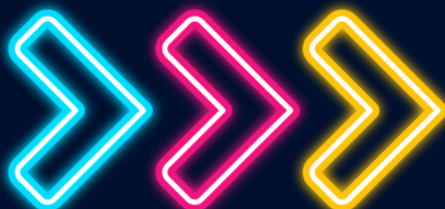




Spolufinancováno
Evropskou unií



VIDEO GAMES FOR GOOD

Vytvoření podnikatelského plánu pro hry se sociálním dopadem

<https://www.videogames4good.eu>

Financováno Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodráží nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evropské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenese odpovědnost. Číslo projektu: 2023-2-CZ1-KA220-YOU-000183158



YuzuPulse



LogoPsyCom



materahub

VISAS
IESPĚJAS



Eppas

Délka:	8 týdnů (2 hodiny týdně)
Věk:	18-26 let
Velikost skupiny:	1-3 účastníci na tým
Záměr:	Podporovat podnikatelské a analytické dovednosti prostřednictvím vytváření obchodních plánů a soutěžních prezentací pro společensky působivé hry.
Cíle:	• Vypracujte podrobné obchodní plány pro společensky uvědomělé hry. • Zlepšit dovednosti v průzkumu trhu a uživatelské analýzy. • Zdokonalte pitching a profesionální komunikační dovednosti.
Potřebný materiál:	• Šablony podnikatelského plánu. • Výzkumné nástroje pro analýzu trhu. • Nástroje pro videokonference (v případě, že je potřeba virtuální pitching).

V této aktivitě učící se vytvářejí a zdokonalují obchodní plány pro hry se zaměřením na sociální dopad. Identifikují skutečný problém, provádějí průzkum trhu a vypracují plán zahrnující herní koncept, monetizaci a strategie zapojení. Prostřednictvím zpětné vazby od edukátorů a kolegů týmy zdokonalují své nápady, než je prezentují jako pitch. Tato aktivita buduje inovace, strategické myšlení a komunikační dovednosti.



Struktura workshopu



1. týden:

V prvním týdnu se účastníci seznamují se sociálními problémy a potenciálem, aby videohry posloužily jako nástroje pro zvyšování povědomí, vzdělávání hráčů a dokonce i podněcování k akci. Jako edukátor jim můžete představit příklady her se sociálním dopadem, jako jsou:

- Depression Quest → Tato hra je interaktivní reprezentací života s depresí. Ukazuje každodenní výzvy, kterým lidé v depresi čelí.
- Shelter → Tato hra se zaměřuje na ekologii a vyžaduje, aby hráč pomohl rodině jezevců přežít.
- Papers, Please → V této hře se hráči vžijí do role hraničního inspektora. Musí se rozhodnout, koho pustit do země, a zvážit osobní přežití a svou morálku.

Učící se budou uvažovat o těchto hrách: co je přitahuje? Informativní? Působivé? To pak povede k zamyšlení nad tím, jaké sociální problémy nebo výzvy chtějí ve svých vlastních hrách řešit. Účastníci jsou rozděleni do skupin, z nichž každá si vybere sociální téma, které je zajímavé. Po výběru problému může začít výzkum a brainstorming.

2. a 3. týden:

Na základě zvoleného problému provádějí skupiny průzkum trhu, aby pochopily cílové publikum, potenciální konkurenty a existující mezery na trhu. Klíčové otázky, které musí umět zodpovědět, jsou:

- Kdo by tuto hru hrál? → Věková skupina, zájmy, motivace.
- Které existující hry pokrývají podobná témata? → Co lze zlepšit nebo změnit? A jak tyto hry probíhají? Jaká je jejich finanční situace? Jsou aktivní na sociálních sítích?
- Jak by měla hra fungovat? → Jak může být hra zábavná a zároveň vzdělávací a efektivně řešit sociální problém?

Na základě jejich zjištění by měly být uvedeny následující informace:

- Herní koncept.
- Cílové publikum.
- Potenciální dopad hry. → Jak zvyšuje povědomí nebo podněcuje akci?
- Strategie zpeněžení → Jsou k dispozici možnosti financování? dary? partnerství?

4. týden:

Nyní, když jsou shromážděny všechny informace, skupiny začnou strukturovat své obchodní plány, které zahrnují:

- Herní design a mechanika.
- Marketingová strategie. → Jak oslovíte publikum? Budou vytvářet partnerství? Jaká je jejich (sociální) mediální strategie?
- Proces vývoje. → Jaká je odhadovaná časová osa? Jaké zdroje budou potřebovat?
- Potenciální výzvy a řešení.

Při kombinaci této aktivity s předchozí prezentační aktivitou se učící se mohou seznámit s obchodními plány a zároveň získat zkušenosti a sebevědomí v mluvení na veřejnosti.

5. a 6. týden:

Jakmile budou mít všechny skupiny připraveny své podnikatelské plány, představí je ve společné diskusi ve stylu debaty. Zde dostanou příležitost vzájemně se zpochybňovat a zlepšovat své nápady.

Každý tým představí svůj koncept. To zahrnuje prezentaci hry, sociálních problémů, marketingových strategií, výzev a dalších informací, které jsou obvykle nezbytné k přesvědčení potenciálních investorů.

- Po prezentaci si skupiny navzájem kladou otázky a poskytují si zpětnou vazbu.
- Během tohoto procesu vede diskusi facilitátor a udržuje podpůrné prostředí.
- Sezení končí reflexí, kde skupiny upraví své plány na základě zpětné vazby, kterou obdržely.



Zdroje



- SpringerLink. (2023). Social entrepreneurship: The role of innovation and leadership. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-023-00838-5>
- ResearchGate. (2019). Innovation and innovation management. https://www.researchgate.net/publication/331189067_Innovation_and_innovation_management
- GameDeveloper. (n.d.). Indie entrepreneurs: Lessons from the game industry. <https://www.gamedeveloper.com/business/indie-entrepreneurs>