

## Надежда Червякова, бизнес-тренер, разработчик игровых решений, WeAlmaty

### Геймификация (игрофикация) - определения:

- Использование игровых элементов в неигровых процессах
- Использование серьезными сервисы и приложениями наработок из игровой индустрии (игровые механики) для вовлечения, удержания пользователей.
- Процесс использования игрового мышления и динамики для решения прикладных задач, превращение чего-либо в игру.

### Чем геймификация не является:

- Деловой игрой, требующей большого количества времени и выходящей участников из рабочих процессов
- Инновационным инструментом, чем-то новым, чего раньше не было
- Панацеей, подходящей для решения любого кейса
- Простой комбинаторикой трех основных механик, называемых PBL

На сегодня этап **PBL**-геймификации считается ушедшим в историю, всеми критикуется, однако это именно то, с чего начинается разработка любого гейм-проекта.

Points (очки, виртуальная валюта),  
Badges (награды, медали, бэйджи),  
Leaderboards (доски почета, рейтинги).

### Сферы использования геймификации:

- Бизнес: мотивация персонала, геймификация в HR или геймификация бизнес-процессов (особая тема – геймифицированное онлайн обучение)
- Маркетинг: подстегивание спроса, мотивация потребителей
- Социальная сфера: образование, политтехнологии, городская среда. Вовлечение студентов, избирателей и горожан в те процессы, которые необходимо актуализировать

**Основная цель геймификации** – это изменение поведения человека или группы в желательном направлении. *Моральный аспект (мотивация или манипуляция?) – выбор заказчика и разработчика.*

**Практическая часть мастер-класса:** тренировка в поиске внутренних мотивов поведения, на которых можно построить проект. Методология Ю Кай Чоу - Октализ

