Кейс проекта «WheelSity»

Разработка сценария игры **«WheelSity: Цифровое сопровождение туристско-экскурсионной деятельности»**

§1. Название компании – описание компании

Проект «WheelSity» **реализуется при поддержке Национальной Тренинг Лиги (ООО «Группа-НТЛ»** https://vsypraktica.ru/**).** Проект объединяет педагогов, специалистов, студентов, школьников, волонтеров-единомышленников из разных регионов России для следующих ключевых направлений науки и практики:

1. **Информационные технологии и программирование:** Это основа всего цифрового сопровождения. Школьники узнают, как создаются и работают приложения, сайты и другие цифровые инструменты, которые помогают туристам и экскурсоводам.
2. **Геоинформационные системы (ГИС) и картография:** Здесь мы исследуем, как цифровые карты и спутниковые данные помогают ориентироваться на местности, находить интересные объекты и планировать маршруты. Это как современный компас и атлас в одном устройстве.
3. **Маркетинг и коммуникации в цифровой среде:** Школьники поймут, как продвигать туристические объекты и экскурсии онлайн, создавать привлекательный контент (фото, видео, тексты) и общаться с потенциальными клиентами через социальные сети и другие платформы.
4. **Дизайн пользовательского опыта (UX/UI):** Это направление учит создавать удобные и понятные цифровые продукты. Мы будем думать о том, как сделать так, чтобы приложение для туриста было простым в использовании и приносило максимум пользы.
5. **Краеведение и культурология:** Цифровые технологии не заменяют знания о месте, а помогают их лучше представить и передать. Школьники узнают, как использовать цифровые инструменты для изучения истории, культуры и природы родного края, делая экскурсии более интересными и познавательными.
6. **Создания экосреды профессионального становления будущего специалиста**, в том числе, в сфере туризма и экскурсионной деятельности. Совместно с научно-педагогическими работниками, специалистами, работодателями, проводится апробация инновационных программ: «ДПО в кармане», новых образовательных практико-ориентированных технологий и технологий трансфера

навыков. Участники сообщества «ВсяПрактика» представляют свои достижения на конференциях, семинарах, конкурсах.

Тема: "WheelSity: Треки города" – Цифровое сопровождение туристско-экскурсионной деятельности.

Цель игры: Познакомить школьников с современными цифровыми инструментами, используемыми в туризме и экскурсионной деятельности, развить их навыки командной работы, критического мышления и креативности при создании цифровых туристических продуктов.

Формат игры: Интерактивная квест-игра с элементами проектирования и презентации.

Продолжительность: 2-3 часа (в зависимости от количества этапов и глубины проработки заданий).

Место проведения: Компьютерный класс, аудитория с проектором, возможно, с выходом на территорию школы (если предусмотрены "полевые" задания).

Концепция игрового кейса "Цифровое сопровождение туристско-экскурсионной деятельности" для Школы реальных дел

1. Актуальность и направленность игрового кейса:

В современном мире цифровые технологии проникают во все сферы жизни, и туризм не является исключением. Подростки, как активные пользователи цифровых платформ, обладают потенциалом стать драйверами инноваций в сфере туристско-экскурсионной деятельности. Данный кейс направлен на развитие у них компетенций, востребованных в условиях цифровой трансформации отрасли, и формирование осознанного подхода к созданию и продвижению туристических продуктов.

Направленность кейса:

- **Цифровой маркетинг и продвижение:** Изучение инструментов онлайн-продвижения, создание контента для социальных сетей, работа с блогерами и инфлюенсерами.
- **Разработка цифровых туристических продуктов:** Создание интерактивных карт, виртуальных туров, мобильных приложений для туристов, чат-ботов для консультаций.

- **Аналитика и сбор данных:** Использование инструментов веб-аналитики для понимания потребностей целевой аудитории, оценки эффективности маркетинговых кампаний.
- **Управление проектами в цифровой среде:** Планирование, организация и контроль выполнения задач в рамках цифровых проектов.
- **Креативное мышление и решение проблем:** Разработка нестандартных подходов к созданию уникальных туристических предложений и преодолению вызовов цифрового мира.

2. Цели и задачи:

Цель: Формирование у подростков комплексных знаний, умений и навыков в области цифрового сопровождения туристско-экскурсионной деятельности, развитие их креативности, проектного мышления и навыков командной работы.

Задачи:

- Познакомить участников с основными трендами и инструментами цифровизации в туризме.
- Научить разрабатывать и реализовывать цифровые маркетинговые стратегии для туристических продуктов.
- Развить навыки создания интерактивного и привлекательного контента для различных цифровых платформ.
- Сформировать понимание важности анализа данных для принятия управленческих решений в туризме.
- Обучить основам проектного менеджмента при работе над цифровыми кейсами.
- Стимулировать развитие креативности и способности находить нестандартные решения.
- Способствовать формированию навыков эффективной командной работы и презентации результатов.

3. Формат игры:

Командный проектно-ориентированный симулятор с элементами геймификации, где подростки выступают в роли стартап-команд, разрабатывающих и продвигающих цифровые решения для туристско-экскурсионной деятельности.

4. Необходимое оборудование, материалы:

- **Техническое оснащение:** Компьютеры или ноутбуки с доступом в Интернет для каждого участника (или на команду), проектор для презентаций, интерактивная доска (желательно).
- **Программное обеспечение:** Доступ к онлайн-платформам для совместной работы (Google Workspace, Miro, Trello), графическим редакторам (Canva, Figma - базовый уровень), инструментам для создания презентаций (PowerPoint, Google Slides), возможно, простым конструкторам сайтов или чат-ботов.
- **Информационные материалы:** Доступ к актуальным кейсам из сферы цифрового туризма, статистическим данным, статьям, видеоматериалам, шаблонам документов (бриф, ТЗ).
- **Канцелярские принадлежности:** Бумага, ручки, маркеры, стикеры для мозговых штурмов и визуализации идей.
- **Дополнительно:** Возможность проведения онлайн-встреч с экспертами отрасли.

5. Основные этапы работы:

- **Ноябрь:**
  - **Старт и погружение:** Знакомство с концепцией кейса, формирование команд, вводный тренинг по основам цифрового туризма и проектной деятельности.
  - **Исследование и анализ:** Изучение существующих цифровых решений в туризме, анализ целевой аудитории, определение проблемных зон.
- **Декабрь - Январь:**
  - **Генерация идей и концептуализация:** Мозговые штурмы, разработка концепции цифрового продукта/услуги, определение его уникального торгового предложения (УТП).
  - **Проектирование и прототипирование:**

5. Основные этапы работы (продолжение):

- **Декабрь - Январь (продолжение):**
  - **Проектирование и прототипирование:**
    - Разработка структуры и функционала цифрового продукта (например, макеты мобильного

приложения, сценарии виртуального тура, структура сайта).
        - Создание прототипов (например, кликабельные макеты в Figma, простые веб-страницы, наброски контента).
        - Разработка контент-плана для продвижения.
- **Февраль:**
    - **Разработка и реализация:**
        - Создание контента (тексты, изображения, видео, аудио).
        - Настройка и тестирование цифровых инструментов (например, создание чат-бота, настройка аккаунтов в соцсетях, разработка интерактивных элементов).
        - Разработка маркетинговой стратегии и плана продвижения.
- **Март:**
    - **Продвижение и тестирование:**
        - Запуск кампании по продвижению (например, публикация контента в соцсетях, взаимодействие с потенциальной аудиторией).
        - Сбор обратной связи от целевой аудитории (например, через опросы, комментарии, тестирование прототипов).
        - Анализ первых результатов продвижения.
- **Апрель:**
    - **Анализ, доработка и презентация:**
        - Анализ собранных данных и обратной связи.
        - Внесение корректировок в продукт и стратегию продвижения.
        - Подготовка финальной презентации проекта.
        - Финальная презентация проектов перед экспертами и другими командами.
        - Подведение итогов, награждение.

6. Основные 3 проблемы (вопроса), которые решает кейс (чему он учит подростков, какие знания, умения и навыки они приобретают в ходе работы над кейсом):

1. **Как сделать туризм доступным, интересным и современным для нового поколения?**

- **Чему учит:** Подростки учатся видеть туризм глазами своей возрастной группы, понимать их потребности и предпочтения. Они осваивают принципы создания **инновационных цифровых туристических продуктов**, которые отвечают современным запросам (например, интерактивные экскурсии, геймифицированные маршруты, персонализированные рекомендации).
- **Приобретаемые знания, умения и навыки:** Понимание целевой аудитории, креативное мышление, навыки разработки концепций, основы UX/UI дизайна, умение работать с цифровыми инструментами для создания контента и интерактивных элементов.

2. **Как эффективно продвигать туристические услуги в цифровом пространстве?**
   - **Чему учит:** Подростки учатся разрабатывать и реализовывать **цифровые маркетинговые стратегии**, используя актуальные инструменты. Они понимают, как создавать привлекательный контент, работать с социальными сетями, привлекать внимание потенциальных туристов и строить с ними диалог.
   - **Приобретаемые знания, умения и навыки:** Основы цифрового маркетинга, SMM, копирайтинг, основы создания визуального контента, навыки планирования и проведения рекламных кампаний, умение анализировать эффективность продвижения.
3. **Как превратить идею в реальный, работающий проект, учитывая ограничения и возможности?**
   - **Чему учит:** Кейс развивает **проектное мышление и навыки управления проектами**. Подростки учатся ставить цели, планировать этапы работы, распределять задачи в команде, работать с ограниченными ресурсами (временем, информацией), принимать решения в условиях неопределенности и презентовать результаты своей работы.
   - **Приобретаемые знания, умения и навыки:** Основы проектного менеджмента, навыки командной работы, коммуникативные навыки, критическое мышление, навыки решения проблем, тайм-менеджмент, навыки презентации.

7. В чем заключается задание, этапы выполнения задания:

Общее задание: Каждая команда выступает в роли стартап-агентства, которое разрабатывает и предлагает к реализации цифровое решение для конкретного сегмента туристско-экскурсионной деятельности (например, разработка мобильного приложения для самостоятельных путешественников по городу N, создание серии виртуальных туров по историческим местам региона, разработка интерактивной онлайн-платформы для планирования семейного отдыха).

Этапы выполнения задания:

1. **Брифинг и выбор направления:** Команды получают общий бриф с описанием задач и возможных направлений. Они выбирают конкретную нишу и формулируют свою идею, определяя целевую аудиторию и основные проблемы, которые их решение будет решать.
2. **Исследование и анализ:** Команды проводят исследование рынка, анализируют конкурентов, изучают потребности своей целевой аудитории, собирают информацию о выбранном туристическом объекте или направлении.
3. **Разработка концепции продукта/услуги:** На основе исследований команды формируют детальную концепцию своего цифрового продукта или услуги. Это включает определение ключевых функций, уникального торгового предложения (УТП), дизайна пользовательского интерфейса (UI) и пользовательского опыта (UX).
4. **Создание прототипа:** Команды разрабатывают прототип своего решения. Это может быть кликабельный макет мобильного приложения, сценарий интерактивной экскурсии с использованием мультимедиа, структура веб-сайта или интерактивной карты.
5. **Разработка контент-стратегии и маркетингового плана:** Команды определяют, какой контент будет использоваться для продвижения их продукта (тексты, фото, видео, инфографика), и разрабатывают план его распространения через цифровые каналы (социальные сети, блоги, партнерские платформы).
6. **Реализация и тестирование:** Команды приступают к созданию контента, настройке цифровых инструментов (например, создание простых веб-страниц, настройка аккаунтов в соцсетях, разработка интерактивных элементов). Проводится

тестирование прототипа и контента на небольшой группе потенциальных пользователей для сбора обратной связи.

7. **Продвижение и сбор обратной связи:** Команды запускают ограниченную кампанию по продвижению своего продукта, используя разработанный контент и маркетинговый план. Активно собирается обратная связь от целевой аудитории.
8. **Анализ и доработка:** На основе полученной обратной связи и данных о первых результатах продвижения, команды анализируют эффективность своих решений и вносят необходимые корректировки в продукт и стратегию.
9. **Финальная презентация:** Команды готовят и проводят презентацию своего проекта, демонстрируя разработанный цифровой продукт, маркетинговую стратегию, полученные результаты и выводы.

8. Ожидаемые результаты работы:

- **Создание реальных цифровых продуктов/решений:** Команды разрабатывают прототипы или рабочие версии цифровых продуктов (мобильные приложения, веб-сайты, виртуальные туры, интерактивные карты, контент для соцсетей и т.д.), которые могут быть представлены потенциальным инвесторам или партнерам.
- **Разработанные маркетинговые стратегии:** Команды имеют готовые планы по продвижению своих продуктов в цифровой среде, включая контент-планы и каналы коммуникации.
- **Приобретенные практические навыки:** Участники получают опыт работы с современными цифровыми инструментами, учатся анализировать данные, принимать решения на их основе, работать в команде и презентовать свои идеи.
- **Развитие проектного мышления:** Подростки учатся видеть полный цикл создания продукта – от идеи до реализации и оценки результатов.
- **Формирование портфолио:** Участники могут использовать результаты своей работы (прототипы, презентации, контент) для формирования своего портфолио, что может быть полезно при дальнейшем обучении или поиске работы.

- **Повышение цифровой грамотности:** Участники углубляют свои знания в области цифровых технологий, маркетинга и управления проектами.
- **Развитие soft skills:** Улучшаются навыки командной работы, коммуникации, критического мышления, креативности и решения проблем.

9. Проведение анализа мероприятий в ходе решения задач кейса и оценка их эффективности:

Анализ и оценка эффективности будут проводиться на нескольких уровнях и этапах:

- **Промежуточный анализ (в ходе работы над кейсом):**
  - **Регулярные командные рефлексии:** В конце каждой рабочей недели или после завершения ключевых этапов (например, после исследования, после разработки прототипа) команды проводят внутренние обсуждения. Они отвечают на вопросы:
    - Что получилось хорошо?
    - Что вызвало трудности?
    - Какие решения были приняты и почему?
    - Что можно улучшить на следующем этапе?
    - Как мы можем более эффективно использовать имеющиеся ресурсы (время, информацию, инструменты)?
  - **Обратная связь от кураторов/наставников:** Кураторы кейса проводят регулярные встречи с командами, наблюдают за их работой, задают наводящие вопросы, дают конструктивную обратную связь по ходу выполнения заданий. Оценивается:
    - Прогресс команды в достижении промежуточных целей.
    - Качество проделанной работы (например, глубина исследования, проработанность концепции, реалистичность прототипа).
    - Эффективность командного взаимодействия.
    - Уровень вовлеченности участников.
  - **Анализ использования инструментов:** Оценивается, насколько эффективно команды используют предложенные цифровые инструменты для совместной

работы, создания контента, прототипирования. Например, активность в общих документах, использование досок для визуализации идей, качество созданных макетов.
    - **Анализ контента и маркетинговых материалов:** Оценивается качество и соответствие контента поставленным задачам, его привлекательность для целевой аудитории, продуманность маркетинговых сообщений.
- **Финальный анализ (по завершении кейса):**
    - **Презентация проектов:** Это ключевой этап оценки. Команды представляют свои финальные проекты. Оцениваются:
        - **Продукт/решение:** Его инновационность, функциональность, соответствие поставленной задаче, потенциальная жизнеспособность.
        - **Маркетинговая стратегия:** Ее продуманность, реалистичность, соответствие целевой аудитории, выбранные каналы продвижения.
        - **Презентация:** Четкость, логичность, убедительность, умение отвечать на вопросы, командная работа во время презентации.
        - **Анализ результатов:** Насколько команда смогла проанализировать свою работу, сделать выводы, продемонстрировать понимание эффективности своих действий.
    - **Оценка приобретенных навыков:**
        - **Самооценка участников:** Подростки заполняют анкеты, где оценивают свои знания, умения и навыки, приобретенные в ходе кейса, а также уровень развития своих "soft skills".
        - **Оценка кураторов:** Кураторы дают комплексную оценку каждому участнику и команде в целом, основываясь на наблюдениях за весь период работы.
        - **Экспертная оценка:** Приглашенные эксперты (если есть) могут дать свою оценку проектам и уровню подготовки команд.
    - **Анализ обратной связи от целевой аудитории (если проводилось тестирование):** Если в ходе кейса

проводилось тестирование продукта на реальных пользователях, анализируются их отзывы и предложения.
    - **Анализ эффективности самого кейса:** По итогам проведения кейса проводится анализ его сильных и слабых сторон, эффективности выбранных форматов, инструментов и методик. Это позволяет вносить коррективы для будущих запусков.

Критерии оценки эффективности мероприятий:

- **Достижение поставленных целей и задач:** Насколько команды смогли реализовать задуманное и приобрести заявленные компетенции.
- **Качество конечного продукта:** Насколько разработанные решения являются проработанными, инновационными и актуальными.
- **Уровень вовлеченности и мотивации участников:** Насколько активно подростки участвовали в процессе, проявляли инициативу и интерес к теме.
- **Развитие навыков командной работы:** Насколько эффективно команды взаимодействовали, распределяли роли, решали конфликты и достигали общих целей.
- **Приобретение практических навыков:** Насколько участники смогли применить полученные знания на практике, освоить новые инструменты и технологии.
- **Удовлетворенность участников:** Насколько подростки остались довольны процессом обучения, полученными знаниями и опытом.

Таким образом, анализ и оценка эффективности являются неотъемлемой частью игрового кейса, позволяя не только оценить результаты работы участников, но и постоянно совершенствовать сам образовательный процесс.