rozwijającej empatię poznawczą, czyli umiejętność do przyjęcia cudzej perspektywy i postawienia się w sytuacji innego człowieka. W tym celu zaprojektuj karty postaci, które będzie można wykorzystać w czasie rozgrywki w grę *Past Your Bedtime*.

Każda z kart powinna być inspirowana dobrze znaną postacią z historii i/lub popkultury, jak np. Batman, Spiderman, księżniczka Leya, kapitan Jean Luc Picard, Kleopatra, a nawet, powszechnie ukochana przez polskich uczniów i uczennice, Izabela Łęcka.

Warunki brzegowe

Karta postaci musi zawierać:

- imię / nazwisko / pseudonim wybranej postaci;
- od 1 do 3 zalet;
- od 1 do 3 wad;
- źródło siły;
- największe zmartwienie;
- największą nadzieję;
- największy strach.

Efekt pracy

12 kart postaci do gry *Past Your Bedtime*.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

Zaproś kilka osób do testów gry.

- Zagracie kilka razy w twoją grę. Gdy grają 2 osoby, pozostałe mogą je obserwować jako publiczność.
- Karty postaci dla Rodzica i Dziecka losujcie.
- Poproś, by w sekrecie zapisali:
  - w jakie postaci było im najłatwiej, a w jakie najtrudniej wcielić;
  - czy łatwiej odgrywało im się Rodzica, czy Dziecko.

- Gdy wszyscy zapiszą swoje odpowiedzi, przedyskutujcie swoje wrażenia.
- Postaraj się wydobyć od nich wartościową informację zwrotną do twojego projektu. Czy ich zdaniem gra pomagała im zrozumieć perspektywę innej osoby? Czy łatwo było się w nią wcielić? Czy korzystali z cech wypisanych na karcie, aby sterować rozgrywką (zasnąć, pozostać obudzonym, manipulować drugim graczem_ką)?
- Popraw projekt według własnych obserwacji rozgrywki oraz wskazówek testerów_ek.

Testy gry można wykonywać na dzieciach.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Jakie rodzaje empatii poznawczej wykorzystujemy, gdy gramy gry?
- Do czego wykorzystujemy empatię poznawczą na co dzień?
- Czy gry, w których wcielamy się w konkretne postacie, uczą nas czegoś wartościowego? Jeśli tak, to czego i jak to robią?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry o empatii poznawczej, spróbuj:

- zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie
- zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier poważnych:

- przejdź do ćwiczenia

Jeśli chcesz poznać szczegóły procesu projektowania podobnych gier

- przeczytaj rozdział 23 podręcznika Theoria

Procesowanie kolektywne

Czasy, w których umysł człowieka był potężniejszy od maszyny, już minęły. Komputery najpierw wygrały z nami w szachy, potem w go, a osiągnięcie w ciągu najbliższych lat świadomości przez coraz szybciej rozwijające się AI przestało być wyłącznie domeną fantastyki. Raczej pytamy „kiedy?", a nie „czy?".

Czy jest więc jakiś obszar, w którym my, zwykli ludzie, możemy oferować coś nauce? Owszem! Ta rzecz to procesowanie kolektywne, czyli posłużenie się do rozwiązania problemu naukowego dużym zbiorem użytkowników niczym procesorami wielordzeniowego komputera o gigantycznej mocy obliczeniowej. Liczne przykłady dowiodły, że taka „maszyna" zdolna jest do dokonania statystycznie prawidłowej ekstrapolacji, wymyślenia nowych algorytmów działania i synchronicznego testowania wielu skrajnie odmiennych strategii i taktyk naraz. Jak zmotywować ludzi do tego, by stali się jej częścią?

To proste. Trzeba ubrać zagadnienie badawcze w kostium dobrej gry.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry poważnej służącej do procesowania kolektywnego;
- praca z zagadnieniem procesowania kolektywnego w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- tworzenia gier poważnych dla dowolnie dużej liczby osób graczy.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Utwórz własne konto na stronie Galaxy Zoo i sklasyfikuj kilkadziesiąt galaktyk.
  https://www.zooniverse.org/projects/zookeeper/galaxy-zoo/

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry cyfrowej, która pomogłaby rozwijać program *Galaxy Zoo* i przyciągnęłaby do niego nowych użytkowników_czki.

Warunki brzegowe

Twoja gra musi realizować następujące założenia:

- musi pobierać dane bezpośrednio ze strony *Galaxy Zoo* (załóż, że jest to technicznie możliwe);
- regularne klasyfikowanie określonej liczby zdjęć galaktyk jest kluczem do osiągnięcia sukcesu w grze, ale nie jej jedynym warunkiem;
- gra jest zabezpieczona na wypadek gdyby gracze nie dbali o robienie prawidłowej klasyfikacji i dokonywali jej losowo.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinien być projekt gry cyfrowej (video lub mobilnej). Jeśli ci się uda, zrób papierowy prototyp gry obrazujący działanie jej podstawowych funkcjonalności oraz główne założenia rozgrywki.

Jak mogę sprawdzić, jak mi poszło?

- Zaproś kilka osób do testowania *Galaxy Zoo* przez kilka dni.
- Zaprezentuj im swój projekt lub jeśli stan zaawansowania prototypu na to pozwala, przeprowadź rozgrywkę testową.
- Postaraj się wydobyć od nich wartościową informację zwrotną do twojego projektu. Czy graliby w taką grę dla niej samej? Czy świadomość tego, że gra wykorzystuje prawdziwe dane naukowe, motywowałoby ich do grania bardziej? Czy raczej woleliby spokojnie klasyfikować zdjęcia na portalu *Galaxy Zoo*? Dlaczego?
- Popraw projekt według własnych obserwacji rozgrywki oraz wskazówek testerów_ek.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Jakie są szanse i zagrożenia związane z grami służącymi do procesowania kolektywnego?
- Jak projektuje się grę, w której konkretna wiedza albo dane naukowe są potraktowane jako obowiązkowy budulec projektu, który trzeba wykorzystać? Czy to utrudnia, czy ułatwia pracę?
- Jak projektować grę bez górnego limitu osób grających? Czym charakteryzuje się taki design?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry o procesowaniu kolektywnym, spróbuj:

- zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie PU m
- zebrać zespół lub samodzielnie wykonać ćwiczenie PU k

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier pozarozrywkowych:

- spróbuj zaprojektować grę edukacyjną wykonując ćwiczenie EL s
- spróbuj zaprojektować grę biznesową wykonując ćwiczenie BI s

Jeśli chcesz poznać szczegóły procesu projektowania podobnych gier

- przeczytaj rozdział 23 podręcznika Theoria

GRY POWAŻNE

Ścieżka Multi

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

PO²JUTRZE 2.0

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Świadomość i odpowiedzialność społeczna

Gry służące budowaniu świadomości społecznej na temat aktualnie istotnych problemów i zagrożeń cywilizacyjnych to kanon gier poważnych. Jako jedne z pierwszych gier tego gatunku wymieniane są takie tytuły jak *Learning Sustainable Development* (2000) i *Climate Challenge* (2006). Niestety, chociaż populacja *serious games* stale rośnie, to tempo przyrastania problemów naszej cywilizacji jest zdecydowanie szybsze, a ich społeczna percepcja wciąż niewystarczająca. Jednym ze skutecznych sposobów wyciągnięcia trudnych tematów na światło dzienne mogą być właśnie dobrze zaprojektowane gry poważne. Pozostaje pokładać nadzieje w projektant(k)ach szukających dla swoich projektów nowych, niebanalnych tematów.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania prostej gry poważnej poprzez świadomą modyfikację powłoki gry zaprojektowanej w celu rozrywkowym.
- praca z tematem Kluczowych Zagadnień XXI wieku (z ang. *21st Century Themes*) w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- jak można modyfikować istniejące gry, by oprócz celu rozrywkowego realizowały też inne cele.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta:

- w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika;
- w rozdziale 22 „PROCES Powłoka — Szkielet" podręcznika Gamebook Theoria.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest przeprojektowanie i zmiana warstwy estetycznej i/lub narracyjnej (powłoki) dowolnej gry planszowej lub karcianej, tak aby tematem nowej wersji gry było jedno z Kluczowych Zagadnień XXI wieku (z ang. *21st Century Themes*), czyli:

- świadomość wyzwań globalnych;
- alfabetyzacja finansowa, ekonomiczna i przedsiębiorcza;
- alfabetyzacja społeczna;
- alfabetyzacja zdrowotna;
- alfabetyzacja ekologiczna.

Warunki brzegowe

- Musisz zastąpić całą warstwę estetyczną i narracyjną gry. Nie możesz pozostawić żadnego z oryginalnych elementów.
- Musisz zachować tożsamość gry i doświadczenie, jakie oferuje.
- Możesz wprowadzić do gry do 2 nowych Obiektów o charakterze fizycznym, maksymalnie 1 Atrybucie i dowolnej liczbie Stanów.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinny być:

- logline nowej gry;
- zaktualizowana instrukcja do gry;
- podstawowa wersja dokumentów Blueprint oraz Art Description.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w modyfikowaniu gier rozrywkowych?
- Skąd brać wiarygodne informacje do projektowania gier mówiących o ważnych tematach?
- Jak testować gry poważne? Jak weryfikować, czy osiągnęły zakładane efekty? Co powinno mieć priorytet: grywalność czy temat? Jak zbalansować te dwa aspekty projektu?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry mającej na celu zwiększenie świadomości i odpowiedzialności społecznej:

spróbujcie wykonać ćwiczenie PL 5

spróbujcie wykonać ćwiczenie PL 4

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier poważnych:

przejdź do ćwiczenia PL 3

Kompetencje społeczne

Umiejętności społeczne są narzędziami, dzięki którym jesteśmy w stanie się komunikować, współpracować, uczyć innych i wzajemnie od siebie, poprosić o pomoc, nawiązywać nowe znajomości, czyli być w stanie wchodzić w harmonijne relacje z innymi jednostkami tworzącymi społeczność.

Umiejętności te rozwijamy najlepiej w bezpośrednich, fizycznych interakcjach, czemu obecny kształt naszego życia społecznego i cywilizacji sprzyja coraz mniej. Gry, czyli oddzielone od codzienności magicznym kręgiem sztuczne sytuacje, w których wchodzimy w zupełnie nowe role i relacje, są doskonałym narzędziem do trenowania i rozwijania tych fundamentalnych kompetencji.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry poważnej rozwijającej kompetencje społeczne;
- praca z zagadnieniem inteligencji emocjonalnej w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- tworzenia gier poważnych krok po kroku.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry ARG, planszowej lub karcianej, w której umiejętnością gwarantująca wygrana będzie umiejętność odróżniania prawdziwych informacji od fałszywych (z ang. fake news).

Umiejętność ta należy do zbioru kompetencji XXI w. określanego jako alfabetyzacja cyfrowa, na którą składają się:

- alfabetyzacja informacyjna;
- alfabetyzacja medialna;
- alfabetyzacja informatyczna, komunikacyjna i technologiczna.

Projekt może być rozszerzony o dowolne aspekty związane z powyższym zbiorem kompetencji.

Warunki brzegowe

- Gra powinna być przeznaczona przynajmniej dla 3 osób (bez górnego limitu) jeśli będzie planszówką lub karcianką;
- Rozgrywka powinna być szybka (15 do 45 minut).
- Grę powinna cechować duża regrywalność. Nie możesz używać rozwiązań, które dawałyby przewagę (np. dzięki zapamiętaniu konkretnych materiałów) graczom, którzy grali w grę wcześniej.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinny być:

- logline gry;
- spisane zasady gry;
- prototyp ALFA.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier poważnych?
- Co zrobić, żeby gry poważne dawały nam sprawiedliwe wyniki?
- Jak selekcjonować wiedzę, która stanie się surowcem do powstania gry? Na podstawie jakich kryteriów powinno się wybierać i/lub odrzucać informacje?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry o kompetencjach społecznych:

spróbujcie wykonać ćwiczenie

spróbujcie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier poważnych:

przejdź do ćwiczenia

Empatia poznawcza

Empatia jest zdolnością do zrozumienia lub odczuwania tego, czego doświadcza inna osoba oraz przyjęcia jej perspektywy i spojrzenia na świat. Empatia ma podłoże zarówno genetyczne, jak i społeczno-kulturowe. Definicje empatii są bardzo zróżnicowane i obejmują szeroki zakres procesów społecznych, poznawczych i emocjonalnych dotyczących przede wszystkim zrozumienia innych ludzi oraz ich emocji i uczuć. Rodzaje empatii obejmują empatię poznawczą, empatię emocjonalną (lub afektywną), empatię somatyczną i empatię duchową.

Empatię można rozwijać, można się też jej uczyć. W tym również mogą pomóc gry, zwłaszcza w obszarze empatii poznawczej, która najczęściej przyjmuje jedną z trzech form.

- Inna Perspektywa: zdolność do spontanicznego przyjmowania punktu widzenia innego człowieka.
- Fantazjowanie, czyli utożsamianie się z fikcyjnymi postaciami.
- Empatia taktyczna (lub strategiczna), czyli celowe stosowanie czyjejś perspektywy w celu realizacji własnych celów.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry poważnej rozwijającej kompetencje społeczne;
- praca z zagadnieniem empatii poznawczej w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- tworzenia gier poważnych krok po kroku.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Egzemplarz gry Monopoly.
- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Przypomnij sobie zasady rozgrywki w grę Monopoly.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry rozwijającej empatię poznawczą, czyli umiejętność do przyjęcia cudzej perspektywy i postawienia się w sytuacji innego człowieka.

W tym celu zaprojektuj dodatkowe zasady i karty postaci, które będzie można wykorzystać w czasie rozgrywki w grę Monopoly.

Warunki brzegowe

- Postacie muszą należeć do tej samej lub kilku grup narażonych na wykluczenie społeczne:
  - osoby niepełnosprawne,
  - osoby chore psychicznie,
  - uzależnieni,
  - długotrwale bezrobotni,
  - opuszczający zakłady karne i poprawcze,
  - kobiety samotnie wychowujące dzieci,
  - ofiary patologii życia rodzinnego,
  - osoby o niskich kwalifikacjach zawodowych,
  - starsze osoby samotne,
  - bezdomni,
  - dzieci i młodzież ze środowisk zaniedbanych oraz wychowujące się poza rodziną,
  - osoby będące imigrantami oraz członkowi mniejszości narodowych (np. członkowie społeczności romskiej).
- Postacie muszą mieć specjalne umiejętności, zarówno ułatwiające jak i utrudniające osiągnięcie zwycięstwa.
- Zastąp pola nieruchomości nowymi, podzielonymi na 4 kategorie:
  - praca;
  - zdrowie;
  - mieszkanie;
  - relacje społeczne.
- Możesz dodać drugi system pełniący rolę waluty oprócz pieniędzy.
- Musisz zmienić treść wszystkich karty „Los" i „Szansa".

Efekt pracy

- Rezultatem twojej pracy powinny być:
- spisane zasady gry;
- prototyp ALFA.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Podsumowanie

Ważne pytania

- Jakie rodzaje empatii poznawczej wykorzystujemy, gdy gramy gry?
- Do czego wykorzystujemy empatię poznawczą na co dzień?
- Czy gry, w których wcielamy się w konkretne postacie, uczą nas czegoś wartościowego? Jeśli tak, to czego i jak to robią?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry o empatii poznawczej:

spróbujcie wykonać ćwiczenie

spróbujcie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier poważnych:

przejdź do ćwiczenia

Procesowanie kolektywne

Czasy, w których umysł człowieka był potężniejszy od maszyny, już minęły. Komputery najpierw wygrały z nami w szachy, potem w go, a osiągnięcie w ciągu najbliższych lat świadomości przez coraz szybciej rozwijające się AI przestało być wyłącznie domeną fantastyki. Raczej pytamy „kiedy?", a nie „czy?".

Czy jest więc jakiś obszar, w którym my, zwykli ludzie, możemy oferować coś nauce? Owszem! Ta rzecz to procesowanie kolektywne, czyli posłużenie się do rozwiązania problemu naukowego dużym zbiorem użytkowników niczym procesorami wielordzeniowego komputera o gigantycznej mocy obliczeniowej. Liczne przykłady dowiodły, że taka „maszyna" zdolna jest do dokonania statystycznie prawidłowej ekstrapolacji, wymyślenia nowych algorytmów działania i synchronicznego testowania wielu skrajnie odmiennych strategii i taktyk naraz. Jak zmotywować ludzi do tego, by stali się jej częścią?

To proste. Trzeba ubrać zagadnienie badawcze w kostium dobrej gry.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry poważnej służącej do procesowania kolektywnego;
- praca z zagadnieniem procesowania kolektywnego w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- tworzenia gier poważnych dla dowolnie dużej liczby osób graczy.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

Zapoznaj się z dostępnymi stronami zawierającymi matematyczne modele prognozy pogody i/lub agregujące dane o pogodzie:

- Numeryczna Prognoza pogody UW
  https://meteo.pl/
- Met Office
  https://www.metoffice.gov.uk/
- Radar Burz
  https://www.skyradar.pl/p/radar-burz.html
- sat24
  https://en.sat24.com/en

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry, która sprawdzi, czy, a jeśli tak to jak, działa meteopatia, czyli wrażliwość ludzi na zmianę pogody objawiająca się gorszym lub lepszym samopoczuciem fizycznym, emocjonalnym oraz intelektualnym.

Warunki brzegowe

Twoja gra:

- musi należeć do gier mobilnych wykorzystujących geolokację.
- musi też zbierać informacje o samopoczuciu osób grających, które oni będą na bieżąco raportować;
- musi pobierać dane z serwisów pogodowych;
- na podstawie skorelowanych informacji od graczy i z danych pogodowych musi udzielić odpowiedzi na temat tego, w jaki sposób i w jakich warunkach pogodowych objawia się meteopatia oraz czy na podstawie twojego projektu i takich danych jak np. ból w złamanych w dzieciństwie kończynach da się prawidłowo przewidzieć nadchodzące zjawiska atmosferyczne.
- musi być atrakcyjne, grywalna, działająca dla dowolnie dużej liczby graczy_ek;
- nie może komunikować wprost, o czym jest, żeby nie być obarczona błędami poznawczymi osób grających.

Efekt pracy

Rezultatem twojej pracy powinien być projekt gry mobilnej realizującej Warunki brzegowe. Jeśli ci się uda, zrób papierowy prototyp gry obrazujący działanie jej podstawowych funkcjonalności oraz główne założenia rozgrywki.

Przebieg zajęć

5 minut	Podział grupę na zespoły po 3 do 4 osób
30 minut	Praca projektowa
10 minut	Turystyka Projektowa
20 minut	Praca projektowa
25 minut	Prezentacja prototypów i sesja informacji zwrotnej

Feedback zamiast oceny

Sesję informacji zwrotnej przeprowadź przy wykorzystaniu techniki P.U.R.E. Feedback

Informacje dodatkowe

Kluczowy dla powodzenia projektu będzie zachęcenie graczy do dzielenia się informacjami na temat swojego samopoczucia. Zastanów się jaki gatunek estetyczny albo typ narracji będzie najbardziej ich do tego motywował.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Jakie są szanse i zagrożenia związane z grami służącymi do procesowania kolektywnego?
- Jak projektuje się grę, w której konkretna wiedza albo dane naukowe są potraktowane jako obowiązkowy budulec projektu, który trzeba wykorzystać? Czy to utrudnia, czy ułatwia pracę?
- Jak projektować grę bez górnego limitu osób grających? Czym charakteryzuje się taki design?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry o procesowaniu kolektywnym, spróbuj:

- **spróbujcie wykonać ćwiczenie** PU S
- **spróbujcie wykonać ćwiczenie** PU K

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier pozarozrywkowych:

- **spróbuj zaprojektować grę edukacyjną wykonując ćwiczenie** EI M
- **spróbuj zaprojektować grę biznesową wykonując ćwiczenie** BI M

GRY POWAŻNE

Ścieżka Kampania

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Rzeczpospolita Polska

PO²JUTRZE 2.0

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Świadomość i odpowiedzialność społeczna

Gry służące budowaniu świadomości społecznej na temat aktualnie istotnych problemów i zagrożeń cywilizacyjnych to kanon gier poważnych. Jako jedne z pierwszych gier tego gatunku wymieniane są takie tytuły jak *Learning Sustainable Development* (2000) i *Climate Challenge* (2006). Niestety, chociaż populacja *serious games* stale rośnie, to tempo przyrastania problemów naszej cywilizacji jest zdecydowanie szybsze, a ich społeczna percepcja wciąż niewystarczająca. Jednym ze skutecznych sposobów wyciągnięcia trudnych tematów na światło dzienne mogą być właśnie dobrze zaprojektowane gry poważne. Pozostaje pokładać nadzieje w projektant(k)ach szukających dla swoich projektów nowych, niebanalnych tematów.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania prostej gry poważnej poprzez świadomą modyfikację powłoki gry zaprojektowanej w celu rozrywkowym.
- praca z tematem Kluczowych Zagadnień XXI wieku (z ang. *21st Century Themes*) w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- jak można modyfikować istniejące gry, by oprócz celu rozrywkowego realizowały też inne cele.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta:

- w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika;
- w rozdziale 22 „PROCES Powłoka — Szkielet" podręcznika Gamebook Theoria.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie zmiana warstwy estetycznej i/lub narracyjnej (powłoki) dowolnej, istniejącej gry planszowej lub karcianej, tak aby nowa wersja gry zwiększała świadomość społeczną w zakresie realizacji przynajmniej jednego z 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju:

1. koniec z ubóstwem;
2. zero głodu;
3. dobre zdrowie i jakość życia;
4. dobra jakość edukacji;
5. równość płci;
6. czysta woda i warunki sanitarne;
7. czysta i dostępna energia;
8. wzrost gospodarczy i praca;
9. innowacyjność, przemysł, infrastruktura;
10. mniej nierówności;
11. zrównoważone miasta i społeczności;
12. odpowiedzialna konsumpcja i produkcja;
13. działanie w dziedzinie klimatu;
14. życie pod wodą;
15. życie na lądzie;
16. pokój, sprawiedliwość i silne instytucje;
17. partnerstwo na rzecz celów.

Twoja gra nie ma być rozwiązaniem samego problemu, ale edukować w zakresie danego tematu i promować dobre praktyki.

Warunki brzegowe

- Musisz zastąpić całą warstwę estetyczną i narracyjną gry. Nie możesz pozostawić żadnego z oryginalnych elementów.
- Musisz zachować tożsamość gry i doświadczenie, jakie oferuje.
- Możesz wprowadzić do gry do 3 nowych Obiektów o charakterze fizycznym, maksymalnie 1 Atrybucie i dowolnej liczbie Stanów.
- Możesz wprowadzić do gry nowe Obiekty o charakterze niefizycznym.
- Musisz podać zweryfikowane źródła wiedzy, jakiej użyłeś_aś w swoim projekcie.

Efekt pracy

- Kompletne zasady gry.
- Prototyp SILVER
- Podstawowa wersja dokumentów Blueprint oraz Art Description.

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny
- Kryterium dodatkowe: tożsamość oraz innowacyjność. Gra wciąż musi przypominać oryginał, ale być jego odświeżoną, nowatorską wersją. Dodatkowo premiowane mogą być rozwiązanie nowe, wykraczające poza transplantacje mechanik znanych z innych gier.

Informacje dodatkowe

Zadanie może mieć format indywidualny lub zespołowy. Czas trwania to 3 do 4 tygodni.

Można zwiększyć trudność zadania, rozszerzając Warunki brzegowe o inne platformy (jak np. gry larpowe, miejskie, ARG) i wymagając stworzenia zupełnie nowego projektu gry.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w modyfikowaniu gier rozrywkowych?
- Skąd brać wiarygodne informacje do projektowania gier mówiących o ważnych tematach?
- Jak testować gry poważne? Jak weryfikować, czy osiągnęły zakładane efekty? Co powinno mieć priorytet: grywalność czy temat? Jak zbalansować te dwa aspekty projektu?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry mającej na celu zwiększenie świadomości i odpowiedzialności społecznej, spróbuj:

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie P1 m

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie P1 s

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier poważnych:

przejdź do ćwiczenia P2 k

Kompetencje społeczne

Umiejętności społeczne są narzędziami, dzięki którym jesteśmy w stanie się komunikować, współpracować, uczyć innych i wzajemnie od siebie, poprosić o pomoc, nawiązywać nowe znajomości, czyli być w stanie wchodzić w harmonijne relacje z innymi jednostkami tworzącymi społeczność.

Umiejętności te rozwijamy najlepiej w bezpośrednich, fizycznych interakcjach, czemu obecny kształt naszego życia społecznego i cywilizacji sprzyja coraz mniej. Gry, czyli oddzielone od codzienności magicznym kręgiem sztuczne sytuacje, w których wchodzimy w zupełnie nowe role i relacje, są doskonałym narzędziem do trenowania i rozwijania tych fundamentalnych kompetencji.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry poważnej rozwijającej kompetencje społeczne;
- praca z zagadnieniem inteligencji emocjonalnej w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- tworzenia gier poważnych krok po kroku.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry larpowej, fabularnej, planszowej lub karcianej, w której umiejętnością gwarantująca wygrana będą dwie z czterech poniżej wymienionych kompetencji miękkich:

- **koordynacja**, czyli dostosowanie swoich działań w odniesieniu do działań innych;
- **negocjacje**, czyli skuteczne prowadzenie dialogu i dyskusji mające na celu osiągnięcie porozumienia i celów własnych;
- **perswazja**, czyli efektywne działanie i przekonywanie kogoś do podjęcia działania lub zaufania;
- **mentoring**, czyli skuteczne dzielenie się widzą i pomaganie innym w realizacji zadań lub rozwijaniu kompetencji.

Projekt może być rozszerzony o dowolne aspekty związane z powyższym zbiorem kompetencji.

Warunki brzegowe

- Gra powinna być przeznaczona przynajmniej dla:
  - 3 osób (bez górnego limitu) jeśli będzie planszówką lub karcianką;
  - 2 do 5 osób, jeśli jest grą fabularną;
  - 6 d 12 osób, jeśli jest larpem.
- Grę powinna cechować duża regrywalność. Nie możesz używać rozwiązań, które dawałyby przewagę (np. dzięki zapamiętaniu konkretnych materiałów) graczom, którzy grali w grę wcześniej.

Efekt pracy

- Kompletne zasady gry.
- Prototyp SILVER

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny

Informacje dodatkowe

Zadanie może mieć format indywidualny lub zespołowy. Czas trwania to 3 do 4 tygodni.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Co jest największą trudnością w projektowaniu gier poważnych?
- Co zrobić, żeby gry poważne dawały nam sprawiedliwe wyniki?
- Jak selekcjonować wiedzę, która stanie się surowcem do powstania gry? Na podstawie jakich kryteriów powinno się wybierać i/lub odrzucać informacje?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry o kompetencjach społecznych, spróbuj:

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier poważnych:

przejdź do ćwiczenia

Empatia poznawcza

Empatia jest zdolnością do zrozumienia lub odczuwania tego, czego doświadcza inna osoba oraz przyjęcia jej perspektywy i spojrzenia na świat. Empatia ma podłoże zarówno genetyczne, jak i społeczno-kulturowe. Definicje empatii są bardzo zróżnicowane i obejmują szeroki zakres procesów społecznych, poznawczych i emocjonalnych dotyczących przede wszystkim zrozumienia innych ludzi oraz ich emocji i uczuć. Rodzaje empatii obejmują empatię poznawczą, empatię emocjonalną (lub afektywną), empatię somatyczną i empatię duchową.

Empatię można rozwijać, można się też jej uczyć. W tym również mogą pomóc gry, zwłaszcza w obszarze empatii poznawczej, która najczęściej przyjmuje jedną z trzech form.

- Inna Perspektywa: zdolność do spontanicznego przyjmowania punktu widzenia innego człowieka.
- Fantazjowanie, czyli utożsamianie się z fikcyjnymi postaciami.
- Empatia taktyczna (lub strategiczna), czyli celowe stosowanie czyjejś perspektywy w celu realizacji własnych celów.

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry poważnej rozwijającej kompetencje społeczne;
- praca z zagadnieniem empatii poznawczej w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- tworzenia gier poważnych krok po kroku.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki), zestaw wielościennych kostek do gier fabularnych oraz dowolne inne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry rozwijającej empatię poznawczą, czyli umiejętność do przyjęcia cudzej perspektywy i postawienia się w sytuacji innego człowieka.

W tym celu zaprojektuj zasady i scenariusze gry fabularnej w konwencji science-fiction, której bohaterowie_ki należą do grup narażonych na wykluczenie społeczne.

Warunki brzegowe

Świat gry powinien być bardzo mocno zarysowany, jednocześnie odmienny od naszego, ale będący jego metaforą i odbiciem w obszarze wykluczenia społecznego.

- Podgatunki SF, jakie możesz użyć:
  - space opera;
  - fantastyka socjologiczna;
  - cyberpunk;
  - biopunk;
  - solarpunk.
- Gracz powinien mieć możliwość stworzenia postaci należącej do jednej z 8 wybranych przez ciebie grup zagrożonych wykluczeniem społecznym:
  - osoby niepełnosprawne,
  - osoby chore psychicznie,
  - uzależnieni,
  - długotrwale bezrobotni,
  - opuszczający zakłady karne i poprawcze,
  - kobiety samotnie wychowujące dzieci,
  - ofiary patologii życia rodzinnego,
  - osoby o niskich kwalifikacjach zawodowych,
  - starsze osoby samotne,
  - bezdomni,
  - dzieci i młodzież ze środowisk zaniedbanych oraz wychowujące się poza rodziną,
  - osoby będące imigrantami oraz członkowi mniejszości narodowych (np. członkowie społeczności romskiej).

Efekt pracy

- Komplet zasad do gry fabularnej w formie podręcznika (szata graficzna jest opcjonalna i nie powinna podlegać ocenie).
- 2 jednostrzałowe scenariusze dla 3 do 4 graczy na 2 do 4 godzin rozgrywki.
- Planu kampanii (12 sesji) dla 3 lub 4 graczy.

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny

Informacje dodatkowe

Zadanie może mieć format indywidualny lub zespołowy. Czas trwania to 3 do 4 tygodni.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Jakie rodzaje empatii poznawczej wykorzystujemy, gdy gramy gry?
- Do czego wykorzystujemy empatię poznawczą na co dzień?
- Czy gry, w których wcielamy się w konkretne postacie, uczą nas czegoś wartościowego? Jeśli tak, to czego i jak to robią?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry o empatii poznawczej, spróbuj:

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier poważnych:

przejdź do ćwiczenia

Procesowanie kolektywne

Czasy, w których umysł człowieka był potężniejszy od maszyny, już minęły. Komputery najpierw wygrały z nami w szachy, potem w go, a osiągnięcie w ciągu najbliższych lat świadomości przez coraz szybciej rozwijające się AI przestało być wyłącznie domeną fantastyki. Raczej pytamy „kiedy?", a nie „czy?".

Czy jest więc jakiś obszar, w którym my, zwykli ludzie, możemy oferować coś nauce? Owszem! Ta rzecz to procesowanie kolektywne, czyli posłużenie się do rozwiązania problemu naukowego dużym zbiorem użytkowników niczym procesorami wielordzeniowego komputera o gigantycznej mocy obliczeniowej. Liczne przykłady dowiodły, że taka „maszyna" zdolna jest do dokonania statystycznie prawidłowej ekstrapolacji, wymyślenia nowych algorytmów działania i synchronicznego testowania wielu skrajnie odmiennych strategii i taktyk naraz. Jak zmotywować ludzi do tego, by stali się jej częścią?

To proste. Trzeba ubrać zagadnienie badawcze w kostium dobrej gry. .

Czemu służy ta lekcja? Czego się nauczysz?

Celem lekcji jest:

- praktyczna nauka projektowania gry poważnej służącej do procesowania kolektywnego;
- praca z zagadnieniem procesowania kolektywnego w praktycznym kontekście.

Nauczysz się:

- tworzenia gier poważnych dla dowolnie dużej liczby osób graczy.

Wprowadzenie teoretyczne

Nie istnieją jasno sprecyzowane granice tego, co jest grą rozrywkową, a co poważną. Jeszcze trudniej wyznaczyć podział pomiędzy grami poważnymi a edukacyjnymi czy biznesowymi. Wiele typologii wymieniając obszary, w których stosujemy gry poważne, zalicza do nich gry szkoleniowe, promocyjne albo rekrutacyjne.

Z tego powodu przed przystąpieniem do ćwiczenia, zapoznaj się z treścią następujących rozdziałów Podręcznika 2: Gamebook Praxis. Zaproponowaliśmy tam własny podział gier pozarozrywkowych w zależności od celu, jaki mają realizować.

- Rozdział 6 „Od gier rozrywkowych do pozarozrywkowych: projektowanie gier użytkowych";
- Rozdział 7 „Gry edukacyjne",
- Rozdział 9 „Gry biznesowe";
- Rozdział 11 „Gry poważne".

Do realizacji zadania przyda ci się też wiedza zawarta w rozdziale 12 „PROCES: Projektowanie gry poważnej" tego samego podręcznika.

Jak się przygotować?

Materiały

- Podstawowe materiały piśmiennicze (czyste kartki, nożyczki, ołówki, gumka, pisaki) oraz dowolne materiały lub akcesoria przydatne do wykonania nowych komponentów gry.

Czynności

- Zapoznaj się z zagadnieniem optymalizacyjnym, które polega nalezieniu minimalnego cyklu Hamiltona w pełnym grafie ważonym. Potocznie nazywa się je „Problemem komiwojażera" (z ang. Travelling Salesman Problem)
  https://pl.wikipedia.org/wiki/Problem_komiwoja%C5%BCera
  https://en.wikipedia.org/wiki/Travelling_salesman_problem

Co trzeba zrobić?

Twoim zadaniem jest zaprojektowanie gry, która posłuży do poszukiwania nowych algorytmów, które mogłyby być pomocne w obliczeniach problemu komiwojażera.

Alternatywnie, gra może wykorzystywać jeden z wariantów problemu (np. *The Travelling Purchaser Problem* lub *Bottleneck TSP*).

W swoim projekcie możesz używać istniejących algorytmów, które służą do poszukiwania rozwiązań TSP dla konkretnych grafów, np.

- algorytm Christofidesa i Serdyukova;
- technika 2-opt;
- hurystyka Lin–Kernighan;
- algorytmy mrówkowe.

Warunki brzegowe

Twoja gra:

- może należeć do gier mobilnych, video lub przeglądarkowych;
- może komunikować wprost, o czym jest i jak trudne zadanie stoi przed graczami;
- może, ale nie musi być powiązana z rzeczywistością;
- może należeć do konkretnego gatunku estetycznego
- nie może mieć istotnego komponentu narracyjnego z uwagi na możliwie długa, czwartą fazę gry, jaką jest Zmierzch (z ang. Endgame);
- musi posiadać rozbudowany system motywatorów zewnętrznych (np. punkty, odznaki, rankingi) jak i wewnętrznych (np. status, sprawczość, społeczność);

Efekt pracy

- Kompletne zasady gry.
- Grywalny prototyp papierowy lub cyfrowy.
- Dokumentacja umożliwiająca zbudowanie prototypu SILVER.

Kryteria oceny

- Standardowe Kryteria Oceny.

Informacje dodatkowe

Zadanie może mieć format indywidualny lub zespołowy. Czas trwania to 3 do 5 tygodni.

Podsumowanie

Ważne pytania

- Jakie są szanse i zagrożenia związane z grami służącymi do procesowania kolektywnego?
- Jak projektuje się grę, w której konkretna wiedza albo dane naukowe są potraktowane jako obowiązkowy budulec projektu, który trzeba wykorzystać? Czy to utrudnia, czy ułatwia pracę?
- Jak projektować grę bez górnego limitu osób grających? Czym charakteryzuje się taki design?

Dalsza droga

Jeśli spodobało ci się projektowanie gry mającej na celu zwiększenie świadomości i odpowiedzialności społecznej, spróbuj:

- **wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie** — DYM
- **wraz z zespołem lub samodzielnie wykonać ćwiczenie** — DYS

Jeśli spodobało ci się projektowanie gier pozarozrywkowych:

- **spróbuj zaprojektować grę edukacyjną wykonując ćwiczenie** — EDK
- **spróbuj zaprojektować grę biznesową wykonując ćwiczenie** — BIK

ROZWIĄZANIA ZADAŃ

Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój
Rzeczpospolita Polska
PO²JUTRZE 2.0
Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

Ćwiczenie: ZC2, Lekcja B1S: Gry symulacyjne

Tytuł gry: Browar Magnat

Autor: Piotr Milewski

Logline/Fokus:

Gra planszowa dla 3-4 graczy, w której wcielają się oni we właścicieli rzemieślniczych browarów, rywalizując o dominację na lokalnym rynku piwa poprzez produkcję, marketing i dystrybucję.

Koncepcja podstawowa:

Browar Magnat to ekonomiczna gra strategiczna, w której gracze zarządzają wszystkimi kluczowymi aspektami działania browaru. Rozgrywka toczy się przez 12 rund (symbolizujących 12 miesięcy), a każda runda podzielona jest na fazy: Planowania, Produkcji, Sprzedaży i Wydarzeń. Gracze muszą mądrze zarządzać surowcami (słód, chmiel, drożdże) i finansami, opracowywać nowe receptury, warzyć piwo, a następnie sprzedawać je w różnych dzielnicach miasta, budując swoją markę i zdobywając prestiż. Gra symuluje dynamikę rynku – popyt na różne style piwa zmienia się, a losowe wydarzenia (np. wzrost cen surowców, festiwal piwny) zmuszają do adaptacji strategii.

Kluczowe elementy Szkieletu:

- **Cel:** Zdobycie jak największej liczby **Punktów Prestiżu (PP)** na koniec 12 rundy. Punkty zdobywa się za:
    - Sprzedaż piwa (każdy sprzedany żeton piwa jest wart PP).
    - Zdobywanie nagród na Festiwalach Piwnych.
    - Realizację kart Celów Specjalnych (np. “Zdominuj rynek piw typu IPA”).
    - Zgromadzony na koniec gry kapitał.

- **Mechaniki:**
    - **Zarządzanie zasobami:** Gracze kupują, przechowują i przetwarzają żetony surowców, aby uwarzyć żetony piwa. Muszą też zarządzać budżetem.
    - ***Worker placement* (wybór akcji):** W fazie planowania gracze naprzemiennie umieszczają swoich pracowników (pionki) na polach akcji, aby zarezerwować sobie możliwość zakupu surowców, zatrudnienia specjalistów czy rozpoczęcia kampanii marketingowej.
    - **Zbieranie zestawów (*Set Collection*):** Gracze pozyskują karty Receptur, które pozwalają warzyć konkretne style piwa. Posiadanie zestawu receptur z jednej kategorii (np. piwa belgijskie) może dawać bonusy.
    - **Kontrola obszaru (*Area Control*):** Plansza przedstawia mapę miasta z kilkoma dzielnicami. Gracze rywalizują o wpływy w pubach i sklepach w każdej dzielnicy. Gracz z największą liczbą sprzedanych piw w danej dzielnicy otrzymuje na koniec rundy dodatkowe Punkty Prestiżu.
- **Komponenty (prototyp):**
    - **Plansza główna:** Mapa miasta z 5-6 dzielnicami, tor rund, pola akcji, miejsce na karty Wydarzeń i Festiwali.
    - **Planszetki graczy:** Każdy gracz ma swoją planszetkę symbolizującą browar, z magazynem na surowce i miejscem na uwarzone piwa.
    - **Żetony:** Drewniane kostki/znaczniki symbolizujące surowce (słód, chmiel, drożdże), pieniądze oraz gotowe piwo (w kolorach graczy).
    - **Karty:** Karty Receptur, Karty Wydarzeń, Karty Celów Specjalnych.
    - **Pionki:** Kilka pionków “Pracowników” dla każdego gracza.

Uzasadnienie projektu:

Projekt ten jest bezpośrednią odpowiedzią na zadanie B1S. Zgodnie z poleceniem, jest to **gra planszowa** dla **3-4 graczy**, w której **każdy kontroluje własne przedsiębiorstwo i konkuruje na rynku**.

1. **Symulacja Biznesu:** Gra została zaprojektowana w oparciu o uproszczoną analizę **Business Model Canvas** oraz **SWOT** dla browaru rzemieślniczego.
    - **Koszty i przychody:** Mechanika zarządzania zasobami i finansami bezpośrednio symuluje strukturę kosztów (zakup surowców) i przychodów (sprzedaż piwa).
    - **Działania kluczowe:** Fazy planowania i produkcji odzwierciedlają kluczowe działania firmy (warzenie, marketing).
    - **Szanse i zagrożenia:** Karty Wydarzeń wprowadzają do gry szanse (np. “Nagły wzrost popularności piw pszenicznych”) i zagrożenia (np. “Awaria sprzętu - tracisz kolejkę produkcyjną”), co symuluje zmienność rynku.
2. **Spełnienie warunków brzegowych:**
    - **Platforma:** Gra planszowa.
    - **Liczba graczy:** 3-4.
    - **Konkurencja:** Gracze rywalizują o te same, ograniczone zasoby (pola akcji, surowce na rynku) oraz o tych samych klientów (kontrola obszaru w dzielnicach), co jest esencją konkurencji rynkowej.
3. **Grywalność:** Zastosowane mechaniki (*worker placement*, *area control*) są sprawdzone i gwarantują wysoki poziom interakcji oraz strategicznej głębi, co czyni grę grywalną i interesującą dla docelowego odbiorcy podręcznika. Projekt jest gotowy do stworzenia prototypu i dalszych testów.

Uzupełnienie: Business Model Canvas (Przykład dla Browaru Rzemieślniczego)

Poniższy model pokazuje, jak kluczowe elementy biznesu browarniczego można przełożyć na mechaniki i komponenty gry.

Partnerzy Kluczowi	**Kluczowe Działania**	**Propozycja Wartości**	**Relacje z Klientami**	**Segmenty Klientów**
• Dostawcy surowców (słód, chmiel) • Dystrybutorzy (hurtownie) • Puby i sklepy specjalistyczne • Organizatorzy festiwali piwnych	• Warzenie piwa • pracowywanie receptur • Marketing i budowanie marki • Sprzedaż i dystrybucja • Organizacja degustacji	• Wysokiej jakości piwo rzemieślnicze • Unikalne, nowe smaki • Produkt lokalny •Doświadczenie (wizyta w browarze, degustacje)	• Media społecznościowe • Taproom / Pub firmowy • Udział w festiwalach • Newsletter, klub piwny	• Miłośnicy piw rzemieślniczych • Lokalni patrioci • Klienci pubów i restauracji • Poszukiwacze nowości
Kluczowe Zasoby			**Kanały Dystrybucji**	

• Sprzęt browarniczy (kadzie, tanki) • Receptury piwne • Marka i reputacja • Główny piwowar • Kapitał			• Własny pub (taproom) • Sklepy specjalistyczne • Puby wielokranowe, restauracje • Sprzedaż online	
Struktura Kosztów	**Strumienie Przychodów**			
• Surowce (słód, chmiel, drożdże) • Produkcja (energia, woda, butelki/puszki) • Marketing i promocja • Dystrybucja • Pensje, czynsz • Podatki (akcyza)	• Sprzedaż piwa (hurtowa i detaliczna) • Sprzedaż w pubie firmowym (piwo, jedzenie) • Sprzedaż gadżetów (koszulki, szkło) • Płatne wycieczki po browarze			

Uzupełnienie: Analiza SWOT (Przykład dla Browaru Rzemieślniczego)

Analiza SWOT pomaga zidentyfikować wewnętrzne i zewnętrzne czynniki wpływające na biznes, co w grze może być odzwierciedlone przez karty Wydarzeń, cele czy specjalne zdolności graczy.

	Pozytywne	**Negatywne**
Wewnętrzne	**Mocne Strony (Strengths)** • Wysoka jakość i unikalność produktu • Elastyczność w tworzeniu nowych smaków • Silna, autentyczna marka lokalna • Pasja i wiedza założycieli	**Słabe Strony (Weaknesses)** • Ograniczone moce produkcyjne • Mniejszy budżet marketingowy niż u koncernów • Wyższe koszty jednostkowe produkcji • Uzależnienie od wąskiej grupy dostawców
Zewnętrzne	**Szanse (Opportunities)** • Rosnąca popularność piw rzemieślniczych • Rozwój turystyki piwnej i kulinarnej • Możliwość eksportu • Współpraca z lokalną gastronomią	**Zagrożenia (Threats)** • Duża konkurencja (inne browary, koncerny) • Zmiany w prawie (podatki, akcyza) • Wahania cen surowców • Zmiana gustów konsumentów

Ćwiczenie: ZC2, Lekcja B2S: Gry rekrutacyjne

Tytuł gry: Protokół Blackout

Autor: Piotr Milewski

Logline/Fokus:

Kooperacyjna gra dla 4-5 graczy, w której odseparowani od siebie członkowie zespołu zarządzania kryzysowego muszą, polegając wyłącznie na komunikacji głosowej, przywrócić funkcjonowanie miasta po katastrofalnej awarii, testując przy tym umiejętności współpracy i krytycznego myślenia w warunkach chaosu informacyjnego.

Koncepcja podstawowa:

Protokół Blackout to symulacja, w której gracze wspólnie stawiają czoła serii narastających problemów. Na początku każdej tury losowana jest karta **Problemu** (np. “Awaria Głównej Podstacji” lub “Dezinformacja w Mediach”), która wprowadza negatywne efekty. Gracze mają na ręku karty **Rozwiązań**, ale z powodu awarii komunikacji nie mogą ich sobie pokazywać. Muszą werbalnie opisywać swoje możliwości i wspólnie decydować, które zasoby przeznaczyć, aby sprostać wyzwaniu. Celem jest rozwiązanie określonej liczby kluczowych problemów, zanim wskaźnik chaosu w mieście osiągnie poziom krytyczny.

Unikalny sposób rozgrywki (haczyk projektowy):

Gra toczy się w warunkach symulowanego “blackoutu informacyjnego”. **Gracze siedzą odwróceni do siebie plecami** (lub oddzieleni parawanami). Nie mają ze sobą kontaktu wzrokowego. Każdy z nich posiada własną, identyczną planszę miasta. Centralna, “prawdziwa” mapa miasta znajduje się tylko u obserwującego

rekrutera, który aktualizuje ją na podstawie werbalnych deklaracji graczy. Taki układ zmusza do absolutnej precyzji w komunikacji i budowania wspólnego obrazu sytuacji wyłącznie na podstawie słów.

Kluczowe elementy Szkieletu:

- **Cel:** Wspólne rozwiązanie 5 kart “Problemów Krytycznych” zanim wskaźnik Chaosu osiągnie maksymalną wartość (np. 10 punktów) lub zanim skończy się talia Problemów. Albo wszyscy wygrywają, albo wszyscy przegrywają.
- **Mechaniki:**
    - **Zarządzanie ręką:** Każdy gracz dysponuje unikalnym zestawem kart Rozwiązań i musi decydować, które z nich zagrać, a które zachować na później.
    - **Kooperacyjne rozwiązywanie problemów:** Każda karta Problemu wymaga zagrania kombinacji kart Rozwiązań z określonych dziedzin (np. 1x Logistyka, 2x Inżynieria). Zespół musi wspólnie ustalić, kto i co dokłada do rozwiązania problemu.
- **Komponenty (prototyp):**
    - **Plansze Miasta:** Identyczne plansze dla każdego gracza oraz jedna plansza główna dla rekrutera.
    - **Talia Problemów:** Ok. 30 kart opisujących różne kryzysy.
    - **Talie Rozwiązań:** 4-5 talii po ok. 15 kart każda, przypisane do ról (np. Inżynier, Logistyk, Specjalista ds. Komunikacji).
    - **Żetony:** Znaczniki do oznaczania postępów na torach, żetony “Kompetencji” oraz żetony “Wpływu” do głosowania.
    - **Karty Tajnych Informacji:** Niewielka talia unikalnych kart dla każdego gracza.

Mechaniki zaawansowane:

Gra zostaje wzbogacona o dwie kluczowe mechaniki, które tworzą jej unikalny charakter:

1. **Faza kalibracji zespołu (Głosowanie):** Na początku każdej rundy, po ujawnieniu nowego Problemu, zespół musi wybrać **Głównego koordynatora** na tę turę. Jest to mechanika, w której **wyniki są decydowane przez graczy**. Gracze mogą wybrać jeden z trzech systemów głosowania, co pozwala obserwować ich zdolności adaptacyjne i strategiczne:
    - **Głosowanie jawne (Konsensus):** Gracze dyskutują i wspólnie podejmują decyzję. Testuje zdolność do perswazji i budowania porozumienia. Koordynator wybrany w ten sposób zyskuje dodatkowy żeton “Współpracy” do przyznania innemu graczowi.
    - **Głosowanie tajne (Licytacja Wpływu):** Gracze w tajemnicy licytują swoje żetony “Wpływu”, aby przeforsować swojego kandydata. Testuje strategiczne myślenie i zarządzanie zasobami.
    - **Głosowanie ważone (Hierarchia):** Gracz z największą liczbą zebranych żetonów Kompetencji z poprzedniej rundy ma dodatkowy głos. Testuje zdolność do wykorzystywania zdobytego autorytetu. **Rola głównego koordynatora:** Osoba wybrana na to stanowisko ma w danej turze specjalną zdolność, np. może zadać jednemu graczowi jedno zamknięte pytanie dotyczące posiadanej karty (“Czy masz rozwiązanie z dziedziny Telekomunikacji?”) lub w przypadku remisu w decyzjach, jej głos jest decydujący.

2. **Tajemne informacje (Nierówny dostęp do Informacji):** Mechanika komunikacji z ograniczeniami zostaje pogłębiona przez wprowadzenie **asymetrii informacji**. Na początku gry każdy gracz otrzymuje jedną, tajną kartę **Informacji**, która modyfikuje jego sytuację. Karta ta może być:
    - **Atutem:** np. “Jedna z twoich kart Inżynierii może być użyta jako dowolna inna karta Inżynierii.”
    - **Komplikacją:** np. “Jeden z twoich kontaktów w transporcie jest zawodny. Raz w grze, gdy zagrasz kartę Transportu, musisz odrzucić dodatkową kartę z ręki.”
    - **Ukrytym celem:** np. “Jeśli w trakcie gry rozwiążecie problem z sektora Energetyki używając co najmniej dwóch twoich kart, na koniec gry możesz przyznać dodatkowy żeton ‘Krytycznego Myślenia’.” Gracze nie mogą wprost mówić o treści tych kart, ale ich działania będą przez nie uwarunkowane. Zmusza to zespół do jeszcze głębszej dedukcji i budowania zaufania w warunkach niepełnej wiedzy.

Uzasadnienie projektu i weryfikacja umiejętności:

Projekt spełnia warunki brzegowe zadania, a dodane mechaniki znacząco pogłębiają jego wartość rekrutacyjną.

1. **Testowane kompetencje XXI wieku:**
    - **Krytyczne myślenie i rozwiązywanie problemów:** Pogłębione przez konieczność dedukcji na podstawie niepełnych danych (Tajemne Informacje) i wyboru optymalnej strategii głosowania.
    - **Komunikatywność i perswazja:** Kluczowa w fazie Kalibracji Zespołu, gdzie gracze muszą przekonać innych do swojej wizji lub kandydata na Koordynatora.
    - **Współpraca i zaufanie:** Testowane w ekstremalnych warunkach, gdy gracze muszą

polegać na niejasnych komunikatach sojuszników, którzy mogą posiadać ukryte atuty lub komplikacje.
    - **Przywództwo i odpowiedzialność:** Rola Głównego Koordynatora bezpośrednio testuje te umiejętności.
2. **Sposób oceny (wynik gry):** Mechanizm oceny koleżeńskiej staje się jeszcze bardziej wartościowy. Rekruter obserwuje teraz:
    - **Dynamikę władzy:** Kto i w jaki sposób zdobywa pozycję Koordynatora? Jak wykorzystuje dodatkowe uprawnienia?
    - **Radzenie sobie z niepewnością:** Jak gracze komunikują swoje Tajemne Informacje? Jak zespół reaguje na nieoczekiwane komplikacje lub atuty wynikające z tych kart?
    - **Inteligencję strategiczną:** Który system głosowania wybiera zespół w zależności od sytuacji? Rozkład przyznanych żetonów, w połączeniu z obserwacją tych złożonych interakcji, daje rekruterowi niezwykle bogaty obraz kompetencji kandydatów.
3. **Checklista dla rekrutera:** Poniższa lista służy do zerojedynkowej oceny obserwowalnych zachowań każdego z graczy w trakcie rozgrywki.
   Komunikacja:
    - Przekazuje informacje w sposób jasny i zwięzły. (Tak/Nie)
    - Aktywnie słucha propozycji innych członków zespołu. (Tak/Nie)
    - Potrafi dostosować styl komunikacji do sytuacji (np. w warunkach ograniczonej informacji). (Tak/Nie)
    - Zadaje pytania w celu klaryfikacji niejasności. (Tak/Nie)
4. **Współpraca:**
    - Chętnie dzieli się zasobami/informacjami dla dobra zespołu. (Tak/Nie)
    - Buduje atmosferę zaufania i otwartej dyskusji. (Tak/Nie)

- Wspiera innych członków zespołu w ich działaniach. (Tak/Nie)

5. **Krytyczne myślenie:**
    - Analizuje problem z różnych perspektyw przed zaproponowaniem rozwiązania. (Tak/Nie)
    - Potrafi zidentyfikować potencjalne ryzyka związane z daną strategią. (Tak/Nie)
    - Wyciąga logiczne wnioski na podstawie niepełnych danych. (Tak/Nie)
6. **Przywództwo i Inicjatywa:**
    - Przejmuje inicjatywę, gdy zespół ma trudności z podjęciem decyzji. (Tak/Nie)
    - Potrafi skutecznie argumentować na rzecz wybranej strategii (perswazja). (Tak/Nie)
    - Jako Koordynator, efektywnie wykorzystuje swoje uprawnienia do organizacji pracy zespołu. (Tak/Nie)
    - Bierze odpowiedzialność za swoje decyzje i ich konsekwencje. (Tak/Nie)

Ćwiczenie: ZC2, Lekcja B3M: Gry sprzedażowe

Tytuł gry: Kolekcjonerzy codzienności

Autor: Piotr Milewski

Logline/Fokus: Gra dedukcyjna dla 3-5 graczy, w której wcielają się oni w rolę “personal shopperów”, starając się odgadnąć potrzeby Klientów przeciwników i zebrać jak najwięcej produktów, wykorzystując karty pozyskane z prawdziwych opakowań.

1. Opis gry

1.1 Koncepcja podstawowa

Gracze wcielają się w “Kolekcjonerów Codzienności” – elitarnych “personal shopperów” obsługujących wymagającą klientelę. Każdy gracz ma swojego Klienta, którego tożsamość i preferencje są jawne dla wszystkich. W swojej turze jeden z graczy staje się “Aktywnym Klientem” i potajemnie wybiera jedną kategorię produktów, której poszukuje. Pozostali gracze próbują odgadnąć tę kategorię, oferując produkty ze swojej ręki. Aktywny Klient zbiera wszystkie trafione produkty, a pozostali gracze starają się tak zagrywać karty, by ich produkty nie trafiły w jego ręce, jednocześnie zachowując cenne karty dla siebie. Gra toczy się do momentu, aż jeden z graczy zrealizuje wszystkie potrzeby swojego klienta lub zbierze określoną liczbę produktów.

1.2 Unikalny sposób rozgrywki (haczyk projektowy)

Kluczowym elementem jest fizyczna więź z realnymi produktami. Komponenty gry to dosłownie fragmenty opakowań, które gracze sami zbierają lub też znajdujące się w nich losowe karty. Wprowadzenie **trzech poziomów rzadkości kart Klientów i Produktów (Powszechne, Rzadkie, Unikatowe)** zamienia codzienne zakupy w meta-grę polegającą na “polowaniu” na

cenne egzemplarze Klientów. Rozgrywka, choć turowa, angażuje wszystkich graczy w każdej turze, zmuszając do ciągłej analizy przeciwników i blefowania.

2. Szkielet gry

2.1 Cel gry

Celem gry jest posiadanie jak największej liczby produktów w określonym momencie. Gra kończy się bowiem natychmiast, gdy spełniony jest jeden z dwóch warunków:

1. Jeden z graczy pozbędzie się wszystkich swoich Kart Kategorii. Wygrywa wtedy gracz (spośród pozostałych), który zebrał najwięcej Kart Produktów.
2. Jeden z graczy zbierze 20 Kart Produktów. Wygrywa on natychmiast.

2.2 Kluczowe mechaniki

- **Dedukcja (*Deduction*):** Gracze muszą analizować jawne karty Klientów przeciwników, aby wydedukować, jakiej Karty Kategorii mogą szukać w danej turze.
- **Zarządzanie ręką (*Hand Management*):** Gracze muszą mądrze zarządzać swoimi Kartami Produktów, decydując, które z nich zaryzykować, a które zachować na później.
- **Blef i Zmyłki (*Bluffing and Misdirection*):** Aktywny Klient może próbować zmylić przeciwników co do swoich intencji, a pozostali gracze mogą zagrywać nieoczywiste karty, by chronić swoje cenniejsze produkty.
- **Kolekcjonowanie Zestawów (*Set Collection*):** W meta-grze gracze kolekcjonują karty z opakowań, budując swoje unikalne “talie”.

2.3 Komponenty (prototyp)

- **Karty Produktów:** Komponenty wycinane przez graczy z zewnętrznych opakowań produktów. Każda karta powinna zawierać wyraźną nazwę, grafikę produktu oraz

symbol rzadkości (C - Powszechna, U - Rzadka, R - Unikatowa).

- **Karty Kategorii:** Gotowe komponenty do znalezienia wewnątrz opakowania. Są to niewielkie karty z hasłami takimi jak “NABIAŁ”, “CHEMIA DOMOWA”, “PRZEKĄSKI”, “NAPOJE”.
- **Karty Klientów:** Gotowe komponenty z wnętrza opakowań, również z oznaczeniem rzadkości (Common, Uncommon, Rare). Każda karta przedstawia postać i listę 8 “zakupów” do zrobienia, podzielonych na kategorie.
    - **Klient C:** Wymaga produktów z 4 różnych kategorii (np. 3x A, 3x B, 1x C, 1x D).
    - **Klient U:** Wymaga produktów z 6 różnych kategorii.
    - **Klient R:** Wymaga produktów z 8 różnych kategorii.

3. Powłoka gry

3.1 Temat i konwencja

Nowoczesne życie, kultura konsumencka, codzienne zakupy. Konwencja to lekka, humorystyczna gra imprezowa z elementami satyry.

3.2 Świat i narracja

Światem gry jest supermarket, a gracze są jego wytrawnymi bywalcami, realizującymi zlecenia dla wymagających Klientów. Narracja jest prosta i uniwersalna: wyścig z czasem i innymi kupującymi, by jak najszybciej wypełnić swój koszyk.

3.3 Estetyka i nastrój

Estetyka gry jest kolażem prawdziwych, kolorowych marek i logotypów. Jest żywa, chaotyczna i znajoma – jak półki w

hipermarkecie. Nastrój jest energetyczny, radosny i bardzo towarzyski. Gra ma wywoływać śmiech i pozytywne emocje związane ze wspólną zabawą.

4. Zasady gry

4.1 Przygotowanie do gry

1. **Wybór klienta:** Każdy gracz wybiera jedną Kartę Klienta ze swojej kolekcji i kładzie ją przed sobą, widoczną dla wszystkich.
2. **Przygotowanie Kart Kategorii:** Każdy gracz bierze ze swojej kolekcji Karty Kategorii odpowiadające potrzebom jego Klienta (np. jeśli Klient potrzebuje 3 produktów z kategorii A, gracz bierze 3 karty “A”). Tasuje je i kładzie zakryte przed sobą. To jest jego talia Kategorii.
3. **Przygotowanie Kart Produktów:** Każdy gracz bierze swoją kolekcję Kart Produktów i tasuje ją, tworząc swoją osobistą talię dobierania. Talia nie może liczyć mniej, niż 15 kart.
4. **Ręka startowa:** Każdy gracz dobiera 5 Kart Produktów na rękę.

4.2 Przebieg tury

Gracze rozgrywają tury zgodnie z ruchem wskazówek zegara. Gracz, którego jest tura, staje się **Aktywnym Klientem**.

1. **Wybór Kategorii:** Aktywny Klient dobiera w tajemnicy jedną kartę ze swojej talii Kategorii i kładzie ją zakrytą na środku stołu.
2. **Oferty Produktów:** Pozostali gracze próbują odgadnąć, jakiej kategorii szuka Aktywny Klient. Każdy z nich wybiera jedną Kartę Produktu ze swojej ręki i kładzie ją zakrytą na stole.
3. **Odkrycie kart:** Gdy wszyscy gracze wykonają ruch, najpierw odkrywane są wszystkie Karty Produktów.
4. **Odkrycie Kategorii:** Następnie Aktywny Klient odkrywa swoją Kartę Kategorii.

5. **Rozliczenie tury:**
    - Aktywny Klient zabiera wszystkie zagrane Karty Produktów, które pasują do odkrytej kategorii i kładzie je przed sobą w swojej strefie punktacji.
    - Karty Produktów, które nie pasowały do kategorii, są odrzucane. Każdy gra zabiera swoje.
    - Aktywny Klient odrzuca użytą Kartę Kategorii na stałe z gry.
6. **Dobranie kart:** Wszyscy gracze (oprócz Aktywnego Klienta) dobierają jedną Kartę Produktu ze swojej talii.
7. **Przekazanie tury:** Tura przechodzi na gracza po lewej stronie.
8. **Skalowanie dla większej liczby graczy:**
    - **1-5 graczy:** Gra toczy się standardowo, z jednym Aktywnym Klientem na turę.
    - **6-10 graczy:** Gracze tworzą pary (lub pary i jedną trójkę) z osobami siedzącymi obok. W swojej turze para/trójka działa wspólnie jako Aktywni Klie Każdy z nich wybiera jedną Kartę Kategorii, adekwatną do potrzeb swojego Klienta. Pozostali gracze (indywidualnie) zagrywają swoje Karty Produktów. Tura przechodzi na kolejną parę/trójkę.
    - **11-15 graczy:** Gracze dzielą się na trójki (i ewentualnie pary). Zasady są analogiczne jak w wariancie dla 6-10 graczy.

4.3 Koniec gry i zwycięstwo

Gra kończy się natychmiast, gdy spełniony jest jeden z warunków:

- **Wyczerpanie Kategorii:** Gracz odrzuca swoją ostatnią Kartę Kategorii. Wszyscy gracze oprócz niego liczą zebrane Karty Produktów. Wygrywa ten, kto ma ich najwięcej.
- **Zebranie 20 Produktów:** Gracz, który na koniec swojej tury ma 20 lub więcej Kart Produktów, natychmiast wygrywa grę.

4.4 Zarządzanie Kartami Produktów (Szczegółowe Zasady)

- **Czym są Karty Produktów?** Są to karty, które gracze samodzielnie pozyskują, kupując produkty i wycinając odpowiednie fragmenty z ich opakowań. Stanowią one osobistą kolekcję każdego gracza.
- **Z jakimi kartami przychodzimy na grę?** Każdy gracz przychodzi na rozgrywkę z **własną kolekcją** Kart Produktów. Nie ma wspólnej talii. To, jak bogata i różnorodna jest kolekcja gracza, zależy wyłącznie od jego zaangażowania w “meta-grę” zakupową.
- **Ile kart mamy na ręce?** Przed rozpoczęciem gry, każdy gracz wybiera ze swojej całej kolekcji min. **15 kart produktów**, które będą stanowiły jego rękę (talię) na daną rozgrywkę. Po każdej rundzie zagrana karta jest odrzucana, a gracz nie dobiera nowych kart. Oznacza to, że trzeba mądrze zarządzać swoimi zasobami przez całą grę.
- **Czy każdy gra swoją talią?** Tak. Każdy gracz gra talią złożoną z 10 kart wybranych ze swojej osobistej kolekcji. To sprawia, że talie graczy są unikalne i odzwierciedlają ich “historię zakupową”. Po rozgrywce gracze mogą wymieniać się kartami ze swoich kolekcji, co jest dodatkowym elementem społecznym i motywuje do dalszego zbierania.

5. Uzasadnienie projektu

6.1 Spełnienie warunków brzegowych ćwiczenia

- **5-15 graczy:** Nowe zasady skalowania zapewniają płynną rozgrywkę nawet w dużej grupie.
- **< 15 minut:** Czas gry jest trudny do oszacowania, ale dynamiczna struktura powinna zapewnić szybką rozgrywkę.
- **Komponenty z opakowań:** Gra w pełni wykorzystuje ten model.
- **Jednoczesne akcje:** Element jednoczesnego wyboru ofert przez graczy został zachowany.

- **Widoczność nie jest kluczowa:** Gracze skupiają się na dedukcji i własnej ręce, a nie na skomplikowanej analizie stołu.
- **Min. 3 opakowania:** Wymóg posiadania własnej kolekcji kart naturalnie skłania do zakupów.

5.2 Uzasadnienie wyborów projektowych i strategia biznesowa

Zasady wprowadzają element strategicznej głębi i dedukcji, co czyni grę bardziej angażującą i regrywalną. Model oparty na osobistych kolekcjach silniej motywuje do zakupów i tworzy rynek wtórny (wymiany), co dodatkowo napędza zaangażowanie.

Wprowadzenie rzadkości kart otwiera nowe możliwości strategiczne dla firm:

- **Zarządzanie Rzadkością:** Karty **Unikatowe (Rare)** mogą być umieszczane wyłącznie w produktach o większym formacie lub wyższej marży.
- **Karty Sezonowe:** Firmy mogą wprowadzać limitowane serie kart dostępne tylko w określonych okresach.
- **Karty Edycji Limitowanych:** Wprowadzenie na rynek nowego produktu może być wsparte przez dodanie do opakowania unikalnej karty dostępnej tylko przez krótki czas.

Ćwiczenie: ZC2, Lekcja B4K: Gry marketingowe i PR-owe

Tytuł gry: Projekt: Horyzont

Autor: Piotr Milewski

Logline/Fokus: “Projekt: Horyzont” to przeglądarkowa gra typu ARG (Alternate Reality Game) w konwencji techno-thrillera, która wciąga graczy w śledztwo dotyczące tajemniczej organizacji kształtującej przyszłość finansów, subtelnie promując wizerunek banku jako innowacyjnego i godnego zaufania partnera w planowaniu przyszłości.

1. Opis gry

1.1 Koncepcja podstawowa

Gracze natrafiają w internecie na serię zagadkowych wiadomości od anonimowej grupy “Horyzont”. Prowadzą one do strony internetowej fikcyjnego think-tanku, który zdaje się przewidywać i kształtować globalne trendy ekonomiczne. Rozgrywka polega na rozwiązywaniu kolejnych, coraz trudniejszych zagadek (szyfry, łamigłówki logiczne, analiza danych), które odkrywają kolejne fragmenty fabuły i prowadzą graczy do różnych miejsc w sieci (profile fikcyjnych postaci w mediach społecznościowych, ukryte podstrony) oraz w świecie rzeczywistym (specjalne kody QR w placówkach banku, ukryte wiadomości w materiałach promocyjnych). Gra buduje atmosferę tajemnicy i intelektualnego wyzwania.

1.2 Unikalny sposób rozgrywki (haczyk projektowy)

Haczykiem jest zatarcie granicy między fikcją a rzeczywistością, charakterystyczne dla gier ARG. Bank nie jest sponsorem gry – jest jej integralną częścią. Jego placówki, bankomaty, aplikacja mobilna

czy strona internetowa stają się elementami łamigłówki. Gracze muszą analizować prawdziwe produkty bankowe (np. fundusze inwestycyjne, plany oszczędnościowe), aby znaleźć wskazówki. To sprawia, że wizerunek banku jako instytucji nowoczesnej, transparentnej i myślącej o przyszłości jest budowany nie przez reklamę, ale przez doświadczenie i odkrycia samych graczy.

2. Szkielet gry

2.1 Cel gry

Głównym celem jest odkrycie prawdziwej tożsamości i celów organizacji “Horyzont”. Gracze, rozwiązując kolejne etapy, zbierają fragmenty “klucza cyfrowego”. Zebranie wszystkich fragmentów pozwala dostać się do finałowego etapu gry, którym jest ekskluzywne wydarzenie online (webinar z ekspertami banku na temat przyszłości finansów, przedstawiony jako spotkanie z członkami “Horyzontu”).

2.2 Kluczowe mechaniki

- **Rozwiązywanie zagadek (*Puzzle Solving*):** Szyfry ukryte w kodzie strony, zagadki logiczne bazujące na danych finansowych, łamigłówki słowne w postach fikcyjnych postaci.
- **Eksploracja cyfrowa (*Digital Exploration*):** Przeszukiwanie internetu, mediów społecznościowych i fikcyjnych stron w poszukiwaniu wskazówek.
- **Wyzwania w świecie rzeczywistym (*Location-Based Challenges*):** Zadania wymagające fizycznej obecności w placówce banku w celu zeskanowania kodu QR lub odnalezienia ukrytej informacji.
- **Współpraca społeczności (*Community Collaboration*):** Gracze mogą (ale nie muszą) dzielić się wskazówkami i teoriami na dedykowanym forum lub serwerze Discord, co buduje zaangażowanie i organicznie poszerza zasięg gry.

- **Progresja narracyjna (*Narrative Progression*):** Fabuła jest uwalniana stopniowo, w cotygodniowych “kroplach” (*drip-feed*), co utrzymuje zaangażowanie przez dłuższy czas.

2.3 Komponenty (prototyp)

- **Główna strona internetowa projektu “Horyzont”:** Minimalistyczny, profesjonalny wygląd, zawierająca manifest organizacji, fałszywe biogramy ekspertów oraz ukryte w kodzie źródłowym pierwsze zagadki.
- **Profile fikcyjnych postaci na platformach społecznościowych (np. X, LinkedIn):** Regularnie aktualizowane profile “członków Horyzontu”, które publikują posty zawierające subtelne wskazówki, dwuznaczne komentarze i zaszyfrowane wiadomości.
- **Zestaw 10-15 zagadek:** Różnorodne wyzwania, od prostych szyfrów Cezara, przez łamigłówki logiczne oparte na analizie (fikcyjnych) danych rynkowych, po zadania wymagające użycia steganografii do odnalezienia ukrytych informacji w obrazach.
- **Kody QR do umieszczenia w placówkach:** Dyskretnie wkomponowane w plakaty lub ulotki bankowe, prowadzące do specjalnych podstron z kolejnymi fragmentami fabuły lub zagadkami.
- **Forum internetowe dla graczy:** Dedykowane miejsce do dyskusji, wymiany teorii i współpracy. Moderowane w taki sposób, by podtrzymywać atmosferę tajemnicy.

2.4 Przykładowe zadanie

- **Nazwa zadania:** “Przechwycenie Transmisji”
- **Opis:** Gracz, po rozwiązaniu jednej z zagadek online, otrzymuje informację, że kluczowy fragment danych zostanie “przesłany” przez sieć bankomatów banku w określonym przedziale czasowym (np. w ciągu najbliższych 24 godzin).
- **Realizacja:** Gdy gracz podchodzi do dowolnego bankomatu banku i rozpoczyna standardową operację (np. sprawdzenie salda), na ekranie powitalnym lub pożegnalnym na kilka sekund pojawia się “zakłócenie”

– animacja glitchu, w której ukryty jest krótki kod alfanumeryczny lub symbol. Gracz musi być czujny i szybko sfotografować lub zapamiętać kod, zanim ten zniknie. Kod ten jest kolejnym elementem układanki.

- **Cel:** Zadanie w naturalny sposób kieruje gracza do interakcji z infrastrukturą banku, wzmacniając immersję i poczucie, że gra toczy się w realnym świecie. Podkreśla też nowoczesność i zasięg technologiczny banku.

3. Powłoka gry

3.1 Temat i konwencja

Techno-thriller, tajemnica, futuryzm, finanse i technologia.

3.2 Świat i narracja

Akcja toczy się “tu i teraz”, w naszym świecie. Gracze wcielają się w rolę cyfrowych detektywów lub analityków, którzy trafiają na ślad “Horyzontu” – enigmatycznej organizacji, która zdaje się mieć ogromny wpływ na przyszłość technologii i gospodarki. Narracja prowadzona jest w sposób fragmentaryczny, przez posty, zaszyfrowane maile, ukryte pliki i notatki prasowe. Gracz musi sam poskładać elementy w całość, decydując, czy “Horyzont” to szansa, czy zagrożenie. Bank w tej historii jest przedstawiany jako kluczowy partner technologiczny i finansowy “Horyzontu”, co buduje jego wizerunek jako instytucji przyszłości.

3.3 Estetyka i nastrój

Minimalistyczny, nowoczesny, korporacyjny design strony “Horyzontu”, z elementami “glitch art” i ukrytymi, niepokojącymi detalami. Paleta barw to chłodne błękity, grafity, biel, z akcentami neonowymi. Muzyka (na stronie i w materiałach wideo) to ambientowy, elektroniczny soundtrack budujący napięcie i poczucie tajemnicy. Nastrój jest intelektualny, nieco paranoiczny, ale też

inspirujący – skłaniający do myślenia o przyszłości.

4. Zasady gry

4.1 Działania dozwolone

- Analizować wszystkie dostępne publicznie materiały (strony www, media społecznościowe).
- Wpisywać rozwiązania zagadek w wyznaczone pola na stronie.
- Odwiedzać fizyczne lokalizacje w poszukiwaniu wskazówek.
- Komunikować się i współpracować z innymi graczami na forum.

4.2 Działania zabronione

- Hakować ani w żaden nielegalny sposób ingerować w strony internetowe (gry i banku).
- Przeszkadzać pracownikom banku w wykonywaniu ich obowiązków.

4.3 Reguły konsekwencji

- **Jeśli** wpiszesz poprawne rozwiązanie zagadki, **to** odblokujesz kolejny fragment fabuły i/lub nową wskazówkę.
- **Jeśli** zbierzesz wszystkie fragmenty klucza cyfrowego, **to** otrzymasz zaproszenie na finałowe wydarzenie.
- **Jeśli** spróbujesz użyć siłowych rozwiązań (np. wielokrotne wpisywanie błędnych haseł), **to** system może tymczasowo zablokować Ci dostęp, wyświetlając fabularny komunikat o “wykryciu podejrzanej aktywności”.

5. Uzasadnienie projektu

5.1 Spełnienie warunków brzegowych ćwiczenia

- **Gra cyfrowa:** “Projekt: Horyzont” jest grą przeglądarkową, rozszerzoną o media społecznościowe i elementy w świecie rzeczywistym.

- **Gra dla jednego gracza:** Rdzeń rozgrywki jest solowy, każdy gracz samodzielnie rozwiązuje zagadki.
- **Precyzyjnie zaprojektowana podróż gracza:** Fabuła jest uwalniana w cotygodniowych etapach (faza *Onboarding* i *Scaffolding*), a po finale gra może przejść w fazę *Endgame* (np. poprzez archiwum zagadek i forum, które pozostaje aktywne).
- **Wymaga regularności:** Tygodniowe “krople” treści motywują do regularnego powracania do gry.
- **Zawiera mechanizm porównywania osiągnięć:** Forum i rankingi najszybszych “odkrywców” na każdym etapie wprowadzają element rywalizacji.
- **Pozwala na dodawanie nowej zawartości:** Struktura gry pozwala na łatwe dodawanie nowych “sezonów” fabularnych i zagadek.

5.2 Uzasadnienie wyborów projektowych

Wybór formatu ARG jest idealny dla kampanii wizerunkowej banku, ponieważ angażuje odbiorców znacznie głębiej niż tradycyjna reklama. Konwencja techno-thrillera i temat przyszłości finansów pozycjonują bank jako instytucję nowoczesną, innowacyjną i transparentną. Integracja realnych produktów i placówek banku z fabułą gry w nienachalny sposób oswaja z nimi graczy i buduje pozytywne skojarzenia.

Licencja

Szczegóły licencji

Niniejszy materiał opublikowany jest na licencji CC BY 4.0 (Creative Commons – Uznanie autorstwa – 4.0 Międzynarodowe).

Szczegóły licencji znajdziesz TUTAJ:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pl

Co do zasady masz prawo do korzystania, używania i remiksowania niniejszego materiału w celach komercyjnych i niekomercyjnych, przy jednoczesnej konieczności podania autorów materiału.

Prosimy również, abyś podał/a informację, że materiał powstał w ramach akceleracji w projekcie „POPOJUTRZE 3.0 – KSZTAŁCENIE", www.popojutrze.pl.

Autor: Piotr „Kula" Milewski

Redakcja i korekta: Monika Rutowska - Leśniewska

Skład: Mar Bogdanis, Ewelina Gajewska, Katarzyna „washuuchan" Marlewska

Gdynia, 2025

E-book powstał w ramach projektu POPOJUTRZE 2.0 - KSZTAŁCENIE realizowanego przez Sense Consulting (Nabór IV).

Licencja CC BY 4.0

ISBN 978-83-977737-0-7
9 788397 773707