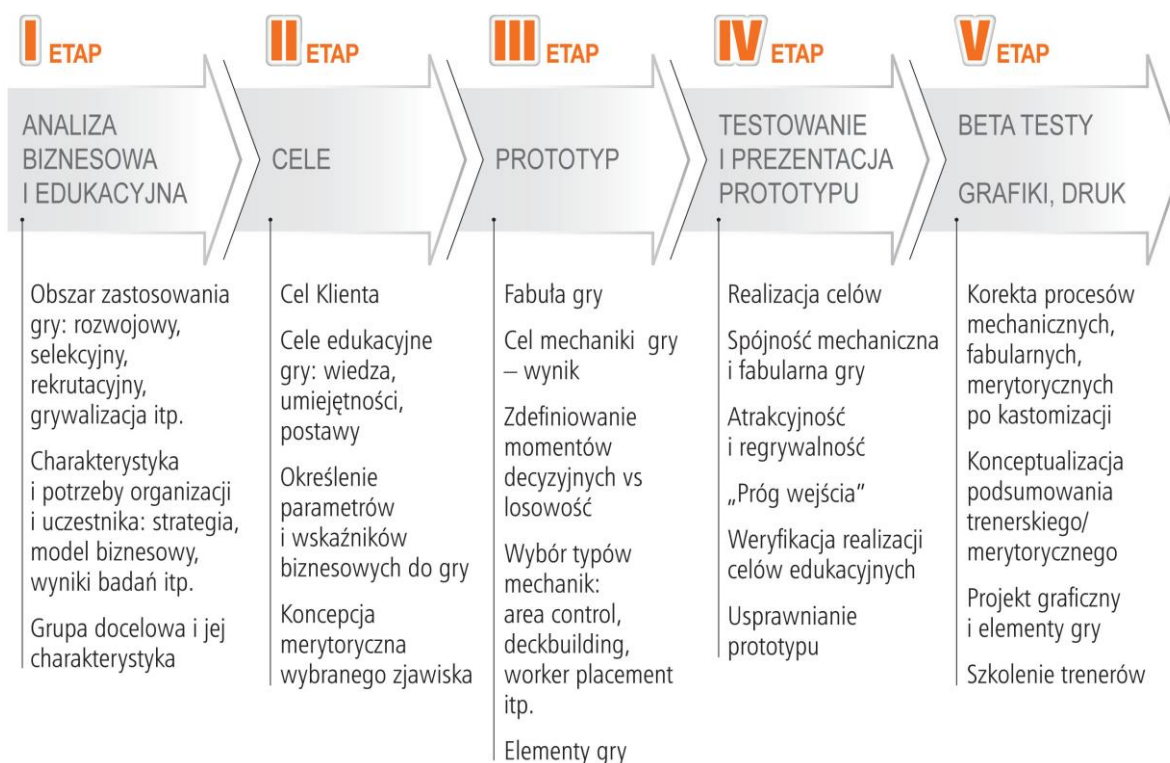


# BUDOWA, TESTOWANIE, WALIDACJA SYMULACYJNYCH GIER SZKOLENIOWYCH W IBD BUSINESS SCHOOL

Model projektowania symulacyjnych gier szkoleniowych wg metodologii IBD Business School



## ETAP I: Analiza biznesowa i edukacyjna

Projektowanie gry szkoleniowej dostosowanej rozpoczynamy od poznania Klienta i jego potrzeb (w przypadku budowy gier na zamówienie Klienta) lub analizy rynku, branży, zjawisk biznesowych (w przypadku budowy gier dostępnych w Katalogu). Ten etap to przede wszystkim spotkanie Zespołu Projektowego z Klientem, na których doprecyzujemy obszar zastosowania gry (np. rekrutacja, rozwój itp.), jakie zagadnienia gra ma poruszać (np. negocjacje, wartości, zarządzanie czasem) i dla jakiej grupy gra ma być przeznaczona (np. kierownicy, top management, dział sprzedaży). Równocześnie poznajemy organizację Klienta – strategię, wartości, model biznesowy, aby móc zaproponować rozwiązanie najlepiej dostosowane do danego segmentu rynku. W wybranych przypadkach sugerujemy i przeprowadzamy pogłębione badanie potrzeb grupy docelowej. Angażujemy do współpracy specjalistów w obszarach zainteresowania, z którymi będziemy się konsultować na różnych etapach projektowania.

### Metody, narzędzia walidacji

Wywiady diagnostyczne z wybranymi przedstawicielami

- Wywiady z działem HR, decydem
- Wywiady z przełożonymi
- Wywiady z przedstawicielami grupy docelowej

Ankiety diagnostyczne

- Ankiety anonimowe/imienne: zdefiniowanie istniejących potrzeb rozwojowych w perspektywie krótko, średnio i długoterminowej, analiza czynników efektywności itp.

Analiza zestawu kluczowych dokumentów maksymalizujących efektywność procesu projektowania i wdrażania:

- Misja i wizja organizacji
- Strategia organizacji i cele organizacji
- Wnioski z branżowych badań rynkowych
- Luki kompetencyjne w kontekście strategii

## ETAP II: Cele

Na tym etapie formułujemy konkretne cele edukacyjne dla gry – jaką wiedzę i/lub umiejętności uczestnicy mają zdobyć oraz jakie postawy chcemy promować. Cele formułujemy uwzględniając informacje uzyskane od Klienta, dzięki analizie i w oparciu o dostępną wiedzę merytoryczną w obszarach zainteresowania (badania, publikacje, know-how Klienta i IBD). Określamy również jakie wskaźniki będą występować w grze (zależnie od tematyki narzędzia - np. marża, obrót, pozyskani klienci, zadowolenie pracowników itd.). Nasze rekomendacje oraz wstępną wizję gry omawiamy z Klientem.

### Metody, narzędzia walidacji

- Konsultacje z wybranymi przedstawicielami z działem HR, z decydem, z przełożonymi, z przedstawicielami grupy docelowej

## ETAP III: Prototyp

Ten etap projektowania wiąże się z przełożeniem wizji i celów edukacyjnych na fizyczną grę. Opracowujemy fabułę gry, określamy możliwe działania dla gracza-uczestnika, decydujemy jakie mechaniki zastosować, dodajemy garść losowości i szczyptę zabawy. Efektem jest tzw. „prototyp” gry, czyli pierwsza wersja gry, uwzględniająca kluczowe cele edukacyjne, fabułę, pierwszą wersję graficzną gry.

### Metody, narzędzia walidacji

- Konsultacje w zespole projektantów mechaniki gry, konsultantów merytorycznych (dbałość o realizację celów edukacyjnych i fabularnych), testerów (osób testujących gry)

## ETAP IV: Testowanie i Prezentacja Prototypu

Na tym etapie testujemy działanie prototypu w praktyce. Kolejne grupy testerów grają w grę, która na podstawie efektów rozgrywek jest modyfikowana i dopracowywana. Testowana jest spójność fabularna (czy uczestnicy intuicyjnie odnajdują w grze odniesienia do rzeczywistości), mechanika (czy wszystkie elementy działają zgodnie z przeznaczeniem), realizacja celów szkoleniowych (czy uczestnicy doświadczają założonych wcześniej zagadnień i czy z gry wypływają pożądane wnioski). Dążymy też do tego, żeby gra nie była nadmiernie skomplikowana (tzw. „próg wejścia”) i żeby pojawiał się *flow* (zaangażowanie w grę i syndrom „jeszcze jednej tury”). Gra powinna być nauką i zabawą jednocześnie i do tego dążymy na etapie testowania. Gdy prototyp w naszej opinii spełnia te wymogi umawiamy się na grę z Klientem i rozpoczynamy dalszy etap projektowania

## Metody, narzędzia walidacji

Testowanie prototypu:

- Testowanie w zespole testerów (osób testujących gry)
- Testowanie w zespole konsultantów merytorycznych i trenerów, którzy docelowo mają prowadzić edukację za pomocą gry (dbałość o realizację celów edukacyjnych i fabularnych)
- Testowanie w zespole wybranych przedstawicieli grupy docelowej (np. menedżerowie)
- Testowanie w grupie Zamawiającego (decydenci zamawiający grę, dział HR, grupa dla której dedykowana jest gra)

Ankiety i wywiady po przeprowadzonych testach ujawniające:

- Satysfakcję z dynamiki i fabuły gry: regrywalność i poziom atrakcyjności
- Uwzględnienie celów edukacyjnych/biznesowych

## ETAP V: Beta Testy, Grafiki, Druk

Uwzględniamy dodatkowe potrzeby związane z produktem, które Klient może zasygnalizować i przeprowadzamy dalsze testy ze zmianami. Gdy Klient zaakceptuje prototyp ruszają prace graficzne - propozycje przedstawiamy do akceptacji Klientowi. Stosujemy zgodnie z potrzebami elementy własne Klienta (np. logo, czy określoną gamę kolorystyczną). Na tym etapie opracowujemy szczegółowy przewodnik jak prowadzić grę oraz instrukcję z omówieniem dla trenera. Gdy gra jest już wydrukowana Klient otrzymuje od nas uzgodnioną liczbę egzemplarzy i uzgadniamy terminy szkoleń i/lub kalibracji trenerów wewnętrznych.

## Metody, narzędzia walidacji

Testowanie na etapie Beta testów:

- Testowanie w zespole testerów (osób testujących gry)
- Testowanie w zespole konsultantów merytorycznych i trenerów, którzy docelowo mają prowadzić edukację za pomocą gry (dbałość o realizację celów edukacyjnych i fabularnych)
- Testowanie w zespole wybranych przedstawicieli grupy docelowej (np. menedżerowie)
- Testowanie w grupie Zamawiającego (decydenci zamawiający grę, dział HR, grupa dla której dedykowana jest gra)
- Ankiety i wywiady po przeprowadzonych testach ujawniające: satysfakcję z dynamiki i fabuły gry: regrywalność i poziom atrakcyjności, uwzględnienie celów edukacyjnych/biznesowych

## NARZĘDZIA WALIDACJI PROCESU SZKOLENIOWEGO Z WYKORZYSTANIEM GRY:

**Działania i narzędzia walidacyjne rekomendowane i stosowane przez zespół IBD Business School w odniesieniu do całego procesu szkolenia z wykorzystaniem gry.**

Narzędzia w **standardzie** tworzenia gry symulacyjnej, badające bezpośrednie efekty zastosowania działań rozwojowych i szkoleń z grami:

Poziom I - Bezpośrednia reakcja uczestnika\*

- Ankieta ewaluacyjna
- Raport zgodny ze standardem IBD

Poziom II - Nabycie wiedzy i umiejętności\*

- Testy wiedzy
- Arkusze Obserwacyjne i Sesje informacji zwrotnych

**Dodatkowe narzędzia**, badające krótko i długoterminowe efekty zastosowania działań rozwojowych i szkoleń z gram (wymagają osobnej wyceny, dokonywane na życzenie Klienta):

Poziom II Nabycie wiedzy i umiejętności\*:

- Ankiety feedbackowe i checklisty
- Zadania wdrożeniowe
- Metodologia AC/DC IBD

Poziom III Zmiana zachowania i jego transfer w środowisko\*:

- ICP® czyli autorska ocena 360
- Metodologia Tajemniczy Klient
- Analiza zdarzeń krytycznych
- Testy kompetencyjne, sytuacyjne i kwestionariusze psychologiczne
- Polish Employee Survey Index ® autorskie narzędzie IBD
- Kwestionariusz Wartości Organizacyjnych © autorskie narzędzie IBD
- Kwestionariusz Kultury Organizacyjnej (Cameroon & Quinn)

*Opracowanie: dr Beatricze Andrzejewska*

\* Zobacz także: *Narzędzia analizy jakości i efektywności działań rozwojowych stosowane w IBD Business School*