Администрация городского округа Тольятти Департамент образования

**Муниципальное бюджетное образовательное учреждение дополнительного образования**

**«Гуманитарный центр интеллектуального развития» городского округа Тольятти**

Деловая игра

«Креативное агентство»

Направленность социально-педагогическая Возраст детей 11–15лет

# Разработчики:

Гордова АннаАлександровна,

педагог дополнительного образования, Федорова Олеся Петровна,

педагог дополнительного образования, Кураева Виктория Владимировна, педагог дополнительного образования

Тольятти 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение................................................................................................................................... | 3 |
| Ход квеста................................................................................................................................ | 5 |
| Методические рекомендации................................................................................................ | 8 |
| Список используемой литературы........................................................................................ | 10 |
| Приложение 1.......................................................................................................................... | 11 |
| Приложение 2.......................................................................................................................... | 12 |
| Приложение 3.......................................................................................................................... | 13 |
| Приложение 4.......................................................................................................................... | 14 |
| Приложение 5.......................................................................................................................... | 15 |
| Приложение 6.......................................................................................................................... | 16 |
| Приложение 7.......................................................................................................................... | 17 |
| Приложение 8.......................................................................................................................... | 18 |
| Приложение 9.......................................................................................................................... | 19 |
| Приложение 10........................................................................................................................ | 21 |
| Приложение 11........................................................................................................................ | 23 |

**ВВЕДЕНИЕ**

Дополнительная общеобразовательная программа «Школа инновационного мышления «МаксимУм» является неотъемлемой частью образовательной программы муниципального бюджетного образовательного учреждения дополнительного образования «гуманитарный центр интеллектуального развития» г.о. Тольятти. По своему функциональному назначению программа является общеразвивающей и обеспечивает удовлетворение индивидуальных потребностей учащихся в интеллектуальном развитии, формирование и развитие их творческих способностей, социализацию и адаптацию учащихся к жизни в обществе. В данной разработке представлен сценарий деловой игры «Креативное агентство», которая была проведен в рамках проекта «Школа инновационного мышления «МаксимУм»

**ЦЕЛЬ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ**: подведение в игровой форме итогов про проекту «Школа инновационного мышления «МаксксимУм».

**ЗАДАЧИ ИГРЫ:**

* Повысить вовлеченность и мотивацию к работе в команде
* Развить творческое мышление
* Улучшить навыки выстраивания коммуникации
* Развить навыки планирования и организации времени

Оборудование и технические средства.

1. Канцелярские принадлежности: ручки, карандаши;

2. Секундомер;

3. Памятки (Приложение 1-7);

Условия и особенности реализации:

Для игры необходимы кабинеты (классы) по количеству команд и одно большое помещение, где будет начинаться, и заканчиваться игра и размещаться главный офис, например, актовый или конференц-зал.

В конце игры команды размещают выполненные задания в группе Вконтакте. А так же методом голосования внутри команды выявляют самого активного.

ХОД ИГРЫ

Учащиеся объединяются в команды по 10-15 человек.

Сегодня мы собрались с вами на итоговое мероприятие по проекту «Школа инновационного мышления «МаксимУм». Проходить оно будет в форме деловой игры «Креативное агентство».

В течение года мы с вами развивали интеллект, творческие способности и коммуникацию и пришло время применить наши знания на практике.

За окном май, а значит подошло время завершения учебного года и праздника по поводу его окончания. Ведь совсем не обязательно ждать, когда взрослые организуют праздник, можно сделать это самим!

И сегодня мы предлагаем вам придумать идею такого праздника. Здесь сейчас собрались все участники проекта, и вы становитесь работниками Креативного агентства.

ВАША ЗАДАЧА:

1. придумать название своему агентству.

2. выбрать менеджера, пиар менеджера и дизайнера - они будут являться директорами своих отделов. Соответственно в каждом отделе должны быть сотрудники, чтобы было кем управлять.

Организационный отдел под руководством менеджера – занимается организацией самого праздника (идея праздника, что будет, где будет и т.д.).

Отдел рекламы под руководством пиар менеджера – занимается соответственно рекламой данного мероприятия, в том числе и в социальной сети.

Творческий отдел под руководством дизайнера – занимается разработкой логотипов, открыток, пригласительных, нарядов и т.д.

Сейчас у вас будет 7 минут для того чтобы придумать название, выбрать 3 руководителей отделов, а затем руководители выбирают себе сотрудников.

Затем каждый руководитель отдела подходит в главный офис, чтобы более детально получить задание.

На выполнение задания у участников будет 40 минут.

В каждом кабинете где будут находиться команды должен быть наблюдающий, который следит за временем и в завершении проводит голосование.

Приложения 1

***Введение***

***Итоговая деловая игра «Креативное агентство»***

Все вы – работники креативного агентства.

Ваше агентство – довольно крупное и успешное, что достигается слаженной работой команды и умелым руководством.

Называется агентство \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

В агентстве \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ есть три отдела:

1. Административный отдел – отвечает за общую организацию и концепцию заказов. Консультант – Олеся Петровна.

Им руководит **Проект-менеджер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

в отделе \_\_\_\_\_\_\_\_ сотрудников

1. Творческий отдел – придумывает всё визуальное (знаки, символы, оформление) Консультант – Виктория Владимировна.

Им руководит **Менеджер по дизайну** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

в отделе \_\_\_\_\_\_\_\_ сотрудников

1. Отдел по рекламе и связям с общественностью. Его сотрудники придумывают тексты. Консультант – Анна Александровна.

в отделе \_\_\_\_\_\_\_\_ сотрудников

Им руководит **PR-менеджер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Документацией и заполнением бланков осуществляет **Офис-менеджер**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Лучше, если это будет выбранный командой человек. Если такого человека команда не успевает выбрать и никто не осмеливается выдвинуть свою кандидатуру, им становится «чтец» (человек, который зачитывал инструкцию).

Поздравляем Вас, если это так ))))

Приложения 2

***Организационный момент***

В агентстве происходит распределение ролей

1. Выбирается Офис-менеджер (или им становится чтец)
2. Выдвигаются или избираются ТРИ ведущих менеджера. Чтобы легче определиться, познакомьтесь с компетенциями и качествами специалистов.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Проект-менеджер**  (подчинённые – организаторы и исполнители) | **Менеджер по дизайну**  (подчинённые – дизайнеры) | **PR-менеджер**  (подчинённые – копирайтеры, рекламщики) |
| Организованный  Рассудительный  Авторитетный  Имеет влияние на других  Умеет убеждать  Умеет слушать других  Способен вести переговоры  Эмоционально сдержан | Оригинальность мышления  Изобретательность  Нестандартность подходов  Легко включается в творческую работу  Выдаёт множество идей  Любит продуктивную работу – что-то создавать и воплощать идеи в реальность | Умеет вникнуть в суть  Свободная понятная речь  Грамотность  Легко придумывает речевые обороты (слоганы, рифмы, фразы)  Умеет убеждать и влиять  К нему прислушиваются  Составляет тексты |

1. Менеджеры отправляются к КОНСУЛЬТАНТАМ за получением заявки (заказа) на работу агентству. В это время остальные участники распределяются по отделам.

*(время выполнения всего задания 5 минут)*

Приложения 3

***Заказ менеджерам***

Для проект-менеджера

**Памятка по написанию сценария мероприятия**

**1. Заголовок**

Здесь вы указываете название торжества. Оно может быть не только по сути, но и абстрактным: «Феерия роз» или «Фантастические виражи». Ниже прописывается место, время, примерное количество участников.

**2. Выбор «формы»**

Ответьте себе на вопрос: «Каким будет мой праздник?» Это концерт или игровая программа, посиделки за столом или активный флэш-моб, конкурс или спортивное соревнование, просмотр кино, вылазка на природу, формат теле-шоу, перенесенный в аудиторию – это все возможные формы, в которых можно создавать что-то свое.

**3. Наполнение содержанием**

После того, как вы определились с формой и примерно представили, что и как будет происходить (ведь каждая форма подразумевает те или иные каноны) беремся прописывать «наполнение» сценария. На этом этапе нужно придать торжеству изюминку, придумать сюжет, по которому будут развиваться события.

Например, к 8 Марта на концерте ведущие могут спорить, кто главнее мужчины или женщины, и в финале прийти к решению, что они дополняют друг друга; на флэш-мобе к 1 сентября танцы могут быть про школьные предметы или отображать взросление малышей на школьной скамье в хронологическом порядке. Главное, чтобы сюжет развивался логично и интересно для зрителя, и заканчивался развязкой с озвучиванием определенных выводов.

**4. Из каких частей состоит сценарий?**

Если на руках форма и сюжет – то вы прошли два самых сложных этапа. Осталось только додумать слова ведущих и вставить номера, конкурсы и прочее.

Важным моментом является указание времени, за которое пройдет то или иное выступление. То есть в начале мы указываем 15-30 минут на сбор гостей, за тем вступление (фанфары и слова ведущих) – до 5 минут. Дальше кусочки действий с их хронологией, с учетом смены декораций, объявления номеров, антрактов и так далее. Лучшим чередованием, при выставлении последовательности выступающих, считается лирика с юмором, вокальные номера с хореографическими.

Более массовые, эффектные выступления, розыгрыши призов, награждение грамотами и т.п. приберегите на финал. Не забывайте раскрывать и поддерживать свой сюжет на протяжении всего сценария. Учитывайте время на переодевание участников, если они задействованы в нескольких номерах.

Дерзайте творить что-то новое и интересное, поменьше копируйте из интернета, пусть он лишь подбрасывает идеи. Ведь сила вашего сценария в уникальности!

!



*Для PR-менеджера*

В вашем отделе работают творческие люди, умеющие обходиться с текстом.

Вы можете создать такую продукцию как

* Текст торжественной приветственной речи для праздника. Этот текст может быть от лица учителя, завуча, учеников, родителей. Выбор за вами!
* Пост-релиз о предстоящем празднике для социальных сетей
* Рекламный пост / баннер – приглашение на праздник
* Текст пригласительного билета (не забудьте оформить его в отделе дизайна)

Главное, чтобы понравилось заказчику!

Поэтому не забудьте соблюсти требования и выполнить «фишку»!

Результат работы вашего отдела согласуйте с общей концепцией агентства и разместите **в группе** для педагогов и участников проекта «МаксимУм в социальной сети ВКонтакте <https://vk.com/max_gcir>

Для менеджера по дизайну

Вы можете создать такую продукцию как:

 Поздравительная открытка для учителей. Ориентируйтесь на учителей вашей школы, чтобы дизайн понравился им;

 Пригласительные билеты для участников (текст согласовать с PR-отделом);

 Эскиз (рисунок) дизайна нарядов для гостей (минимум 2). Эскиз не означает, что все гости будут одеты в одно и то же, ваш эскзиз – пример и подсказка по тематике мероприятия;

 Дизайн оформления места проведения мероприятия (рисунок, или подробное текстовое описание). Какие планируются украшения, какие мебель и оборудование будут необходимы для праздника.

Не забудьте соблюсти требования и выполнить «фишку»!

Результаты вашей работы согласуйте с общей концепцией агентства и разместите **в альбоме** группы для педагогов и участников проекта «МаксимУм в социальной сети ВКонтакте <https://vk.com/max_gcir>

Приложения 4

***ЗАКАЗ КЛИЕНТОВ***

Ваше агентство получает заказ на разработку праздника окончания учебного года. Арт-директор отвечает за концепцию (общую идею) всего мероприятия. Организует работу команды. Следит за выполнением спец задания («фишки» заказчиков)

Требования. Праздник должен быть

* *интересным*
* *стильным*
* *оригинальным*

Возраст клиентов: *школьники 6-7 классов*

Как итог должны быть представлены:

* *Сценарий праздника (размещается в ОБСУЖДЕНИЯХ группы)*
* *Оформление праздника (размещается в АЛЬБОМЕ своей школы в группе)*
* *Праздничные тексты (размещается постом НА СТЕНЕ группы МаксимУм)*

Задание считается выполненным, когда **все материалы размещены в группе** для педагогов и участников проекта «МаксимУм в социальной сети ВКонтакте <https://vk.com/max_gcir>

Приложения 5

Ваше агентство получает заказ на разработку праздника окончания учебного года. Арт-директор отвечает за концепцию (общую идею) всего мероприятия. Организует работу команды. Следит за выполнением спец задания («фишки» заказчиков)

Требования. Праздник должен быть

* *интересным*
* *стильным*
* *оригинальным*

Возраст клиентов: *школьники 6-7 классов*

Как итог должны быть представлены:

* *Сценарий праздника (размещается в ОБСУЖДЕНИЯХ группы)*
* *Оформление праздника (размещается в АЛЬБОМЕ своей школы в группе)*
* *Праздничные тексты (размещается постом НА СТЕНЕ группы МаксимУм)*

Задание считается выполненным, когда **все материалы размещены в группе** для педагогов и участников проекта «МаксимУм в социальной сети ВКонтакте <https://vk.com/max_gcir>

Приложения 6

***Словарь-подсказка***

Креативное агентство –компания,  которая разрабатывает оригинальные идеи различных событий и мероприятий, готовит рекламные кампании и акции. Основная задача креативного агентства – разработка идей!

Концепция

Связи с общественностью

Реклама –

[**Арт-директор**](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/494611)

Контролирует реализацию визуальной части креативной концепции, идеи. Работает в связке с копирайтером и дизайнером, часто сам является дизайнером.

[**Креативный директор**](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/316516)

Отвечает за разработку креативной концепции в целом. Руководит креативной группой — сотрудниками, которые в текущий момент времени заняты разработкой креативных концепций.

[**Копирайтер**](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/980128)

Реализует текстовую часть креативной концепции, идеи. Разрабатывает слоганы, смысл которых гармонирует с визуальным рядом креативной концепции.

[**Дизайнер**](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/900149)

Разрабатывает визуальную часть креативной концепции.

Брендинг – процесс создания торговой марки, бренда называется брендингом.

Пост-релиз

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Печенье** | **жара** | **волна** |
| **Бизнес** | **Ромашки** | **Корона** |
| **Бумага** | **Ледник** | **Instagram** |
| **ЗАКАТ** | **БЭТМЭН** | **КАМЕРА** |
| **Очки** | **Красный цвет** | **Пингвины** |

Приложения 7

Усложнения

У