Информационно-коммуникационные технологии в педагогическом образовании.
http://infed.ru

УДК 378.147

Е. В. Павленко

E. V. Pavlenko

Павленко Евгения Валерьевна, старший преподаватель кафедры Экономики и управления ФИМЭ, КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ», г. Новокузнецк, Россия.

Pavlenko Evgeniya Valerevna, senior Lecturer of the Department of Economics and Managemen FIME, Kuzbass Humanitarian Pedagogical Institute of Kemerovo State University, Novokuznetsk, Russia.

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ ИГР В ПРЕПОДАВАНИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН: ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ, ПРОБЛЕМЫ

ORGANIZATION OF BUSINESS GAMES IN THE TEACHING OF MANAGEMENT DISCIPLINES: EXPERIENCE, PROSPECTS, PROBLEMS

Аннотация. *Статья посвящена проблеме организации деловых игр с открытым сценарием как инструмента освоения компетенций студентами экономических направлений обучения, изложен опыт автора статьи, определены проблемы и направления развития деловых игр в современном обучении студентов.*

Annotation. *The article is devoted to the problem of organizing business games with an open scenario as a tool for students to master competencies in economic areas of study, the experience of the author of the article is presented, the problems and directions of development of business games in modern student education are identified.*

Ключевые слова: *деловая игра, открытый сценарий, формирование компетенций, игротехники, организации деловых игр, проблемы организации деловых игр.*

Keywords: *business game, open scenario, formation of competencies, organizing business games, game technology, problems of organizing business games.*

Использование деловых игр и проведение различных тренингов уже давно и прочно вошли в систему преподавания экономических дисциплин, и особенно по направлениям маркетинг и Менеджмент. При этом, в основном деловые игры и тренинги являются ограниченными по времени длительностью занятия, а также в основном используются игры предлагаемые другими авторами, а не разработанные непосредственно преподавателем [2].

Проведенный анализ современных трендов в деловых играх – анализ проводился среди научных работ и материалов научно-практических конференций, практики применения деловых игр, Школы игротехников Сколково, а также Интернет-ресурсов, позволил в итоге выделить основные из них [1]. Итак, к основным трендам в деловых играх в 2022 году можно выделить следующие:

1. Открытость сценария. Игрокам даются основные вводные, а далее они (игроки) свободны в своем поведении (которое лишь несколько ненавязчиво корректируется и направляется организаторами), что вы целом соответствует свободе предпринимательства, стихийности рынка.
2. Офлайн форматы. Данный тренд, казалось бы, противоречит современным реалиям развития технологий и распространения он-лайн форматов обучения, особенно получившими развитие в период пандемии. При этом отмечается, что: во-первых, офлайн формат имеет большую вовлеченность игроков в процесс и соответственно способствует лучшему формированию компетенций, во-вторых, онлайн игры более ограничены по свободе реализации, то есть в целом имеют «закрытый» сценарий. И наконец, отмечается «усталость» от отсутствия живого общения и повышение его ценности в условиях ограничений в связи с пандемией коронавируса.
3. Обоснование результата в формате KPI. Например, это может быть освоение конкретных компетенций, приглашение на работу / практику, разработка проектов и т.д.
4. Использование AR и VR.
5. «Развесистость» игр – направленность на проработку в комплексе различных аспектов бизнеса, что позволяет объединить в одну команду студентов нескольких направлений обучения.

В КГПИ КемГУ (бывшем НФИ КемГУ) автором статьи с 2005 года проводятся Деловые игры, которые соответствуют большей части перечисленных выше трендов, кроме того 15-ти летний опыт позволил выявить и обосновать ряд проблем и перспектив таких игр. Рассмотрим опыт их проведения подробнее.

Деловые игры в целом их серия названа «Азбука бизнеса». Проводятся как в выездном, так и ВУЗовском формате, в том числе и в городском масштабе.

Игры проводятся только с открытым сценарием в командном формате при участии реальных игротехников.

Кроме того, игры проводятся именно командного формата, так как они направлены, в том числе на развитие лидерских навыков, навыков командной работы, лидерских качеств, распределении ролей в команде.

Итак, командам-участникам, даются примерно следующие вводные – продукт, который они будут производить (например, шоколад, бытовая химия и пр.), а также цена на исходные ресурсы. При этом, как уже было отмечено, в игре со стороны организаторов участвуют реальные живые агротехники:

- Поставщики – они устанавливают цены на ресурсы, с ними можно и нужно договаривается о введении новых ресурсов, скидках, эксклюзивных поставках.
- Покупатели – это игротехники, между которыми распределяются все сегменты покупателей и соответственно они осуществляют закупку товаров. При этом они требовательные им необходимо рекламировать товар, проводить для них презентации, опрашивать о требованиях и пр.
- Кроме того, присутствуют поставщики оборудования, рекламные агентства и пр.

Данный формат игр действительно представляет собой стихийный и живой макет рынка, что показало свою эффективность.

Ира обычно проводится 2-3 дня. При этом, для учащихся школ введен сокращенный однодневный формат.

Проводимые игры соответствуют тенденции открытых сценариев и офлайн формату, а также «развесистости» игр.

При этом именно наличие реальных живых ролевых игротехников по моему опыту как раз обуславливает высокий интерес и крайне высокую вовлеченность игроков в процесс игры, а также усвоение таких компетенций (они же KPI) как:

- умение организовать работу в команде;
- умение вести деловые переговоры;
- умение проводить исследования рынка;
- разработка и реализация рекламных кампаний;
- ведение страниц в социальных сетях, SMM и SEO – прямо на играх команды создают и активно развивают аккаунты в социальных сетях, учатся снимать видео, узнают современные тренды в этой сфере, что в целом они отмечают как одно из основных преимуществ и полезных навыков, приобретаемых и развиваемых в ходе игры.

Как отмечают сами участники игр, именно живой формат и открытый сценарий позволяет реализовывать и развивать идеи, умения и навыки, применение на практике теоретических знаний.

В целом организация игры такого формата кажется сложной лишь на первый взгляд, однако существует ряд проблем и задач, которые необходимо решать.

- Формирование компании игротехников – их изначально формировала из студентов, выпускников молодых специалистов. Игротехникам проводится предварительный инструктаж и объяснение принципа их взаимодействия.
- Ведение отчетности. Этот этап является, наверное, самым сложным и скрупулёзным. Дело в том, что команда не может продать больше товаров, чем закуплено ресурсов, не может купить ресурсы, если не имеет средства на счету и отслеживание именно остатков партий, остаток на счете, количества рекламы и пр. как раз затруднено – пока это реализуется в бумажном варианте отчетности каждой команды, однако, сейчас остро стоит проблема и поэтому осуществляется разработка программы (в идеале затем мобильного приложения), автоматизации игры.
- В первый час игры многие игроки (как показывает практика проведения более 10 таких игр) не совсем понимают, что от них требуется – это объясняется тем, что они или не привыкли к деловым играм в целом, или же играли в игры закрытого сценария, поэтому необходимы им мягко разъяснять и направлять на первые сделки, при этом не навязывая каких-либо условий и не создавая форы для определённой команды.

Например, часто задаваемый вопрос: «А как мы должны узнать какие есть ресурсы и сколько они стоят» - так как обычно это оговаривается в условиях игры, а здесь же им только обозначается, что нужно закупать ресурсы, из которых затем производится товар.

Ответ: «Вам же представлены игротехники-поставщики, идите к ним и узнавайте» - часто вызывает встречный вопрос «а почему не указано сразу» – соответственно явный ответ – «вы начинаете бизнес, вам же не приходит озарение свыше что есть на рынке и по каким условиям это предоставляется – вы изучаете предложения, сравниваете, а затем уже делаете закупку ресурсов», что и реализовано в данном формате.

Затем уже после того, как приходит понимание схемы м живости игры (обычно 1-1,5 часа), такие вопросы отпадают и идет непрерывное и тесное взаимодействие со всеми группами игротехников.

- Хотя сценарий и открытый, но изначально определённые ограничения должны быть сформулированы, например, недопущение перехода на принципиально другие товары, так, если изначальный товар шоколад, то производство тортов мороженного и пр. в итоге будет, но перейти, к примеру, на производство шампуней нельзя – так как это внесет сдвиг в игру и соответственно потеряется чистая конкуренция.

При этом такие ограничения не могут быть императивными (помним о свободе рынка и открытости сценария). Такая регулировка должна идти «изнутри» например, поставщики говорят, что у них нет и не буде ресурсов для таких товары, или же покупатели отказываются их приобретать, и бизнес становится невыгоден.

Опыт проведения таких игр позволяет выделить следующие преимущества:

- Уже обозначенные KPI.
- Адаптивность формата – можно проводить как 3 дня, так и на паре, адаптировать под студентов разного уровня подготовки, школьников, молодых специалистов.
- Развитие комплекса профессиональных и личностных компетенций.
- Повышение конкурентоспособности ВУЗа, который проводит такие игры.
- Данные игры могут быть использование (и используется) как инструмент привлечения абитуриентов.
- Тема для написания грантов и привлечения дополнительного финансирования.

Таким образом, в статье обобщен многолетний опыт автора в организации деловых игр, обозначены основные направления и проблемы проведения и организации деловых игр с открытым сценарием и выделены основные рекомендации по их проведению.

Список литературы

1. Игры, в которые играет бизнес: зачем в программы обучения предпринимателей встраивать игровой режим [Электронный ресурс]. // Школа управления Сколково. – URL : https://www.skolkovo.ru (дата обращения : 20.01.2022).
2. Суров, Д. Н. Новые тренды в образовании [Электронный ресурс]. / Д. Н. Суров. // Международный научно-исследовательский журнал, 2021. – № 6(108). – С. 151-154. – URL : https://research-journal.org/pedagogy/novye-trendy-v-obrazovanii/ (дата обращения : 21.01.2022).