

nr zapytania ofertowego 12/KON/z049/2022

Załącznik nr 1 (A) do Warunków

Specyfikacja

Wymogi dla materiałów dydaktycznych – gier edukacyjnych – część 1

Zestaw gier z zakresu zarządzania

Oferta Wykonawcy musi uwzględniać licencje bezterminowe niewyłączne na gry o tematyce wskazanej w niniejszej Specyfikacji, umożliwiającą jednoczesną rozgrywkę dla min. 15 osób.

W przypadku gier w formie elektronicznej - oprogramowanie do gry powinno być utrwalone na nośniku/ach danych.

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca dostarczy gry do siedziby Zamawiającego (ul. Cegielniana 14, 35-310 Rzeszów).

W przypadku objęcia ofertą szkolenia dla trenerów powinno się ono odbyć w siedzibie Zamawiającego (ul. Cegielniana 14, 35-310 Rzeszów).

Każda z gier powinna umożliwiać jednoczesną rozgrywkę min. 15 graczy. W przypadku gier przeznaczonych dla mniejszej liczby graczy, Wykonawca powinien zapewnić odpowiednią liczbę egzemplarzy gier.

Licencje do gier powinny obejmować wykorzystywanie gier w ramach zajęć, szkoleń i warsztatów realizowanych przez Zamawiającego dla nieograniczonej liczby osób.

Licencje na gry muszą umożliwiać dostęp do gier przeznaczonych dla nieograniczonej liczby uczestników (użytkowników).

Licencje na gry muszą obejmować wszystkie elementy scenariuszy uwzględnione w niniejszej specyfikacji.

W ramach udzielonych licencji bezterminowych Wykonawca zobowiązany jest przekazać Zamawiającemu:

- a. Regulaminy ogólne gier lub instrukcje graczy/użytkowników
- b. Podręcznik/i trenera (o ile stanowi element oferty).

Scenariusze gier:

1. Gra rozwijająca kompetencje w zakresie zarządzania sobą w czasie, efektywności osobistej, priorytetyzowania zadań, work-life balance. Uczestnicy otrzymują różne zadania i decydują, których się podjąć, które wykonać najpierw, a których nie robić. Obserwując rezultaty swoich działań, rozumieją na podstawie jakich kryteriów wyznaczać priorytety i jak radzić sobie z cudzymi. Przekonają się, że nieustanna realizacja zadań pilnych i ważnych to bardzo kosztowna strategia. Dodatkowo uświadomią sobie, jak bardzo zależne są od siebie sfera prywatna i zawodowa.
2. Gra rozwijającą kompetencje w zakresie komunikacji interpersonalnej, przekazywania i zdobywania informacji, dzielenia się wiedzą, budowania zespołu i doboru kanałów komunikacji. Uczestnicy będą wykonywać w parach różne zadania, wymieniając w tym celu rozmaite informacje. Chcąc, by ich współpraca przebiegała pomyślnie, będą musieli znaleźć wspólny język i komunikować się odpowiednią drogą. W ten sposób przekonają się, że e-mail to dobre narzędzie do przekazywania prostych treści, a czasochłonne spotkania lepiej sprawdzają się, gdy trzeba omówić bardziej złożone kwestie. Zrozumieją też, że komunikacja w żadnym wypadku nie może zdominować ich działań, gdyż zabraknie im czasu na pracę.
3. Gra rozwijająca kompetencje w zakresie współpracy w zespole, budowania zespołu, komunikacji w zespole, planowania i organizacji, zarządzania projektem i realizowania celów. Gra pokazuje, że wspólne działanie często pozwala zrealizować też własny cel. W trakcie rozgrywki uczestnicy mogą podejmować samodzielne działania lub skupić się na pracy zespołowej. W efekcie widzą, kiedy warto postawić na współpracę i co zrobić, by ta przebiegała pomyślnie. Udana

nr zapytania ofertowego 12/KON/z049/2022

kooperacja nie obędzie się bez: dążenia do wspólnego celu, odpowiedniej koordynacji działań, jasnego podziału obowiązków i odpowiedzialności, zaangażowania, a także umiejętnego wykorzystania indywidualnych kompetencji każdego członka zespołu.

4. Gra rozwijająca kompetencje w zakresie współpracy, orientacji na cele, komunikacji i budowania zespołu. Gracze bawią się, jednocześnie zyskując wiedzę na temat efektywnej kooperacji. Współpracują ze sobą, jednocześnie rywalizując z innymi grupami. Przy okazji dowiadują się o tym, że współpracując, zawsze warto pamiętać o celu, który przyświeca zespołowi, wspierać współpracowników w realizacji ich zadań, a także na bieżąco informować innych o swoich postępach w pracy.
5. Gra rozwijająca kompetencje w zakresie zarządzania strategicznego, podejmowania decyzji i świadomości biznesowej. Uczestnicy staną przed zadaniem poprowadzenia własnego biznesu. Podejmując rozmaite decyzje, będą dążyć do tego, by zdobyć więcej klientów i większy zysk niż konkurencja. W trakcie rozgrywki gracze przekonają się, że warto konsekwentnie trzymać się przyjętej na wstępie strategii i optymalizować działania na poziomie taktycznym.
6. Gra rozwijająca kompetencje w zakresie negocjacji handlowych B2B/zakupowych, myślenia analitycznego, podejmowania decyzji. Gra pokazuje, jak powinna wyglądać współpraca na linii dystrybutor-sklep. Część uczestników, w roli handlarzy, prowadzi swoje stragany. Pozostali dostarczają handlarzom towar. Gra, choć pozornie polega na negocjacjach, pokazuje, jak wiele jest rzeczy, które działają w interesie obu stron produkt powinien jak najkrócej leżeć na półce, kapitał handlarza powinien często rotować, a dostawy powinny być dobrze dopasowane do potrzeb klientów. Żeby to osiągnąć, trzeba sprawnie korzystać z danych sprzedażowych i dzielić się tymi informacjami pomiędzy dostawcą i handlarzem.
7. Gra rozwijająca kompetencje w zakresie różnego typu negocjacji. Uczestnicy będą wykonywać określone zadania. W realizacji niektórych z nich przydatne okażą się zasoby konkurentów, które będą musieli między sobą wynegocjować. Dzięki rozgrywce uczestnicy uświadomią sobie różnice pomiędzy strategią pozycyjną i problemową w negocjacjach. Zobaczą, jakie korzyści i ograniczenia niesie wybór każdej z nich. I przekonają się, że pozornie skuteczna strategia pozycyjna prowadzi do zmniejszenia zysków wszystkich stron procesu negocjacji.
8. Gra rozwijająca kompetencje w zakresie obsługi klienta, mediacji, doradztwa i współpracy miedzydziałowej. W trakcie gry uczestnicy zaznają wielu podobnych sytuacji. I zobaczą, że w wielu przypadkach konsultant nie może zrobić nic lepszego niż zbudować zaufanie, podzielić się wiedzą z klientem i uświadomić mu ograniczenia produktu.
9. Gra rozwijająca kompetencje w zakresie zarządzania salonem sprzedaży, zarządzania zespołem i produktem, analizy danych sprzedażowych, w której właściwe decyzje menedżerskie stanowią klucz do zwycięstwa. W trakcie rozgrywki uczestnicy zarządzają salonem sprzedaży. Planują grafik, pracują z produktem i ekspozycją, a następnie obserwują, do czego prowadzą podejmowane przez nich decyzje. W ten sposób poznają konsekwencje określonych działań, również te, które na co dzień pozostają ukryte i nieoczywiste. Przekonają się też, jak ważną rolę w procesie sprzedaży pełni analiza danych sprzedażowych i podejmowanie decyzji na ich podstawie. Gra pozwala zwiększyć świadomość biznesową uczestników i skutecznie rozwija u nich postawę właścicielską.

