

Игра «Открытие фирмы»

Цель: профориентация старшеклассников, знакомство учащихся с новыми, но уже ставшими популярными профессиями: менеджер, брокер, коммивояжер и другие. Количество участников может колебаться от 40 до 150 человек.

Для игры необходимы: бумага, краски, фломастеры, клей, жетоны трех цветов для работы жюри, конверты с заданиями, призы для награждения участников. Хорошо если есть какие-нибудь музыкальные инструменты (гитара, фортепиано).

Игра проводится в небольшом зале. Дополнительно необходимы несколько уютных помещений для работы групп.

Этапы проведения игры:

1. Подготовительный этап (знакомство с профессиями рыночной экономики).
2. Вступительное слово ведущего (знакомство, цель и ход игры).
3. Работа «филиалов фирмы».
4. Реклама филиалов (представление групп).
5. Предвыборная кампания президента фирмы.
6. Подведение итогов, награждение победителей.

I. Подготовительный этап

За несколько дней до игры на одном из занятий учащихся знакомят с новыми профессиями рыночной экономики. Им выдается также список наиболее распространенных профессий.

Участники игры выбирают себе одну профессию (в соответствии со своими предпочтениями) для более глубокого самостоятельного знакомства, чтобы потом на игре представить ее по следующей схеме:

1. Чем занимается специалист данной профессии.
2. Какие знания и образование ему необходимы.
3. Какие профессионально важные качества требуются для успешной работы.
4. Где он может работать.

В этом участникам игры могут помочь заранее составленные карточки с краткой характеристикой профессий.

II. Начало игры. Вступительное слово

Игра начинается со вступительного слова ведущего, который вводит участников в игровую ситуацию, и знакомит с условиями игры. Примерный текст вводного слова: Дорогие друзья, сообщаем интересную для вас информацию. Всемирно известная фирма по рекламе «Арго» расширяется.

Аналитики по маркетингу, изучив ситуацию в конкурирующих фирмах, составили долгосрочный проект по открытию филиалов в разных странах. Мы предлагаем вам принять участие в конкурсе на замещение вакантных должностей специалистов для работы во вновь открывающихся филиалах.

Президент фирмы – деловой энергичный человек, для него работа, бизнес – превыше всего, он не теряет понапрасну ни минуты времени. И для работы в фирме требуются творческие, инициативные, квалифицированные специалисты, способные принести фирме дальнейшее процветание.

Это: менеджеры, коммивояжеры, агенты по рекламе, исследователи маркетинга, фотомодели, секретари-референты, специалисты по компьютерам и другие.

Вы все хотите устроиться на работу в эту фирму. У нас будут работать комиссии по приему на работу (куда будете входить и вы). Составьте для себя легенду и «устраиваясь на работу», расскажите, почему вы хотите работать в этой фирме, где вы работали ранее, что вы умеете делать. Сформулируйте также идею, которой вы могли бы заинтересовать фирму.

Постарайтесь убедить членов комиссии в ценности для фирмы вашей кандидатуры.

Для работы мы разобьемся на группы (филиалы фирмы). Глава фирмы хочет в деле проверить способности потенциальных сотрудников. Каждая команда должна будет выполнить несколько заданий:

- подготовить проект создания филиала (придумать его название, основной принцип или девиз);
- придумать рекламу отечественных товаров (каких – покажет жребий), максимально проявляя свое творчество. Это может быть продукт в виде рекламного ролика, театрализованного представления, сказки и т.д. с использованием рисунков, костюмов, стихов, песен и, конечно, юмора;
- предложить достойную кандидатуру менеджера на должность исполнительного директора фирмы.

В конце игры мы проведем предвыборную пресс-конференцию кандидатов на эту ответственную должность. Об этом вам подробно расскажут консультанты в группах. С ними же вы подготовите речь для вашего кандидата и вопросы для его конкурентов из остальных филиалов.

Затем все участники игры делятся на группы по 10-15 человек (групп может быть от 3-х до 6-8). Ведущий представляет консультантов групп, проводится жеребьевка заданий по рекламе для филиалов фирмы. Для этого приглашаются по одному представителю от каждой группы, которые вытягивают конверт с заданием. Группы расходятся по аудиториям.

III. Работа групп «Филиалов фирмы»

Работу в каждой группе организует консультант. Он уточняет задание для групп и помогает учащимся быстро и эффективно построить свою работу.

Порядок работы филиала фирмы:

1. Заполнить вакансии специалистов филиала.

Для этого:

- ведущий называет вакантное место /по предварительно составленному списку профессий, с которыми знакомились учащиеся/:менеджер, референт, гл.бухгалтер и т.д.;
- учащийся, готовивший информацию об этой профессии, рассказывает о ней. Ведущий может дополнить представленную информацию так, чтобы у учащихся создалось ясное представление о содержании труда и необходимых качествах;
- ведущий выясняет количество претендентов на эту вакансию в филиале (все желающие могут принимать участие в конкурсе);
- претенденты по очереди представляют себя как специалиста, составив о себе легенду (время представления 1 минута);
- оценка кандидатов: – если кандидатов на вакансию немного (2-3 человека), то им всем дается возможность представить себя, после чего группа оценивает каждого по 3-балльной системе, – если кандидатов много (5 и более),то после каждого представления все участники группы по кругу оценивают претендента.

Ведущий подсчитывает и ранжирует результаты и объявляет победителя, набравшего наибольшее число баллов. Победитель и принимается на свободную вакансию.

2. После комплектования штата филиала группа выбирает себе название и девиз, под которым они собираются работать.

3. Основное задание группы – реклама выпускаемой продукции.

Группе дается 30 минут, в течение которых она должна подготовить текст, плакат, клип, сказку или что-то еще, что будет рекламировать продукцию данного филиала. На этом этапе работу группы организует выбранный менеджер /или президент филиала/.

4. Группа выбирает своего кандидата на должность исполнительного директора фирмы, который будет участвовать в общем конкурсе, где он должен представить себя, ответить на различные вопросы, подготовленные другими группами.

5. В конце работы группа готовит по несколько каверзных вопросов для пресс-конференции кандидатов (по одному для каждого кандидата от других групп).

Задания в группе выполняются либо последовательно /всеми участниками группы/,либо группа разбивается, и каждая подгруппа выполняет свое задание.

IV. Реклама филиалов (Представление групп)

Все группы собираются в общем зале, где будет проходить конкурс рекламы и выборы исполнительного директора фирмы.

1. Объявляется состав жюри: консультанты групп, учителя и по одному человеку от каждой команды. Работа жюри может строиться по любому принципу, например, оценка рекламы групп по 3-балльной системе разноцветных жетонов: отлично, хорошо, плохо.
2. Определяется порядок выступления групп (проводится жеребьевка).
3. Представление рекламы групп.

V. Предвыборная кампания президента фирмы

Все претенденты на должность исполнительного директора фирмы приглашаются на сцену, садятся на приготовленные места. Затем по очереди каждый участвующий в предвыборной кампании представляет себя (знакомя со своей легендой), отвечает на вопросы, подготовленные другими группами. Жюри оценивает кандидатов.

VI. Подведение итогов и награждение победителей

Подводятся итоги работы жюри и называются победители. Награждаются лучший филиал за рекламу своей продукции и вновь избранный исполнительный директор фирмы, которому вручаются символические ключи от фирмы.

Жюри может также вручить и другие призы: например, самому обаятельному участнику, самому активному болельщику, приз зрительских симпатий, за волю к победе и т.д. Приблизительный регламент игры:

1. вступительное слово и начало игры – 20 мин.
2. работа в группах – 90-120 мин.
3. представление групп (реклама филиалов) – 45 мин.
4. предвыборная кампания – 45 мин.
5. итоги, награждение – 10 мин.

Приложение

Примерный список профессий

1. Главный бухгалтер
2. Референт
3. Менеджер
4. Брокер
5. Коммивояжер
6. Программист
7. Фото модель
8. Дизайнер
9. Художник
10. Секретарь-машинистка
11. Экономист
12. Дилер
13. Специалист по рекламе
14. Маркетолог
15. Торговый агент
16. Торговый консультант
17. Инженер по сбыту
18. Юрисконсульт
19. Переводчик
20. Аудитор
21. Психолог
22. Электронщик
23. Технический редактор

Аудитор – (от латинского «auditor» – слушатель), подобно врачу, прослушивающему больного, аудитор не только исследует финансовый организм предприятия, отыскивая болевые точки, но и делает заключение о его состоянии. Аудитор помогает также

правильно составить договор, привести в порядок бухгалтерскую документацию, избежать сомнительной сделки, проверить надежность партнера.

Брокер – торговый посредник, который не выступает самостоятельной стороной в сделке, а обеспечивает установление контакта между продавцом и покупателем. Действует на основе разовых поручений, строго в пределах инструкций клиента, получая от него специальное вознаграждение.

Дилер – биржевой посредник, осуществляющий операции купли-продажи только для себя и за свой счет (в отличие от брокера). Доход дилера формируется за счет разницы в ценах продавца и покупателя.

Менеджер – профессионал самой высокой квалификации в сфере управления экономикой, отлично разбирающийся в правовых и хозяйственных проблемах, способный находить стратегически точные управленческие решения в самой сложной обстановке. Должен владеть также методами и средствами управления коллективом.

Торговый агент по продаже товаров массового спроса. Сбывает широкий круг товаров, работая на посредника или оптовика. Основой его деятельности является использование каталогов, нередко большого формата и объема. От агента требуется умение «подать» себя и свою фирму а также оказать дополнительные услуги, так как основной предлагаемый им товар часто тот же, что и конкурентов.

Художник рекламного отдела (агентства) создает макеты объявлений, печатной рекламы, упаковки, макеты телевизионных рекламных роликов, товарные знаки и эмблемы. Он определяет характер и размеры шрифтов, располагает текстовый материал на полосе и компокует все элементы рекламного объявления таким образом, чтобы его смогли воспроизвести граверы и печатники.

Коммивояжер-разъездной – разъездной представитель крупных торговых фирм, предлагающий покупателям товары по имеющимся у него образцам. Основные функции: поиск и оценка потенциальных покупателей; предварительная подготовка к визиту, подход к клиенту; презентация и демонстрация товара; преодоление возражений; заключение сделки. Особенность профессии – необходимость принимать множество решений.

Исследователи маркетинга (рыночной деятельности) проводят анализ спроса и конкуренции. В их функции входят составление проектов исследований, включая разработку анкет и формирование выборок, анализ собранных в ходе исследования данных, подготовка отчетов и представление руководству результатов и рекомендаций. Наиболее типичные решаемые задачи:

- изучение рынка;
- замеры потенциальных возможностей рынка;
- исследование мотивов поведения потребителей;
- изучение конкурентов и уровня конкуренции;
- прогнозирование;
- анализ цен.

Задания по рекламе для филиалов фирмы

Придумать рекламу продукции в различных странах:

1. Обувь фабрики «Североход» в Италии
2. Грузинский чай в Индии
3. Клюква в Бразилии
4. Шерсть в Австралии
5. Фарфор в Китае
6. Макароны в Италии
7. Компьютеры «Агат» в Японии
8. Лимонад «Буратино» в Финляндии
9. Косметика фирмы «Северное Сияние» во Франции
10. Русский квас в Америке
11. Автомобили «Запорожец» в Америке
12. Пошехонский сыр в Швейцарии