



Příručka

k realizaci simulační hry



DAS PLANSPIEL
SIMULAČNÍ HRA

-

„Podpora demokracie, tolerance a přeshraniční
spolupráce“

stav k 22.08.2016



Obsah

1. Příručka	4
1.1 To nejdůležitější ve zkratce	4
1.1.1 Pro koho je tato simulační hra určena?	4
1.1.2 Jaký je doporučený počet účastníků?	4
1.1.3 Průběh hry ve zkratce	5
1.1.4 Jak dlouho simulační hra trvá?	5
1.1.5 Kolik vedoucích je zapotřebí?	6
1.1.6 Jaké místnosti potřebujete?	7
1.1.7 Jaké materiály potřebujete?	7
1.1.8 Organizace před zahájením hry!	8
1.1.9 Na co ještě dávat pozor?	8
1.2 Co je v pozadí simulační hry?	9
1.3 O co v této simulační hře jde?	9
1.4 Jak může být tato hra využita?	10
1.5 Vysvětlivky k pojmům a citátům	11
1.6 Komunikace s učiteli	12
2. Hra - vysvětlení	12
2.1 Výchozí situace	12
2.2 Úvod	13
2.3 Fáze 1 (Výběrové řízení)	14
2.4 Fáze 2 (Fúze)	14
2.4.1 Instrukce pro vedení společnosti: ca 30 min	14
2.4.2 Vysvětlení a organizace fúze: ca 30 min	15
2.4.3 Spolupráce obou firem: ca 3 hodiny	15
2.4.4 Průběžné prezentace: ca 1 hodina	16
2.4.5 Integrovaný tým	16
2.4.6 Prezentace a závěr: ca 1 hodina	17
3. Průběh hry s komentáři	18
4. Příklad průběhu hry s časovými údaji	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5. Technika a materiál ve fázi 2	27



6. Výukové cíle a konflikty	28
6.1 Výukové cíle	28
6.2 Konflikty ve hře	29
7. Vyhodnocení	30
7.1 Vyhodnocení – krok 1: Emoční úroveň individuální zkušenosti a Analýza interakce ve hře	30
7.1.1 Otevřené rozhovory	30
7.1.2 Alternativa: barometr nálady	31
7.1.3 Alternativa: obrazné znázornění	31
7.1.4 Alternativa: cvičení k emocím zažitým během hry	32
7.2 Vyhodnocení - krok 2: Přenesení do kontextu a reálného života	32
7.3 Vyhodnocení – krok 3: Od zkušenosti k praxi	33
8. Aktéři	33
8.1 Velikost skupin	34
8.2 Velikost skupin - agentury Madnex a Simplex ve fázi 1 Fehler! Textmarke nicht definiert.	
8.3 Velikost skupin ve fázi 2 – po sloučení agentur Madnex a Simplex	35
8.4 Možnosti financování projektu z dotačních programů	37
9. Možnosti financování projektu z dotačních programů	



1. Příručka

Obecné informace k příručce

Tato příručka obsahuje podrobný úvod do simulační hry a vysvětluje detaily důležité pro úspěšnou realizaci hry.

Při čtení příručky můžete nalézt zmínky o vztahu k německým, popř. saským, a českým účastníkům. To je dáno tím, že příručka vznikla v rámci podpory česko-německých projektů. Proto je příručka k dispozici jak v českém, tak v německém jazyce.

V případě dotazů k realizaci se neváhejte obrátit na partnery projektu.

Doporučení k realizaci

V rámci našeho projektu jsme simulační hru realizovali během 17 pětidenních akcí (včetně rámcového programu před a po skončení samotné simulační hry) se školními třídami ze Saska a Čech. Zkušenosti, které jsme přitom získali, bychom Vám rádi předali.



Tento symbol v textu označuje doporučení určená pro vedoucí hry, která jim mohou být při realizaci simulační hry užitečná.

1.1 To nejdůležitější ve zkratce

1.1.1 Pro koho je tato simulační hra určena?

- Simulační hra je určena pro děti, mládež a žáky ve věku od 11 do 15 let
- Simulační hru je možné bez problémů hrát s binacionálním nebo internacionálním složením skupin.

1.1.2 Jaký je doporučený počet účastníků?

- Simulační hra je vhodná pro skupiny od 15 do 30 účastníků popř. pro školní třídy. V rámci větších internacionálních setkání je možné hru realizovat až s 60 účastníky.



1.1.3 Průběh hry ve zkratce

- Celosvětově působící mediální společnost chce uvést na evropský trh aplikaci na řešení domácích úkolů.
- Je proto vypsáno celoevropské výběrové řízení na vytvoření marketingové kampaně.
- Dvě reklamní agentury se ucházejí s vlastními návrhy. Oba uchazeči se navzájem výrazně odlišují svou firemní kulturou, organizační formou i pracovním stylem.
- Mediální společnosti se líbí oba návrhy a reklamní kampaň mají vytvořit obě agentury společně. Proto následuje spojení obou firem a sestavení pracovních týmů, ve kterých jsou zastoupeni spolupracovníci obou agentur tak, aby bylo možné využít přednosti obou firemních filozofií. Potíže, které z toho plynou, bere zadavatel v potaz a spolupracovníci je musí překonat.
- Výsledky jsou prezentovány zadavateli (mediální společnosti).

1.1.4 Jak dlouho simulační hra trvá?

Délka simulační hry závisí na tom, zda se jedná o binacionální nebo internacionální realizaci hry, případně zda se jedná o hru s účastníky z jedné země. Při internacionálních setkáních by simulační hře měla předcházet fáze seznamování účastníků.

Simulační hra (ca 8 hodin)

Samotná simulační hra vyžaduje ca 8 hodin. Hra by měla být rozložena do dvou po sobě následujících dní. Přitom je nutné zohlednit rozdělení do tří tematických bloků.

- Úvod, práce v oddělených týmech, popř. firmách: ca 3 hodiny
- Fúze, práce ve smíšených týmech, popř. firmách: ca 4 hodiny
- Prezentace výsledků: ca 1 hodina

Vyhodnocení (1,5 – 6 hodin)

Vyhodnocení simulační hry plánujte jako samostatnou část. Délka vyhodnocení může být různá a závisí na věku účastníků, charakteru cílové skupiny a zvolené formě vyhodnocení. Na tuto část je vhodné si vyhradit minimálně 1,5 hodiny. Kreativní a obsáhlejší vyhodnocení může zabrat až 6 hodin.



1.1.5 Kolik vedoucích je zapotřebí?

V zásadě:

- dva vedoucí / trenéři simulační hry
- doporučujeme mít k dispozici dalšího vedoucího, který bude zajišťovat organizační záležitosti
- popř. dva tlumočníci (při binacionální a mezinárodní realizaci)
- v případě školních tříd jeden učitel na každou třídu



V Česku i Sasku jsou vyškolení trenéři simulační hry, kteří mají bohaté zkušenosti s její realizací. Kontakty naleznete v příloze. Tato příručka umožňuje realizaci simulační hry i bez využití služeb vyškoleného trenéra. Předpokladem je však intenzivní příprava vedoucích, dostatečné seznámení se s průběhem simulační hry, jejím obsahem a vyhodnocením.

K realizaci hry potřebujete dva vedoucí / trenéry simulační hry. Především první fáze hry a úvod do jednotlivých rolí ve skupinách rozdělených do dvou místností nezbytně vyžaduje, abyste měli k dispozici dva vedoucí hry, kteří tuto fázi moderují, doprovází a pozorují účastníky, aby byli schopni odhadnout konfliktní potenciál a pomoci při řešení problémů.

Důležité je, aby se vedoucí / trenéři vyznali také v technice, která bude využita (např. software na střihání videí, prezentace vytvořených videoklipů pomocí projektoru atd.). Tyto činnosti mohou popřípadě zajistit další asistenti nebo vedoucí (viz. níže).

6

Při binacionálních a internacionálních setkáních doporučujeme v druhé fázi hry využít služeb tlumočnicka. Máme vždy dvě skupiny, které pracují v oddělených místnostech. Ty se pak podle velikosti rozdělí do několika menších skupin. V zásadě potřebujeme alespoň dva tlumočníky. Myslete také na to, že při internacionálních setkáních může pro svou komunikaci potřebovat tlumočnicka i tým vedoucích. To je nutné jak při realizaci hry, tak při předchozím plánování organizačních záležitostí a domluvě na programu (např. přípravné setkání atd.). Při plánování vícedenních aktivit je vhodné, aby se vedoucí sešli pokud možno den před příjezdem účastníků, seznámili se a vše připravili).

Jelikož jsou tlumočníci i trenéři simulační hry z velké části vázáni programem, je smysluplné či dokonce nutné, mít k dispozici alespoň jednoho dalšího vedoucího, který zajistí běžné organizační záležitosti (ubytování, stravu, rámcový program atd.).

Při realizaci simulační hry se školními třídami zůstávají učitelé v roli dozoru a přebírají úkoly s tím spojené.



1.1.6 Jaké místnosti potřebujete?

Simulační hra se skládá z centrálního setkání všech účastníků a jednotlivých fází intenzivní práce ve skupinách. Na základě této struktury je vhodné mít k dispozici vedle hlavní místnosti (např. učebny) i další prostory pro nerušenou práci jednotlivých skupin.

Úvod do hry je vhodné uskutečnit v oddělených skupinách. Budete proto potřebovat dvě oddělené místnosti (jednu místnost pro každou firmu), ve kterých trenéři simulační hru zahájí (úvod do hry, firemní filozofie, vysvětlení k výběrovému řízení, práce na návrhu jména, loga a sloganu).

1.1.7 Jaké materiály potřebujete?

Bezpodmínečně nutné jsou:

- tato příručka
- scénář
- profily jednotlivých rolí a jejich aktualizace
- formuláře na předložení návrhu
- jmenovky pro účastníky s označením jejich role
- kamery a mikrofony nebo smartphony (chytré mobilní telefony)
- 2 počítače nebo notebooky se softwarem na střihání a přehrávání videí, alternativně lze využít mobilní telefony
- papír na flipchart
- papír formátu A3 a A4 (pokud možno i barevný)
- barevné moderační kartičky
- trička, košile atd. v černé a bílé barvě, aby bylo možné opticky odlišit jednotlivé firmy
- tlusté fixy (např. značky Edding), v různých barvách
- dostatek černých fixů
- nůžky
- lepidlo
- pravítka, rýsovací trojúhelníky
- prostor na prezentaci výsledků
- materiál na připevnění výsledků
- popř. ochranné ubrusy na stoly, aby nedošlo k jejich znečištění
- projektor a reproduktor na prezentaci výsledků (včetně odpovídajících kabelů a potřebných adaptérů)
- promítací plátno

1.1.8 Organizace před zahájením hry!



Vedoucí hry by si měli předem vytvořit časovou osu, aby byli schopni hru realizovat v plánovaném časovém úseku. Doporučení jsou uvedena v bodě 3. Projednat by přitom měli následující otázky:

- Kdo jsou vedoucí hry?
- Jsou k dispozici potřebné prostory, popř. je možné je zajistit?
- Je k dispozici potřebný materiál nebo je nutné jej obstarat?
- Simulační hra má jinou časovou dimenzi než běžný školní den. Je zajištěno, aby účastníci měli k dispozici jídlo a pití i mimo běžné školní přestávky?
- Je informován odpovídající personál (školník) o tom, že hra může skončit až po běžných zavíracích hodinách školy?
- Pokud pracujeme s externími trenéry simulační hry: Potvrdili trenéři svou účast? Je zajištěno jejich financování?

Důležité je naplánovat si dostatek času na vyhodnocení, protože v této fázi dochází k přenosu nabytých zkušeností do běžného života.



Při internacionálních setkáních je vhodné, aby si vedoucí hry naplánovali průběh hry již den před zahájením plánované akce. Je velkou výhodou, pokud se vedoucí hry na začátku dané akce již znají a jejich seznamování neprobíhá paralelně se seznamováním účastníků. Kromě toho mají možnost seznámit se s infrastrukturou (toalety, kopírování, společenská místnost atd.) a připravit si místnosti, které budou potřebovat.

Přizvěte k tomu také tlumočníky. Na jednu stranu to vedoucím hry z různých zemí umožní domluvit se na obsahových záležitostech, na stranu druhou je dobré, když tlumočníci znají průběh a strukturu plánovaných aktivit a mohou tak poskytnout optimální podporu.

Pokud hru realizujete na ubytovně pro mládež apod., je vhodné si předem prohlédnout infrastrukturu (ubytování, seminární místnosti, jídelnu, časy jídel atd.) a domluvit vše potřebné.

1.1.9 Na co ještě dávat pozor?

- Účastníci by si s sebou měli přivést jeden tmavý (nejlépe černý) svršek a jeden světlý (křiklavě barevný nebo bílý) svršek (košili nebo tričko), aby bylo možné opticky rozlišit obě firmy.
- Důležité: Účastníci by předem neměli vědět, jaký cíl hra sleduje a jak probíhá. Místo toho bychom je měli vyzvat, aby byli otevření nové, kreativní a napínavé zkušenosti.

1.2 Co je v pozadí simulační hry?

Simulační hra je výuková metoda, která simuluje reálné komplexní systémy. Hravou formou se účastníci učí porozumět dynamice společenských konfliktů a jejich zvládání. Ve vybraném vyjednávání či konfliktní situaci přebírají účastníci roli aktéra, který je za vyjednávání zodpovědný a který musí přesvědčivě zastupovat své zájmy.

Tato simulační hra byla vyvinuta společností Planpolitik GbR Berlin v rámci projektu „Simulační hra – Podpora demokracie, tolerance a přeshraniční spolupráce“. V červnu 2016 byla vytvořena a poté úspěšně otestována. Její silnou stránkou je jednoduchá základní struktura umožňující realizaci s nejrůznějšími cílovými skupinami. Výukovým cílem je podpora pochopení pojmu demokracie a seznámení s rozhodovacími procesy v sociálních skupinách. Účastníci jsou nuceni rozpoznat konflikty a najít vhodná řešení. V rámci vyhodnocení pak mají rozpoznat možnosti využití nabytých zkušeností ze hry v běžném životě.

1.3 O co v této simulační hře jde?

Nadřazeným cílem je podpora demokracie a tolerance, respekt vůči jinak smýšlejícím osobám, popř. cizincům, odbourání strachu z neznámého a vzájemných klišé. Tyto cíle jsou záměrně nepřímé a účastníkům nejsou zpočátku zřejmé. K jejich odhalení dojde až ve fázi vyhodnocení, ve které se mimo jiné řeší možnost přenosu nabytých zkušeností ze simulační hry do reálného života. Scénář představuje jakýsi rámec, který účastníkům poskytuje prostor pro interkulturní učení na základě vlastních zkušeností.



Cílem není dosažení určitého výsledku. Účastníci mají hravou formou zažít situace, se kterými se budou při svém přechodu ze základního do profesního/ vysokoškolského vzdělávání běžně setkávat. Dokonce i v malém podniku mohou potkat spolupracovníky pocházející z jiných kulturních kruhů. Měli by se s takovou situací blíže seznámit a poznat, že na základě demokratických hodnot je možné bez problémů spolupracovat. Hra rozvíjí primárně měkké faktory např. sociální kompetenci, schopnost týmové spolupráce, komunikační schopnost nebo zvládání konfliktů v pracovním prostředí.

V samotné simulační hře jde o kooperaci dvou reklamních agentur, které jsou zadavatelem vyzvány ke vzájemné spolupráci na velké reklamní kampani. Obě agentury se však zásadně liší jak stylem práce, tak svým žebříčkem hodnot. Z toho plynoucí konflikty mezi spolupracovníky obou týmů a přístup k těmto konfliktům jsou stěžejními body simulační hry.

Hraje se ve smíšených skupinách. Tato simulační hra byla vyvinuta pro binacionální, interkulturní skupiny s cílem tematizovat a řešit vzniklé konflikty. Hru je možné realizovat také s účastníky z jedné země.

Abychom umožnili pozvolný start do hry, je hra cíleně rozdělena do dvou fází. V první fázi binacionální nebo mezinárodní realizace by měli účastníci z jednotlivých zemí pracovat odděleně - jako zástupci jedné nebo druhé reklamní agentury. Nejprve tedy pracují se svými spolužáky, které již znají. Přitom se vžívají do svých rolí a seznamují se s kulturními zvláštnostmi příslušné firmy. Teprve ve druhé fázi naráží na druhou agenturu a její zcela



odlišnou (podnikovou) kulturu. Mnohé konflikty jsou předem naprogramované a tím žádoucí. Každá realizace hry se však bude lišit v závislosti na tom, jakým způsobem účastníci se svými rolemi naloží, jak budou zvládat dané požadavky a jak se budou chovat k ostatním účastníkům. Vyhodnocení hry proto představuje centrální součást celého konceptu.

Témata	demokracie a tolerance respekt vůči jinak smýšlejícím lidem a jiným kulturám odbourávání strachu a klišé
Cílová skupina	děti a mládež ve věku od 11 do 15 let
Oblast uplatnění	mimoškolní vzdělávání nebo součást obsáhlejší vzdělávací akce
Náročnost	střední
Stručný obsah	V této simulační hře zažívají účastníci interkulturní konflikty a učí se s takovými konflikty zacházet.
Cíle	Ujasnění vlastních postojů vůči jiným kulturám. Uznání a respekt vůči odlišným kulturám a reflexe soužití ve společnosti. Diskuze na téma respekt, tolerance vůči jinak smýšlejícím osobám a cizincům, odbourávání strachu.

1.4 Jak může být tato hra využita?

10

Tato simulační hra může být využita samostatně nebo v rámci delšího semináře. Je vhodná jako základ pro rozsáhlou obsahovou diskuzi o otázkách interkulturních setkání, toleranci a respektu. Emoční zkušenosti a individuální vzorce chování ve hře tvoří základ pro jejich přenesení do reálného života každého jedince. Pozitivně či negativně vnímané emoce tak lze v rámci skupiny bezpečně zpracovat a reflektovat.



Tato simulační hra je vhodná zejména pro předměty jako je etika, náboženství, dějepis nebo společenské vědy, lze ji ale využít i v jiných kontextech.

Hra se velmi dobře hodí obzvláště pro stávající partnerství škol, především v rámci partnerství se školami z Německa. Tato příručka byla zhotovena jak v českém, tak německém jazyce.



Abychom podpořili trvalé využití této simulační hry, zabudovali jsme do koncepce a redakčního vývoje podkladů této příručky informace, které umožňují realizovat hru i bez zahraniční spoluúčasti. Profily obou reklamních agentur proto obsahují velmi odlišné pracovní styly. To je záměrné a má to přispívat ke vzniku interkulturních konfliktů.

V rámci mezinárodních setkání jsou interkulturní rozdíly dány přirozeně. U této formy hry není proto vědomé zdůrazňování a důsledné dodržování daných profilů firem nezbytně nutné. Zvýšená pozornost by měla být naopak věnována jazykové bariéře, která by mohla negativně ovlivnit společné aktivity účastníků. Jako komunikační jazyk lze využít angličtinu. Jazykovými



schopnostmi by přitom měli disponovat téměř všichni účastníci. V opačném případě by měla být naplánována účast tlumočnicků.

1.5 Vysvětlivky k pojmům a citátům

V simulační hře se setkáte s následujícími pojmy:

Účastníci	Děti a mládež, kteří v simulační hře přebírají aktivní role a plní zadané úkoly.
Vedoucí hry	Vyškolení trenéři, kteří mají dvojí roli: na jedné straně vedou hru a moderují vyhodnocení, na druhé straně přebírají roli zadavatele v obou reklamních agenturách.
Integrační tým	Účastníci, kteří mají ve druhé fázi hry rozpoznávat konflikty a v rámci jednotlivých oddělení navrhnout řešení. Za tímto účelem pozorují daná pododdělení a dokumentují možné konflikty a důsledky rozdílných pravidel chování. Může se ale jednat i o pozitivní pozorování, pokud jednotlivá pododdělení vyvinou takovou strategii, která již od počátku vyloučí vznik možných konfliktů. Tato role je volitelná a je vhodným účastníkům přidělena v rámci aktualizace role.
Scénář	Popis výchozí situace a zadání úkolu.
Profily rolí	Pokyny pro každého účastníka, ve kterém je popsána jeho role v simulační hře.
Formuláře pro návrhy	Formuláře pro návrhy na reklamní kampaň.
Skupiny	Oddělení reklamních agentur (plakát, film, internetová reklama), do kterých budou všichni účastníci rozděleni.
Citáty	Obsahy, které máte sdělit buď doslova, nebo vlastními slovy, jsme zvýraznili kurzívou a tučným písmem. Obsahy psané běžným písmem představují doporučení pro čtenáře.



1.6 Komunikace s učiteli

Aby se účastníci mohli dostatečně připravit, mělo by být přibližně dva týdny před realizací simulační hry projednáno s učiteli několik věcí. Především je důležité připomenout, že jedna třída má mít černé nebo bílé svršky, druhá pokud možno velmi barevné svršky. Díky odlišnému oblečení docílíme optického rozlišení obou firem.

Důležité: Účastníci by před zahájením hry neměli být informováni o tom, jaké cíle tato hra sleduje a jak probíhá. Místo toho by měli být účastníci vyzváni, aby byli otevřeni kreativnímu a napínavému zážitku ze hry.

Před začátkem akce je důležité popovídat si s učiteli o rozdělení rolí v simulační hře. Přitom bychom měli zdůraznit, že učitelé by měli v ideálním případě zaujímat roli pouhého pozorovatele. Forma učení prostřednictvím simulační hry je totiž velmi odlišná od běžné výuky a žáci se zde mohou realizovat zcela jinak. Pokud jsou však neustále přítomni učitelé, mají žáci tendenci zachovat si zažité vzorce chování. Ze hry by neměly plynout žádné známky ani jiné hodnocení žáků.

V případě, že je využit externí personál a pedagogičtí pracovníci tak nejsou aktivně zapojeny do realizace hry, mají možnost žáky lépe pozorovat a poznat je jako osobnost.

Jelikož jsou vedoucí hry vázáni časovým a obsahovým plánem hry, je však důležité, aby učitelé dodrželi svou povinnost dohlížet na žáky a převzali i další s tím spojené úkoly.

12

2 Hra - vysvětlení

2.1 Výchozí situace

Firma Appoint, fiktivní zadavatel s celosvětovou působností, chce spustit reklamní kampaň pro svou nejnovější aplikaci. Tato aplikace umí řešit domácí úkoly. Jednoduše zadáte domácí úkol nebo jej vyfotíte a o pár minut později máte řešení – ať z matematiky, angličtiny nebo biologie. Na to čekaly miliony žáků po celém světě. Proto musí být tento produkt uveden na trh co nejdříve. Nejprve je však nutné s touto aplikací seznámit mladé lidi prostřednictvím reklamní kampaně, která je osloví. Firma vypíše výběrové řízení na reklamní kampaň. Do něj se přihlásí dvě reklamní agentury – agentura Madnex a agentura Simplex, které mají velmi odlišnou podnikovou kulturu.

Účastníci zaujmou v této simulační hře role spolupracovníků obou reklamních agentur Madnex a Simplex. Pracují přitom v různých odděleních dané agentury. Styl práce obou agentur se však velmi liší (viz kapitola 7. Konflikty ve hře).

Pro snadnější vklouznutí do role a pochopení způsobu fungování hry se hraje ve dvou fázích. V první fázi jsou účastníci rozděleni do dvou skupin a zaujmají roli v jedné z těchto reklamních agentur.



Při realizaci hry s binacionálním zastoupením účastníků doporučujeme v první fázi hry rozdělit skupiny homogenně dle národní příslušnosti. To znamená, přidělit účastníky z jedné země do jedné reklamní agentury. V druhé fázi jsou obě skupiny propojeny a vzniknou binacionální oddělení. Problémy, které z toho plynou, ve spojení s konflikty, které jsou ve hře naprogramované a chtěné, jsou součástí vzdělávacího efektu, kterého se simulační hrou snažíme docílit.



Vedoucí hry zastávají během celé hry dvě role. Přebírají roli vedení podniku mediálního koncernu. Prostřednictvím této funkce řídí časový průběh a obsah hry. Díky průběžným prezentacím u tohoto mediálního koncernu (zadavatele), mají vliv na další průběh hry a práci účastníků. Mohou ale vystupovat také v roli vedoucích nebo trenérů simulační hry, aby vyřešili organizační záležitosti nebo poskytli svou pomoc. Pro účastníky je důležité, aby tyto dvě role mohli opticky rozlišit. Osvědčilo se např. připnutí či odložení jmenovky s logem firmy Appoint.

2.2 Úvod

Hra začíná vždy ve dvou oddělených skupinách (Madnex a Simplex).

Role jsou rozděleny pomocí jmenovek. Spolupracovníci společnosti Madnex si vedení firmy volí. U firmy Simplex roli ředitele společnosti přiděluje trenér simulační hry. Je však důležité, aby vybral účastníka, o kterém se domnívá, že je schopen tuto roli zvládnout (je možné se předem poradit např. s učitelem). Ředitel Simplexu si dále sám volí vedoucí jednotlivých oddělení. I zde platí, že se účastníci na převzetí této role musí cítit a musí být ochotni se jí zhostit.

Abychom se vyhnuli situacím, kdy si účastníci budou vybírat oblíbené role, není výměňování rolí v plánu.

Účastníci dostanou čas na přečtení profilů a přípravu.

Pro nastudování a nacvičení charakteristik obou firem je pro obě skupiny nejprve připraveno úvodní cvičení – bližší informace naleznete v kapitole 3. Průběh hry.



Při binacionálních a mezinárodních setkáních je pro mnoho účastníků obtížné zapamatovat si jména ostatních účastníků, obzvláště znějí-li „jinak“. Vhodným řešením je např. nepoužít smyšlená jména, která jsou pro simulační hru naplánována, a namísto toho rozdat jmenovky pouze s logem firmy a volným políčkem pro doplnění vlastního jména. To pomůže všem účastníkům během celé hry i celého setkání.



2.3 Fáze 1 (Výběrové řízení)

Obě agentury pracují nezávisle na sobě a vytváří své návrhy na reklamní kampaň. Vedení společnosti Appoint jako zadavatel očekává od uchazečů odevzdání následujících návrhů:

- název aplikace,
- logo aplikace,
- slogan, tzn. reklamní slogan k uvedení aplikace na trh.

Na tento úkol mají účastníci k dispozici ca 60 minut. Pracovní skupiny, které by neměly mít více než 4-5 účastníků (doporučení k počtu a velikosti skupin naleznete v kapitole 9.2), pracují na svých návrzích. Ty poté odevzdají příslušnému vedení společnosti.

Zadavateli může být odevzdán pouze jeden návrh! Pokud je k dispozici více návrhů (v případě existence více pracovních skupin), je potřeba rozhodnout, který z návrhů bude společnosti Appoint předložen.

U společnosti Simplex vybírá vítězný návrh ředitel. U firmy Madnex probíhá rozhodování na základě demokratického procesu. (Zde vznikají první konflikty na základě interní soutěže.)

Návrh má být společnosti Appoint (vedoucímu hry) odevzdán na příslušném formuláři (Appoint – formulář pro uchazeče).

Následuje přestávka. Návrhy nyní leží u společnosti Appoint (tzn. u vedoucího hry).

Spolupracovníkům obou firem je přitom dopřána pauza delší (např. polední přestávka), ředitelé obou firem mají přestávku krátkou, např. 10 minut a poté se opět sejdou se zadavatelem, popř. vedoucím hry. V této krátké přestávce se vedoucí hry podívají na předložené návrhy a rozhodnou, který návrh, popř. které elementy z předložených návrhů, dále využijí.



Osvědčilo se vybrat prvky z obou návrhů a integrovat je do reklamní kampaně. Je například možné zkombinovat jméno z jednoho návrhu se sloganem z návrhu druhého. Stejně tak může nové vedení společnosti dostat za úkol propojit obě loga a vytvořit tak logo nové. To má tu výhodu, že se spolupracovníci obou firem dokáží s výběrem ztotožnit, čímž se zvýší jejich motivace pro další spolupráci na reklamní kampani.

2.4 Fáze 2 (Fúze)

2.4.1 Instrukce pro vedení společnosti: ca 30 min

Zatímco mají spolupracovníci přestávku, vysvětlí vedoucí hry ředitelům a vedoucím jednotlivých oddělení myšlenku společné reklamní kampaně a propojení obou firem (fúzi). Vzniká tedy nové, společné vedení celé kampaně. Úkolem účastníků je zorganizovat se, projednat nastávající spolupráci a interně si rozdělit úkoly. Dále by si nové vedení společnosti mělo promyslet, jak rozdělit a přerozdělí své zaměstnance, aby vznikly smíšené týmy, schopné odvádět dobré pracovní výkony.



Vedení společnosti by během přestávky (např. přestávky na oběd) nemělo své zaměstnance o nových plánech informovat a mělo by si tyto informace nejdříve ponechat pro sebe.

2.4.2 Vysvětlení a organizace fúze: ca 30 min

Po přestávce následuje „oficiální“ fúze. Vedoucí hry, v roli zástupců zadavatelské společnosti Appoint, oznámí ve velkém plénu před všemi spolupracovníky obou ucházejících se společností, že návrhy obou agentur jsou velmi slibné, ale že se nedokázali rozhodnout pouze pro jeden z nich. Proto požádají obě agentury, aby pracovaly na reklamní kampani společně. Podmínkou udělení společné zakázky je, že obě agentury budou pracovat ve smíšených týmech.

Obě agentury tedy sestaví v jednotlivých odděleních pracovní týmy, ve kterých budou zastoupeni spolupracovníci z obou agentur / zemí.



Vedení společnosti je na tento úkol již připraveno a je schopno do určité míry jednat samostatně. Přesto je pro žáky organizace fúze často velmi obtížná. V tento okamžik potřebují dodatečnou podporu od vedoucích hry (ve funkci trenérů simulační hry). Především je nutné objasnit zamýšlené sestavení jednotlivých oddělení, ale také jednoznačně a srozumitelně formulovat úkoly pro jednotlivá oddělení a týmy.

Propojením pracovních týmů vzniknou tři společná oddělení. Každé oddělení již v každé agentuře samostatně funguje, existují tedy vždy dvě:

- oddělení plakát
- oddělení film
- oddělení internetové reklamy

15

Vedení společnosti se má sice zapojit do práce v jednotlivých odděleních, zároveň však musí podávat pravidelné zprávy zadavateli.

2.4.3 Spolupráce obou firem: ca 3 hodiny

Každé oddělení obdrží příslušnou aktualizaci a pracuje dle své specializace na vytvoření daného propagačního média: film, plakát nebo internetová reklama (domovská stránka).

Pro zvýšení konkurenčního charakteru je - v případě vyššího počtu účastníků - možné vytvořit v každém oddělení nová pododdělení, která vypracují dalších návrhy. V tomto případě musí firma ještě před závěrečnou prezentací interně rozhodnout, které návrhy mají největší šanci na úspěch. Za tímto účelem se sejde vedení společnosti a vybere nejlepší návrhy.

2.4.4 Průběžné prezentace: ca 1 hodina

Před zahájením kreativní práce jsou účastníkům jednotlivých týmů oznámeny pevně dané časy, kdy se mají dostavit na průběžnou prezentaci, aby zde představili stav své dosavadní práce.

Zadavatel (vedoucí hry) může prostřednictvím hodnocení dosavadní práce a doporučení k obsahovým náležitostem velmi dobře řídit průběh další spolupráce: pochvalou a oceněním podpořit pozitivní pocit z týmové práce, popř. dodatečnými úkoly a návrhem na změny zvýšit tlak na pracovní týmy.

Stanovte a zveřejněte přesný plán průběžných prezentací (např. na flipchart):

- přesný čas pro každý tým,
- maximální délka: 10 minut na tým (5 minut představuje tým svou dosavadní práci, 5 minut probíhá společné hodnocení a doporučení pro další práci).



Doporučení: týmy z oddělení film by měly přijít na průběžnou prezentaci jako první. Do té doby by měly mít hotový „story-book“, tzn. scénář či zamýšlený sled scének, který při prezentaci společně projednají. Díky tomu budou mít filmové týmy po průběžné prezentaci dostatek času na natáčení a technické zpracování videí.

Na kreativní práci mají účastníci ca 3 hodiny čas.

2.4.5 Integroční tým

Integrační tým (může se skládat z účastníků nebo vedoucích hry, v závislosti na počtu hráčů) má, kromě vlastní kreativní práce, za úkol navštěvovat během hry jednotlivá oddělení a pozorovat interakci mezi účastníky. Poznamenává si vzniklé konflikty a nápadné rozdíly v chování jednotlivých členů skupiny. Mohou to být ale i pozitivní postřehy, například pokud si jednotlivá oddělení díky šikovnému řízení komunikace velmi dobře rozumí. U otevřených konfliktů navrhuje možná řešení a dokumentuje svá pozorování. Integrační tým má vlastní profil, který obsahuje strategie pro možné řešení konfliktních situací. Pro snazší vyřešení konfliktu nemusí integrační tým u otevřených konfliktů čerpat pouze z navržených řešení.



Rozhodnutí nasadit do hry integrační tým závisí na cílové skupině a věku účastníků. Žáci jsou tímto úkolem často velmi přetížení a nedokáží si s touto úlohou adekvátně poradit. Při setkání žáků může úlohu integračního týmu převzít pedagogický personál, vedoucí nebo např. tlumočníci, kteří mohou konflikty moderovat.



Pedagogický personál má ve druhé fázi hry, tedy v kreativní fázi, jedinečnou příležitost zažít žáky v komunikativní a sociální interakci. Během simulační hry se účastníci stávají hlavními aktéry, pedagogický personál se stahuje do pozadí a zaujímá roli pozorovatele. V této fázi hry není v popředí zprostředkování vědomostí. Zadavatel zakázky poskytne žákům input a poté vše závisí na jejich motivaci a kreativě. První, co se žáci naučí, je nutnost přijímat a akceptovat rozhodnutí vedení společnosti při výběru návrhů, které mají být prezentovány zákazníkovi.



2.4.6 Presentace a závěr: ca 1 hodina

Hra končí tím, že jsou zadavateli (společnosti Appoint, tedy vedoucímu hry) prezentovány nejlepší návrhy z oddělení film, plakát a internetová reklama.

Závěrečná prezentace by měla být pojata ve slavnostním duchu. Firma Appoint pozve všechny zaměstnance obou reklamních agentur. Před tímto publikem prezentují jednotlivé týmy svou práci, představí výsledky a jednotlivé spolupracovníky z týmu.

Po prezentaci se zástupci společnosti Appoint odeberou ke krátké poradě. Vedoucí hry přitom diskutují o tom, zda má být určen vítěz a poražený a vybírají vítězné práce.

Poté slavnostně vyhlásí své rozhodnutí před publikem, vítězům pográtulují a věnují potlesk všem zúčastněným.



Pro dosažení pozitivního efektu u všech hráčů je možné nechat zvítězit více nebo všechny návrhy. Jako zadavatel můžete například rozhodnout, že jednotlivé návrhy využijete při různých marketingových aktivitách, např. v různých zemích. Tak získají uznání za vykonanou práci všichni zúčastnění.

Tuto variantu však doporučujeme pouze v případě, že odvedená práce je rovnocenná. V praxi se často ukázalo, že účastníci lépe přijmou, pokud je rozhodnuto o vítězi. Zapojili se do soutěže a chtějí, aby byla odpovídajícím způsobem vyhodnocena. Situace, kdy nakonec vyhraji všichni, může vést k iritaci a zklamání.

Ukončení simulační hry

Po závěrečné prezentaci ukončí vedoucí hry simulační hru. Vedoucí hry vyzve všechny účastníky, aby odebrali své jmenovky a zcela vědomě tak odložili své role. Sami vedoucí hry viditelně a zřetelně odloží jmenovky společnosti Appoint.



3. Průběh hry s komentáři

Příprava <i>(Doporučení: všechny časové údaje jsou pouze přibližné, přizpůsobte je svému časovému plánu!)</i>	Vedoucí hry (pedagogický doprovod) by nejdříve měli sestavit pracovní harmonogram (koncept akce), který bude obsahovat časovou osu a interní rozdělení úkolů. Mimoto by měli definovat pedagogické cíle. Pozorně si přečtěte tuto příručku a nastudujte informace o hře a potřebných materiálech. Přečtěte si také návrhy na vyhodnocení hry a přizpůsobte je Vaší cílové skupině a Vaší akci. Připravte si potřebné materiály. V přiloženém herním balíčku naleznete USB / CD s následujícími podklady. Před zahájením hry vytiskněte: • scénář → 1x pro každého účastníka, • profily rolí pro jednotlivá oddělení → 1x pro každého člena oddělení, • aktualizace: 1x pro každého člena oddělení, • kontrolní seznam pro reklamní návrhy → 1x pro každé pododdělení, • jmenovky pro všechny účastníky, vytisknout a připravit do oddělených krabiček/sáčků pro společnost Madnex a Simplex, • popř. jmenovky s volnými políčky na jména. Účastníci si pak budou moci vepsat jména vlastní (viz doporučení kapitola 2.2 Hra - vysvětlení / Úvod), • kontrolní seznam pro integrační tým 2x. Zkontrolujte technické vybavení (kamery, notebooky, projektor, promítací plátno, atd.) Účastníci by si s sebou měli přinést jeden tmavý svršek (nejlépe černý) a jeden světlý svršek (bílý nebo pestrobarevný) na každý den simulační hry. Předem rozhodněte, která skupina bude hrát jakou reklamní agenturu. Obě agentury mají odlišné profily rolí a tím i různý pracovní styl. Proto byste si oba profily měli při přípravě hry pečlivě pročíst. Kromě odlišného stylu práce dbejte také na hierarchii. Každá pracovní skupina společnosti Simplex má “vedoucího oddělení”. Toho určuje ředitel (po dohodě s vedoucím hry). Taková hierarchie u Madnexu neexistuje, v této agentuře zaujímají ředitelé roli moderátora, rozhodování však probíhá demokraticky.
--	---



Úvod do hry <i>trvání: ca 30 min</i>	Obě skupiny jsou do hry uvedeny odděleně. Rozdělte obě skupiny již na začátku do připravených oddělených místností. Po shromáždění účastníků sdělte (vlastními slovy) následující instrukce: <i>Toto je kreativní simulační hra, ve které budete moci ukázat své schopnosti v roli reklamních profesionálů.</i> Představte výchozí situaci – viz scénář. <i>Nyní každý z vás dostane přidělenou roli v jedné ze dvou reklamních agentur.</i> Rozdejte účastníkům jmenovky a následně příslušné profily jednotlivých rolí. <i>Pozorně si přečtěte scénář a svůj profil. V případě otázek se ptejte!</i> Zodpovězte případné otázky. Jakmile se účastníci rozdělí do skupin a přečtou si své profily, obejděte je, odpovězte na případné dotazy a vyjasněte všechny nejasnosti.
Procvičení kulturní identity <i>trvání: ca 20 min</i>	Abyste se lépe vžili do rolí, dostanete nejdříve následující úkol: <i>Vaše firma brzy oslaví výročí a Vy máte naplánovat výlet. Rozmyslete si, co byste mohli podniknout. Důležité je, abyste se přitom drželi pokynů ve Vašich profilech a dodržovali zásady Vaší podnikové kultury.</i> Vedení společnosti obchází jednotlivé skupiny a dbá na to, aby se všichni chovali tak, jak je to popsáno v profilu společnosti. To samozřejmě platí i pro vedení samotné! Na závěr se všechny pracovní skupiny sejdou a společně prodiskutují své nápady. Dbejte přitom na dodržování způsobu vyjadřování a chování dle profilu! Konkrétně to znamená: U firmy Simplex zpracují zaměstnanci své návrhy, ředitel společnosti moderuje a na závěr rozhodne o vítězném návrhu. Spolupracovníci si vykaží a oslovují se příjmením! Ve firmě Madnex si všichni tykají, oslovují se jménem a společně a demokraticky rozhodnou o aktivitě, která se má k výročí společnosti realizovat.
Fáze 1 <i>trvání: ca 60 min</i>	<i>Nyní máte hodinu čas, abyste pro novou aplikaci navrhli název, logo a reklamní slogan.</i> Každé oddělení společnosti má vytvořit vlastní návrh. V každé firmě tak vznikne několik interních návrhů. Označení jednotlivých oddělení („plakát“, „film“, „internet“) není v tuto chvíli relevantní. Všechna oddělení mají nyní stejný úkol.



	<i>Za hodinu odevzdejte vedení společnosti formuláře se svými návrhy.</i> Následuje rozhodování o tom, který z návrhů bude odevzdán zadavateli. Rozhodování je interní záležitostí společnosti a způsob výběru závisí na dané podnikové kultuře. Místnosti, ve kterých společnost sídlí, by měly být připraveny a vybaveny dle podnikové kultury agentur. Konkrétně to znamená: Firma Simplex: • strukturované prostředí (stoly a židle pečlivě uspořádané) • černé tužky, fixy (tlusté i tenké), pravítka, rýsovací trojúhelníky, barevné tužky v pastelových barvách Firma Madnex: • kreativní, barevné prostředí (pohovka, barevné obrazy atd.) • barevné tužky, fixy, pastelky, popisovače Technické vybavení v této fázi nepotřebujete. Nezbytné jsou však materiály ke grafickému zpracování, firma Simplex navíc potřebuje pravítka atd.
Konec fáze 1 - výběr návrhů	Za hodinu musí všechny skupiny odevzdat své návrhy u vedení společnosti. Z předložených návrhů vybere vedení společnosti ten nejlepší, který bude následně předložen zadavateli (spol. Appoint). Protože ve společnosti Madnex neexistuje pevná hierarchie a upřednostňuje týmovou práci, je nejlepší návrh vybrán demokratickým hlasováním. U společnosti Simplex je za rozhodnutí zodpovědný ředitel a má jej zcela ve své kompetenci. Tím končí fáze 1.
Přestávka	Před začátkem druhé fáze je nutné připravit potřebnou techniku a rozmístit ji do místností. Kromě toho musíte rozhodnout, jaká skupina bude v této fázi v jaké místnosti. Připravte oba návrhy, které byly předloženy agenturami Madnex a Simplex. Jako vedoucí hry (popř. jako zadavatel) promyslete, které elementy se Vám u předložených návrhů líbí, a rozhodněte, jak bude koncipována zakázka, kterou udělíte vedení společnosti.



Informace pro vedení společnosti před zahájením druhé fáze <i>trvání: ca 30 min</i>	Zatímco mají zaměstnanci pauzu, setká se zadavatel s vedením obou společností a vysvětlí jim myšlenku společné reklamní kampaně. Účastníci přitom obdrží následující sdělení: <i>Protože se my, zadavatelé zakázky, mezi předloženými návrhy nemůžeme rozhodnout, přejeme si, aby reklamní kampaň realizovaly obě reklamní agentury společně.</i> Poté následuje hodnocení obou předložených návrhů a jsou stanoveny prvky, se kterými se bude dále pracovat, popř. je vedení společnosti pověřeno vytvořit propojením obou návrhů jedno společné logo. <i>Vy, jakožto vedení obou společností, představujete nyní jedno společné vedení! Domluvte se, jak budete spolupracovat, rozdělte si interní úkoly!</i> <i>Promyslete si, jak rozdělíte Vaše spolupracovníky tak, aby vznikly smíšené týmy, schopné odvádět dobré pracovní výkony.</i> <i>Společné logo, které je popř. ještě nutno upravit, vybrané jméno a reklamní slogan dejte k dispozici všem pracovním týmům.</i> Vedení společnosti by své spolupracovníky během přestávky o nových plánech informovat nemělo. Mělo by tyto informace prozatím udržet v tajnosti.
Začátek fáze 2 <i>trvání: ca 10 min</i>	Druhá fáze začíná po přestávce. Vedoucí hry, v roli zadavatele, oznámí ve velkém plénu před všemi spolupracovníky obou firem (vlastními slovy): Zadavatel si prohlédl předložené návrhy. Ukažte oba vítězné návrhy od společnosti Madnex a Simplex (návrh loga, jména a sloganu) a umístěte je na viditelné místo. Vysvětlíte, jaké prvky z obou návrhů chcete dále použít v reklamní kampani. <i>Zadavateli se návrhy obou agentur líbí, vypadají velmi nadějně. Bohužel se nemůže rozhodnout pouze pro jeden z nich.</i> <i>Z tohoto důvodu chce pověřit obě reklamní agentury, aby vytvořili reklamní kampaň společně. Podmínkou zadavatele je, aby v obou agenturách pracovali spolupracovníci ve smíšených odděleních.</i> <i>Prosím dbejte na to, aby byl při spolupráci dodržován určený styl práce.</i>



Fáze 2 Spojení agentur <i>trvání: ca 20 min</i>	Nyní utvořte společné týmy tvořené zaměstnanci obou agentur. Společná agentura má následující oddělení: • oddělení plakát • oddělení film • oddělení internetové reklamy dále: • vedení společnosti • volitelně: integrační tý Každé oddělení se bude dále skládat – v závislosti na velikosti skupiny – z několika pododdělení. Nové vedení společnosti se má na tento úkol připravit během přestávky, ve většině případů však bude potřebovat výraznou podporu od vedoucího hry. Pokyny pro rozdělení a velikost skupin naleznete v kapitole 9.3 Velikost skupin pro fázi 2 - společná firma se spolupracovníky z Madnexu a Simplexu. Integrační tým je zprostředkovatelem u možných konfliktů. Zřízení integračního týmu je volitelné. Tým by se měl skládat z několika účastníků, kteří se na tuto roli obzvláště hodí. Poradte se o tom s učiteli. Pro integrační manažery jsme připravili zvláštní pokyny v jejich profilech.
Aktualizace rolí pro fázi 2 <i>trvání: ca 30 min</i>	Rozdejte aktualizace rolí, které doplňují pokyny z první fáze. <i>Nyní dostanete aktualizace Vašich profilů s novými úkoly.</i> <i>Vedoucí hry vystupují zároveň v roli zadavatele a mohou tak během hry vyjádřit další přání či požadavky.</i> <i>Oznamte, která oddělení budou pracovat v které místnosti. Dejte účastníkům dostatek času na pročtení aktualizací profilů. Obejděte skupiny a zodpovězte případné otázky.</i>
Fáze 2 Kreativní práce <i>trvání: ca 180 min</i>	Kreativní fáze Vytváření návrhů a realizace reklamní kampaně v různých týmech a odděleních. Průběžná prezentace Naplánujte (pokud možno v oddělené místnosti) průběžné prezentace. Jednotlivé týmy by měly zadavateli představit aktuální stav své dosavadní práce. Vedoucí hry (v roli zadavatele) má tak možnost řídit účastníky a jejich další práci tím, že je podpoří, vyvine na ně tlak nebo sníží jejich nadměrné zatížení.

	Pro průběžné prezentace by měl být na začátku kreativní fáze pro všechny týmy stanoven a oznámen jasný organizační průběh (např. na flipchart): • stanovený čas pro každý tým, • max. délka: 10 min na tým (5 min představuje tým svou práci, 5 min zbývá na společné hodnocení a pokyny pro další práci).  Doporučení: týmy z oddělení filmu by měly přijít na průběžnou prezentaci jako první. Do té doby by měly mít hotový „story-book“, tzn. scénář - zamýšlený sled scének, který při prezentaci společně projednají. Díky tomu budou mít filmové týmy po průběžné prezentaci dostatek času na natáčení a technické zpracování
Úkoly během hry	Během hry máte následující úkoly: Role Dbejte na to, aby účastníci zůstali ve svých rolích a pokud možno dodržovali přidělené kulturní zvláštnosti svých rolí. Je ale také důležité, najít si k sobě cestu a uzavírat kompromisy pro vzájemnou spolupráci. Proto je nezbytné, aby se účastníci o svých kulturních zvláštnostech navzájem informovali a částečně se od nich vědomě odchýlili tak, aby byli schopni vzájemně spolupracovat. Dynamika Sledujte důkladně dynamiku hry a promyslete si, zda a popř. kdy do průběhu hry zařadíte nové pokyny od zadavatele. Tyto úkoly zadává zadavatel výhradně vedení společnosti. Dbejte na to, abyste s účastníky komunikovali pouze prostřednictvím vedoucích společnosti. Možnosti zvýšení dynamiky: 1. „Firemní oslava“ – posiluje skupinovou identitu a osvěžuje „kulturní zvláštnosti“, vedení společnosti opět rozdělí týmy a vedoucí hry jim připomene jejich skupinovou identitu; 2. Průběžné prezentace – jednotlivá pododdělení jsou vyzvána k průběžné prezentaci, při které mají představit, jak daleko jsou se svými reklamními návrhy; 3. Vytvoření vícejazyčných (nebo anglických) plakátů / letáček – zvyšuje tlak na výkon jednotlivých skupin;

4. Vytvoření vícejazyčných (nebo anglických) televizních spotů zvyšuje tlak na výkon jednotlivých skupin;
5. Průzkum trhu – v rané fázi vývoje reklamní kampaně vyplývá z fiktivního průzkumu trhu, že navrhované logo nemá úspěch a všechny s ním spojené návrhy nejsou použitelné, skupiny musí vytvořit nové návrhy;
6. Rozšíření úlohy pro oddělení plakát: Zadavatel rozhodl, že kromě plakátu má vzniknout ještě reklamní leták či výstřední reklamní předmět, např. reklamní kostka;
7. Rozšíření úlohy pro oddělení internetová reklama: Zadavatel rozhodl, že k internetové stránce musí vzniknout také internetový reklamní banner.

Integrační tým

Integrační tým navštěvuje jednotlivá oddělení a pozoruje interakce mezi účastníky. Poznamenává si vzniklé konflikty, ale i nápadné chování jednotlivých členů skupiny. V případě otevřených konfliktů může nabídnout vlastní řešení a nemusí se přitom držet předepsaných vzorců chování.

Pozorujte vývoj v rámci skupin a mezi skupinami. V případě potřeby zasáhněte, např. pokud jsou účastníci agresivní nebo urážejí-li ostatní, pokud je skupina příliš hlasitá nebo se chová hloupě nebo pokud účastníci neberou hru vážně. Přitom ale mějte na paměti, že konflikty mezi jednotlivými skupinami jsou při hře žádoucí, pokud zůstávají v rozumných mezích. Dbejte na to, aby všichni zůstali ve hře. Individuálně oslovte účastníky a snažte se zjistit, co je důvodem jejich pasivity či rušivého chování.



Může být problematické rozeznat záměrné, plánované konflikty a možné rozbroje mezi spoluhráči či v některých případech dokonce přetížení účastníků zadanými úkoly.



Role integračního týmu může žáky přetěžovat a doporučujeme ji spíše pro starší ročníky - 14/15 let. V případě, že ve hře nebude zapojen integrační tým složený z účastníků, je žádoucí účast vedoucího hry ve spolupráci s pedagogickým doprovodem (učitelem).

Narušitelé

Identifikujte „narušitele“, kteří díky své nechuti vyčnívají a ovlivňují tak spolupráci v rámci celé skupiny. Zadejte jim speciální úkoly s ohledem na jejich přednosti.



	Časový rozvrh Dbejte na dodržování časového plánu. Za pomoci událostí (viz možnosti zvýšení dynamiky) stanovte termíny a udržujte časový tlak ve skupině. Dodržujte plán a připomeňte účastníkům, že musí dokumentovat všechny relevantní aspekty hry potřebné pro její vyhodnocení.
Odevzdání výsledků z fáze 2 <i>trvání: ca 30 min</i>	Po 3 hodinách účastníci odevzdají hotové produkty (video, plakát, internetové stránky) zástupcům společnosti Appoint (vedoucímu hry). Ti si je u sebe ponechají do závěrečné prezentace.
Prezentace <i>trvání: ca 60 min</i>	Prezentace pracovních výsledků by měla probíhat v přiměřeném (slavnostním) rámci. Ostatní účastníci tvoří publikum. Jsou prezentovány a komentovány výsledky všech týmů, představí se také jednotliví členové týmu. Zadavatel (vedoucí hry) učiní své závěrečné rozhodnutí o vítězném návrhu. Vítězi pográtuluje a publikum mu věnuje aplaus.
Ukončení simulační hry	Po prezentaci ukončí vedoucí hry simulační hru. Vyzve účastníky, aby sejmuli jmenovky a zcela vědomě tak odložili své role. Demonstrativně tak učiní i vedoucí hry.
Vyhodnocení simulační hry <i>trvání: různé</i> <i>(min. 90 min)</i>	Více k tomuto bodu v kapitole 8. Vyhodnocení



4. Příklad průběhu hry s časovými údaji

Den 1	
09.00 – 09.30	Warm-up
09.30 – 10.00	Úvod, rozdělení rolí
10.00 – 10.30	Úvodní cvičení
10.30 – 10.45	Přestávka
10.45 – 12.00	Kreativní fáze 1
12.00 – 13.30	Přestávka na oběd
13.30 – 14.30	Aktualizace a fúze
14.30 – 17.30	Kreativní fáze 2
Den 2	
10.00 – 10.30	Závěrečná prezentace pracovních výsledků (6 prezentací)
10.30 – 11.30	Přestávka
11.30 - 11.45	Vyhodnocení - krok 1
11.45 – 12:30	Přestávka
12.30 – 14.00	Další metody vyhodnocení - krok 1
14.00 – 15.30	Přestávka na oběd
16.00 – 16.30	Vyhodnocení - krok 2 (2 metody)
16.30 – 18.00	Přestávka
	Vyhodnocení - krok 3 (1-2 metody)



5. Technika a materiál ve fázi 2

V druhé fázi budete potřebovat technické vybavení a materiál, které byste si měli předem připravit.

Oddělení plakát

- papír na flipchart, papír formátu A3 a A4
- nůžky
- tlusté fixy, černé a barevné (např. značky Eddings)
- pastelové křídly, popř. vodové barvy
- lepidla
- barevný papír, barevné moderační karty

Oddělení film

- Kamery a mikrofony (ujistěte se, zda jsou nabitě baterky a zda máte všechny potřebné kabely), smartphony (chytré telefony) účastníků
- notebooky a odpovídající software (program na stříhání a přehrávání videí)
- technika na přehrávání a ukládání dat (kabely, paměťové karty SD atd.)
- barevné moderační karty

27

Oddělení internetové reklamy

- papír na flipchart, papír formátu A3 a A4 (pokud možno i barevný)
- tlusté fixy, černé a barevné (např. značky Eddings)
- pastelové křídly, popř. vodové barvy
- lepidla
- barevný papír, barevné moderační karty

Pro inspiraci, jak má vypadat internetová stránka, můžete pro účastníky pár příkladů vytisknout a přinést s sebou!



6. Výukové cíle a konflikty

6.1 Výukové cíle

Simulační hra sleduje následující výukové cíle:

- pochopení pojmu demokracie a tolerance,
- respekt vůči jinak smýšlejícím / cizím osobám,
- odbourávání strachu, klíše a předsudků,
- rozvoj interkulturní, komunikativní a sociální kompetence.

V simulační hře se jedná především o vytvoření reklamní kampaně.

Pro dosažení dobrých výsledků se přitom účastníci často ocitají v situaci, ve které musí spolupracovat s kolegy z jiného kulturního okruhu, popř. se zcela odlišnou podnikovou kulturou i pracovním stylem. Přitom je nutné překonat jazykové a kulturní bariéry.

Tímto způsobem se účastníci formou hry seznámí se situacemi, se kterými se budou setkávat i v budoucnu při přechodu ze všeobecného vzdělávání na vzdělání vysokoškolské nebo profesní. Dokonce i v malých podnicích jsou dnes zaměstnáváni spolupracovníci pocházející z jiných zemí. Stávající, obecně známý nedostatek kvalifikovaných pracovních sil v mnoha hospodářských oblastech bude tuto situaci dále prohlubovat. Proto je právě u osob začínajících s výkonem profese (resp. učňů) důležité, aby se s touto situací již předem blíže seznámili.

- Jak se účastníci s tímto úkolem vyrovnávají?
- K jakým konfliktům dochází?
- Jak ke konfliktům přistupují?
- Jsou konflikty tematizovány?
- Kdo se umí prosadit a proč? Jaké prostředky k tomu využívá?

Některé detaily hry jsou záměrně fiktivní. Také složení kulturních vlastností obou agentur vzniklo spíše náhodně, abychom se vyhnuli stereotypům. Zároveň jsou jednotlivé vlastnosti přiděleny cíleně tak, aby vedly ke konfliktům mezi zaměstnanci obou agentur.

Záměrně jsme naplánovali tým urovnávající spory – integrační tým. Tento tým může na základě přiloženého kontrolního seznamu (viz příloha) pozorovat, jak se účastníci vypořádávají se vzniklými konflikty. Především by však měl přispět k jejich klidnému řešení.

Důležité: Simulační hra funguje pouze tehdy, když všichni zúčastnění dodržují pravidla a zcela se vžijí do přidělených rolí. Profily rolí si proto musí pozorně pročíst, vžít se do nich a dodržovat je po celou dobu hry.



6.2 Konflikty ve hře

Následující konflikty jsou do hry zařazeny v rámci jednotlivých profilů rolí pro zaměstnance.

Ve firmě Simplex vládne přísná hierarchie: má jednoho ředitele, který sám rozhoduje o většině důležitých otázek, ale i vedoucí jednotlivých oddělení, kteří dbají na dodržování časového plánu a plnění úkolů příslušného oddělení. Oproti tomu je agentura Madnex zaměřena na týmovou spolupráci bez výrazné hierarchie. Vnímejte Simplex jako „disciplinované mistry reklamní branže“ a Madnex jako „kreativní tvořílky“.

Simplex se domnívá, že je elitou reklamní branže, která boduje tvrdou, disciplinovanou prací a jasnými, jednoduchými layouty. Oproti tomu se Madnex považuje za rozmanitý, hlasitý a kreativní tým, který si pohrává s barvami a formami.

Simplex má tím pádem větší nároky na role svých zaměstnanců, které musíte Vy jako vedoucí hry v rámci pokynů dostatečně zdůraznit. Ujasněte jim, že dosáhnout lepšího výsledku a úspěchu mohou jen díky disciplíně, vysokému soustředění a schopnosti prosadit se.

Zaměstnanci agentury Madnex jsou ujištěni, že to oni jsou ti „pohodovější“, kteří si nemusí nechat přikazovat od hierarchicky smýšlejících „šéfů“.

Ve hře existují níže uvedené rozdíly. Ty by měly být ve všech fázích hry chápány jako základ podnikové kultury. V průběhu hry je však samozřejmě smysluplné - a také nezbytně nutné - se od těchto stereotypů někdy odchýlit. Jen tak je možné konstruktivně spolupracovat a dělat kompromisy.

Simplex	Madnex
všichni zaměstnanci mají tmavé, nejlépe černé svršky (košile nebo trička)	všichni zaměstnanci mají světlé, nejlépe pestré nebo bílé svršky (košile nebo trička)
přestávky jsou pevně dané	přestávky se dělají podle potřeby
pracovní procesy mají jasnou hierarchii	týmy se stále mění, hierarchie není dána
ve firmě se pouze vyká	ve firmě se pouze tyká
rozhodnutí činí vždy šéf	rozhoduje se v týmu
za dobré nápady obdrží zaměstnanci odměny a extra body – přiděluje je ředitel	za úspěch jsou odměněni všichni zaměstnanci, např. pozváním na jídlo nebo kolektivními výhodami, extra přestávkami nebo pohodlným gaučem v kanceláři
všichni mají pevná pracovní místa, na která se vždy vracejí	zaměstnanci si sedají, kam chtějí, dle toho, co je třeba právě udělat nebo vyřešit
černobílá kombinace vede, hlavně ne pestré barvy	používejte JEN pestré barvy, černobílá kombinace jsou zakázané
při kresbách vynikají ostré úhly a jasné linie	kreslí se volně, bez pravítka, rovné linie vzniknou jen v případě nutnosti



7. Vyhodnocení

Protože pedagogické vzdělávací cíle jsou do hry zabudovány spíše podprahově a záměrně stojí v pozadí, představuje právě vyhodnocení centrální prvek celého vzdělávacího efektu. Hra využívá „interkulturní“ konflikty a pravděpodobně vzbudí spoustu emocí. Důkladné zpracování a přenesení zážitků ze hry do reality je proto velice důležité a tvoří nedílnou součást celého konceptu. Doporučujeme provést vyhodnocení v následujících třech krocích:

- **krok 1: emoční úroveň individuální zkušenosti a analýza interakce ve hře**
- **krok 2: přenesení do kontextu a uplatnění v reálném životě**
- **krok 3: od zkušenosti k praxi**

7.1 Vyhodnocení – krok 1: Emoční úroveň individuální zkušenosti a analýza interakce ve hře

7.1.1 Otevřené rozhovory

Pro zjištění, s jakými emocemi se účastníci během hry potýkali, je požádejte, aby se spontánně vyjádřili k průběhu hry, svým osobním zkušenostem a pocitům během hry.

Možné otázky pro vyhodnocení ve skupině:

- **Jaké to bylo? Jak jste se při hře cítili?**
- **Zvládli jste vše, co jste si naplánovali?**
- **Bavilo vás to?**
- **Jak jste vnímali spolupráci s kolegy z druhé agentury?**
- **Na jaké pozitivní okamžiky si vzpomínáte?**
- **K jakým konfliktům během hry došlo?**
- **Napadá vás, proč tyto konflikty vznikly?**
- **Jak jste s těmito konflikty naložili?**
- **Kdy jste zjistili, že jsou kolegové z té druhé agentury „jiní“?**
- **Jakým způsobem jste se rozhodovali?**
- **Pomohl vám integrační tým?**



Při práci se školními třídami nejsou otevřené rozhovory z důvodu vysokého počtu účastníků efektivní. Proto bychom měly využít metody jiné, např.:

- **bleskové dotazování**
- **vyjádření účastníků na moderační kartičky, které se poté vyberou**
- **tematické roztrídění jednotlivých názorů a jejich diskuze v menších skupinách**





7.1.2 Alternativa: barometr nálady

Alternativně je možné zjistit emoce pomocí barometru nálady. Přitom hru rozdělíme do jednotlivých fází, např.:

- **očekávání před hrou,**
- **kreativní fáze 1,**
- **fúze,**
- **kreativní fáze 2,**
- **(průběžná prezentace),**
- **závěrečná prezentace.**

Vedoucí hry připomene účastníkům jednotlivé fáze hry a nechá je zaznamenat atmosféru např. pomocí lepicích bodů do diagramu. Vznikne křivka znázorňující náladu. Účastníci mají příležitost vyjádřit se k zajímavým momentům.

7.1.3 Alternativa: obrazné znázornění

Znázorněte, jak jste spolupracovali s ostatními ve skupině (pracovním týmu).

Po prvním vyhodnocení v celé skupině mají účastníci v menších skupinkách zkusit obrazné znázornit spolupráci s druhou kulturou. Malování, popř. kreslení je skvělým prostředkem komunikace v případě rozdílných jazyků. Obrázky mohou pomoci při výměně názorů mezi oběma skupinami. Každá skupina by měla určit zástupce, který obrázek popř. ilustraci představí.

V každém případě byste měli příspěvky účastníků – včetně pocitů a emocí – zaznamenat na flipchart. Možná témata, která mohou vyplynout, jsou:

- **individuální reakce,**
- **stereotypy,**
- **procesy přizpůsobení se kultuře,**
- **tendence k „vlastenectví“ při setkání s jinou skupinou,**
- **chování při hádkách a konfliktech,**
- **ochota k vedení dialogu.**



7.1.4 Alternativa: cvičení k emocím zažitým během hry

Při tomto cvičení pro skupinovou emoční dynamiku dostanou všichni účastníci dvě karty, na které napíší, jaké pocity během hry zažili (na každou kartu jeden). Jednu kartu si schovají a druhou představí ve skupině. Jedna karta tedy zůstává anonymní. To musí být předem zmíněno a bezpodmínečně dodrženo! Anonymní karty jsou vybrány a náhodně rozloženy na zem. Při společném prohlížení karet mohou popsané pocity komentovat všichni. Samozřejmě nezakazujeme, aby se účastníci přiznali ke svým vlastním pocitům, nesmíme je však nutit.

Můžete se například zeptat: „Kdo se ve hře cítil _____?“ Všichni, kdo se tak cítili, si stoupnou nebo se přihlásí. Popřípadě se můžete zeptat na další pocity.

7.2 Vyhodnocení - krok 2: Přenesení do kontextu a reálného života

V tomto kroku dojde k přenesení zážitků z abstraktní hry do reality jak účastníků samotných, tak reality společenské. Přitom se nabízí možnost upozornit účastníky na možné paralely mezi hrou a realitou, např. pomocí rozdílných kultur ve hře a v realitě.

Možné otázky pro vyhodnocení ve skupině jsou:

- co v této simulační hře jde? Jaké má spojení s realitou?
- Jaké máte ze svého života zkušenosti s konflikty s jinými kulturami?
- Jak jste tyto konflikty zvládli?
- Máte strach z cizinců? Pokud ano, proč?
- Jaká pravidla můžeme nastavit pro soužití různých kultur?

Metoda mostu: přenesení do reality

Účastníci jsou rozděleni do malých skupinek. Nejprve shromažďují situace z vlastního života připomínající jim situace zažité ve hře. Následně situace rozdělí do tematických celků, zaznamenané zážitky představí a nakonec je prodiskutují v rámci skupiny. Jelikož v tomto okamžiku již účastníci ve hře zažili několik příkladů, které lze aplikovat i v reálném životě, mohou se zaměřit především na takové příklady, kterým dosud nebyla věnována žádná resp. jen malá pozornost.



7.3 Vyhodnocení – krok 3: Od zkušenosti k praxi

U posledního kroku jde o to, vyvinout konkrétní návrhy k jednání s ohledem na nadřazené cíle simulační hry. Upozornění: Tato fáze by neměla být spojována s případnou kritikou hry jako takové.

Možné otázky k vyhodnocení v plénu:

- **Jak můžeme podpořit respekt a toleranci vůči jiným kulturám?**
- **Jak můžeme překonat klišé a strach z cizinců?**
- **Proč neustále dochází k násilí proti jiným kulturám? Co proti tomu můžeme udělat ve škole / sportovním klubu / v rodině?**



V praxi často není možné od sebe oddělit jednotlivé kroky vyhodnocení. Účastníci přeskakují z jednoho kroku na druhý. Vedoucí hry se sice může nenápadně pokusit vytvořit určitou strukturu, doporučujeme však „tok“ vyhodnocení, jednotlivé komentáře a výpovědi účastníků, nepřerušovat. Pouze zapojení vlastních emocí do tématu umožní účastníkům poučit se a přenést nabyté zkušenosti do reality.



Rozsah, obsah a metody vyhodnocení musí být vždy přizpůsobeny příslušné cílové skupině. Na tomto místě je vyžadována empatie a schopnost vcítit se do skupiny. Účastníci se musí ve vyhodnocení najít, měli by cítit, že je jim nasloucháno a nesmí být přetíženi. Nadměrné zatížení, ať již obsahem tématu nebo časovým rozsahem, vede k odmítavému postoji a brání získat učební zkušenosti.

8. Aktéři

Simulační hra je koncipována pro 20 až 60 účastníků. Ve hře vystupují následující skupiny:

- **vedení společnosti,**
- **oddělení plakát,**
- **oddělení film,**
- **oddělení internetová reklama,**
- **integrační tým – od druhé fáze.**



8.1 Velikost skupin

Žádná skupina by neměla být ani příliš velká ani příliš malá. Doporučujeme dodržet velikost skupin o počtu 3 až 5 spolupracovníků.

V následujících příkladech jsou znázorněny možnosti rozdělení účastníků do různých skupin a přidělení odpovídajících rolí. Jednotlivé počty berte pouze jako návrhy. S cílem dosáhnout lepší skupinové dynamiky se můžete samozřejmě rozhodnout vytvořit více menších nebo méně větších skupin. V každém případě byste měli brát v úvahu, že více skupin v rámci jednoho oddělení podporuje vzájemnou soutěživost.

Tabulka č. 1

	vedení společ nosti	oddělení plakát			oddělení film			oddělení internetov á reklama		
	Madne x	skupiny			skupiny			skupiny		
		P 1	P 2	P 3	F 1	F 2	F 3	I1	I2	I3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
27	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2
26	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2
25	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2
24	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2
23	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2
22	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
...										
16	3	3	2		2	2		2	2	
15	2	2	2		2	2		2	2	

	vedení společ nosti	oddělení plakát			oddělení film			oddělení internetov á reklama		
	Simple x	skupiny			skupiny			skupiny		
		P 1	P 2	P 3	F 1	F 2	F 3	I1	I2	I3
30	1 (3)	4	3	3	3	4	3	3	3	3
29	1 (3)	4	3	3	3	3	3	3	3	3
28	1 (3)	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	1 (3)	3	3	3	3	3	3	3	3	2
26	1 (3)	3	3	3	3	3	3	3	2	2
25	1 (3)	3	3	2	3	3	3	3	2	2
24	1 (3)	3	2	2	3	2	3	3	3	2
23	1 (3)	3	2	2	2	2	2	3	3	3
22	1 (3)	3	2	2	3	2	3	2	2	2
...										
16	1 (3)	3	2		3	3		2	2	
15	1 (3)	3	2		2	3		2	2	

2.5 Velikost skupin ve fázi 2 – po sloučení agentur Madnex a Simplex

Ve fázi 2 se sloučí jednotlivá oddělení z obou firem. V ideálním případě vznikne nové oddělení, ve kterém budou ve stejném počtu zastoupeni jak zaměstnanci z agentury Madnex, tak zaměstnanci z agentury Simplex. Rozmyslete si již o přestávce, jak skupiny rozdělíte.

Tabulka č. 2

počet účastníků z agentury Madnex a agentury Simplex celkem		vedení společnosti	vedoucí oddělení (jsou součástí oddělení, nepočítají se dodatečně)	oddělení plakát			oddělení film			oddělení internetová reklama		
				skupiny			skupiny			skupiny		
				P1	P2	P3	F1	F2	F3	I1	I2	I3
30	Madnex	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	Simplex	1	(3)	4	4	3	3	3	3	3	3	3
60		4		7	7	6	6	6	6	6	6	6
29	Madnex	3		3	3	2	3	3	3	3	3	3
29	Simplex	1	(3)	4	3	3	3	3	3	3	3	3
58		4		7	6	5	6	6	6	6	6	6
28	Madnex	3		3	3	3	3	3	2	3	3	2
28	Simplex	1	(3)	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56		4		6	6	6	6	6	5	6	6	5
27	Madnex	3		3	3	2	3	3	2	3	3	2
27	Simplex	1	(3)	3	3	3	3	3	3	3	3	2
54		4		6	6	5	6	6	5	6	6	4
26	Madnex	3		3	2	2	3	2	3	3	3	2
26	Simplex	1	(3)	3	2	3	3	3	2	3	3	3
52		4		6	4	5	6	5	5	6	6	5

Ne vždy je ale zamýšlená rovnováha realizovatelná, zvláště dorazí-li třídy s rozdílným počtem žáků. V takovém případě dbejte prosím na to, aby v každé skupině spolupracovali minimálně dva zaměstnanci jedné firmy (žáci jedné třídy). To je důležité hlavně proto, aby nedošlo k znevýhodnění jediného (osamoceného) zaměstnance v rámci skupiny. Následující tabulka č. 3 ukazuje příklady pro třídy s rozdílným počtem žáků, kdy je zapotřebí upravit velikost skupin.



Tabulka č. 3

počet účastníků z agentury Madnex a agentury Simplex celkem		vedení společnosti	vedoucí oddělení (jsou součástí oddělení, nepočítají se dodatečně)	oddělení plakát			oddělení film			oddělení internetová reklama		
				skupiny			skupiny			skupiny		
				P1	P2	P3	F1	F2	F3	I1	I2	I3
22	Madnex	3		3	2	2	2	2	2	2	2	2
30	Simplex	1	(3)	4	3	3	3	4	3	3	3	3
52		4		7	5	5	5	6	5	5	5	5
29	Madnex	3		3	3	2	3	3	3	3	3	3
23	Simplex	1	(3)	3	2	2	2	2	2	3	3	3
52		4		6	5	4	5	5	5	6	6	6
15	Madnex	3		2	2	2	2	2		2		
28	Simplex	1	(3)	4	4	4	5	5		5		
43		4		6	6	6	7	7		7		



9. Možnosti financování projektu z dotačních programů

Nezávisle na tom, zda hru realizujete s mezinárodním partnerem nebo bez něj: Mnoho rodin nemá dostatečné finanční prostředky na uhrazení rodičovských příspěvků na akce a školní výlety.

Proto jsme se společně s partnery projektu vždy snažili o to, aby se našich akcí mohli zúčastnit všichni žáci. A i my jsme si museli položit otázku „Kdo to zaplatí?“. Mezitím známe některé – ale zcela jistě ne všechny – dotační programy. Obzvláště v oblasti příhraniční spolupráce existují možnosti financování z dotací, které jsme i my v posledních třech letech čerpali. Nejdůležitější informace bychom Vám rádi v krátkosti představili. Zcela jistě některý z těchto programů znáte, možná Vám však poskytneme nové impulzy.

Vzhledem k tomu, že se obsah i sazba jednotlivých dotací může neustále měnit, omezíme se na nejdůležitější informace a přehled kontaktních údajů.

Před vyplněním podkladů pro žádost o dotaci je vhodné nejdříve kontaktovat příslušnou kancelář a vyřešit otázky týkající se dalšího postupu. Především zjistit, zda je na Vaše plánované aktivity k dispozici dostatek finančních prostředků. Všechny programy mají fixní termíny pro odevzdání žádostí, které je nutné dodržet. I tyto mohou významně ovlivnit Vaše plánování.

I když je to časově velmi náročné, zjistili jsme na základě vlastní zkušenosti, že právě děti ze sociálně znevýhodněných rodin využily interkulturní setkání k rozvoji vlastních sociálních a komunikačních kompetencí - často doprovázeným dobrým pocitem, že „ostatní děti“ jim vlastně nejsou tak úplně cizí.

Přejeme Vám při čtení a případném podání žádosti mnoho úspěchu a samozřejmě Vám přejeme, aby se Vám plánované aktivity podařily.

Tato dokumentace vznikla v roce 2016. Podmínky se od té doby mohly změnit. Proto je vhodné si před zahájením aktivit ověřit dostupnost jednotlivých programů nebo se přímo spojit s příslušnou dotační kancelář.



Fond malých projektů

Kooperační program na podporu přeshraniční spolupráce mezi Českou republikou a Svobodným státem Sasko 2014 – 2020 v rámci cíle „Evropská územní spolupráce“

Podpora menších projektů s lokálním významem pro přeshraniční spolupráci mezi Saskem a
Českem

maximální příspěvek: 15.000,00 € = 85% výše podpory

vlastní zdroje: 2.650,00 € = 15 %

Nejdříve si dle oficiálního sídla Vaší organizace ověřte, pod který Euroregion spadáte.

Více o programovém území naleznete v rubrice „Informace“:

www.sn-cz2020.eu

Kontaktujte příslušnou kancelář euroregionu.

Euroregion Neisse-Nisa-Nysa

předseda: Martin Půta

jednatel: Jaroslav Zámečník CSc.

Evropský dům

U Jezu 525/4

460 01 Liberec – Perštýn

tel.: +420 485 340 991

fax: +420 485 340 984

e-mail: j.zamecnik@ern.cz

internetové stránky: www.ern.cz



EUREGIO Egrensis:

Regionální sdružení obcí a měst
Na Vyhlídce 53
360 01 Karlovy Vary

e-mail: info@euregioegrensis.cz
internetové stránky: www.euregio-egrensis.cz

Euroregion Elbe-Labe

Svazek obcí Euroregion Labe
Velká Hradební 2
400 01 Ústí nad Labem

tel.: +420 411 198 002
e-mail: informace@euroregion-elbe-labe.eu
internetové stránky: www.euroregion-elbe-labe.eu

Euroregion Erzgebirge-Krušnohoří

Divadlo Rozmanitostí
Topolová 1278
434 01 Most
jednatel: Mgr. František Bína

tel.: + 420 608 444 046
e-mail: bina@euroreg.cz
internetové stránky: www.euroregion-erzgebirge.de



Kooperační program na podporu přeshraniční spolupráce mezi Českou republikou a Svobodným státem Sasko 2014 – 2020 v rámci cíle „Evropská územní spolupráce“

Projekty s finančními náklady, které jsou značně vyšší než u malých projektů

Zpracování Vaší žádosti probíhá přímo na Společném technickém sekretariátu (JTS) v Drážďanech. JTS sídlí u Saské rozvojové - dotační banky.

Mezi kontaktními osobami naleznete koordinátory projektů. Na základě oficiálního sídla Vaší organizace určete, pod který Euroregion spadáte. Získáte tak přímou kontaktní osobu pro Váš plánovaný velký projekt.

Společný sekretariát

Saská rozvojová banka – dotační banka

adresa: Pirnaische Straße 9, D - 01054 Drážďany

e-mail: kontakt@sn-cz2020.eu

tel.: +49(0)351-4910 + přímá volba

Vedoucí

Dr. Hana Müller Karlová, tel. 4250

Falk Ramm, tel. 4812

Kontaktní osoby

Euregio Egrensis

Tereza Olsen, tel. 4854

Sandy Feldmann, tel. 4832

Euroregion Elbe/Labe

Dr. Susanne Fritz, tel. 4814

Martina Kocíková, tel. 4831

Euroregion Krušnohoří

Manuela Prchalová, tel. 4813

Bodo Leder, tel. 4820

Euroregion Nisa

Silke Siegmund, tel. 4824

Veronika Svítal Fialková, tel. 4828



Česko – německý fond budoucnosti

Česko-německý fond budoucnosti podporuje tyto stěžejní oblasti:

- **Mládež a školy**
- **Kultura**
- **Diskusní fóra a odborná spolupráce (semináře, konference, atd.)**
- **Dvojjazyčné publikace**
- **Sociální projekty a podpora menšin**
- **Partnerství obcí a zájmových sdružení**
- **Obnova památek**
- **Poskytování stipendií**

Relativně jednoduché podání žádosti, nenáročné na administrativu.

Financovány jsou především cestovní náklady, náklady na tlumočení a překlady, ubytování a stravu, ale také věcné náklady. Personální náklady hrazeny nejsou. Poskytuje dotace až do výše 50% projektových nákladů.

Česko-německý fond budoucnosti

Železná 24
110 00 Praha 1

tel.: +420 283 850 512, 514
fax.: +420 283 850 503

e-mail: info@fb.cz
internetové stránky: www.fondbudoucnosti.cz



Evropa pro občany

Program Evropa pro občany je hlavním programem Evropské unie pro spolufinancování mezinárodních projektů zaměřených na podporu aktivního evropského občanství.

Hlavním řídícím a administrativním orgánem komunitárního programu Evropa pro občany je Výkonná agentura pro vzdělávání, kulturu a audiovizuální oblast (EACEA).

Program obsahuje dvě prioritní oblasti:

- Oblast 1 – Evropské historické povědomí (připomínání významných událostí v nedávných evropských dějinách, evropské historické povědomí, reflexe evropských hodnot)
- Oblast 2 – Demokratická angažovanost a aktivní občanství (partnerství měst, spolků, svazů, vzdělávacích zařízení)

Podpora je poskytována formou paušálních příspěvků, které se odvíjí od počtu zapojených zemí a účastníků.

Například: akce se účastní 53 osob ze 4 států podílejících se na programu. Výše příspěvku je 17.500 €.

Cestovní náklady se účtují analogicky dle zákona na úhradu cestovného.

Doporučujeme registraci k odběru newsletteru. Kromě aktuálních akcí a informací o termínech zde naleznete také evropské organizace hledající partnery.

42

Národním kontaktním místem programu Evropa pro občany je Odbor informování o evropských záležitostech Úřadu vlády ČR.

Kontaktní osoba:

Kateřina Hamplová
Odbor komunikace o evropských záležitostech
Úřad vlády České republiky
Nábřeží Edvarda Beneše 4
118 01 Praha 1

tel.: +420 725 755 503

e-mail: hamplova.katerina@vlada.cz

Internet: <https://www.euroskop.cz/9041/sekce/evropa-pro-obcany/>



ERASMUS+

Erasmus+ je vzdělávací program Evropské unie na období 2014–2020, který podporuje spolupráci a mobilitu ve všech sférách vzdělávání, v odborné přípravě a v oblasti sportu, mládeže a neformálního vzdělávání.

Administrací programu je pověřen Dům zahraniční spolupráce (národní agentura programu).

Dům zahraniční spolupráce

Na Poříčí 1035/4

110 00 Praha 1

e-mail: info@dzs.cz

tel.: +420 221 850 100, +420 221 850 102

Kontaktní osoby naleznete na internetových stránkách:

<http://www.naerasmusplus.cz/cz/kontakty/>



Publicita

Následující text by měl sloužit jako zdroj podnětů. Konečná formulace závisí na komunikačních strukturách příslušného uživatele.

- **Vytvořte rozdělovník tiskových zpráv.**
- **Denní tisk zveřejňuje redakční příspěvky pouze ve spojení s placenými anoncemi.**
- **Bezplatné noviny jsou ochotnější zveřejnit Vaše příspěvky.**
- **Pozvěte novináře na Vaši akci (pozdání na pohoštění, samozřejmě zdarma, je vítané).**
- **Působí zde místní média? I tato jsou užitečná.**

Nová nabídka

Jako doplnění naší nabídky jsme se zabývali tématem vzdělávání k demokratickému občanství. Metodou simulační hry jsou účastníci uvedeni do interkulturního kontextu, musí společně plnit úkoly a pracovat na dosažení výsledku. Simulační hra byla vytvořena v roce 2016 přímo pro tuto věkovou skupinu a podporuje rozvoj komunikace, týmové práce, hodnotové orientace a umožňuje získat první interkulturní zkušenosti v pracovním prostředí.

Centra pro děti a volný čas vlastní jako jediné licenci na tuto simulační hru a disponují kvalifikovanými trenéry simulační hry, kteří působí přímo v našich zařízeních.

Nabídka je vhodná především pro druhý stupeň základních škol – třídy 5/6 až 9. Je možné zařadit ji v rámci různých předmětů: společenské vědy, dějepis, občanská nauka nebo jako mezipředmětové vyučování či projektové dny.

Realizace je možná také v rámci stávajících školních partnerství, především pak s německými partnery. Všechny dokumenty jsou k dispozici také v německém jazyce a vyškoleni byli i trenéři z Německa.

Tiskové sdělení z internacionálního setkání

Mezinárodní hosté v KIEZ

Naše zařízení hostí žáky / mládež z (město/země). Účastní se internacionálního setkání mládeže / internacionální výměny žáků, internacionálního tábora ...) společně se žáky / mládeží z (město/oblast...)

(Popis aktivit během pobytu)

Společně se účastní



Úryvky textů na informační materiály

Nová nabídka pro druhý stupeň základních škol... třídy 5/6 až 9 všeobecných gymnázií...

Waldpark Grünheide e.V. (KIEZ) rozšířil svou dosavadní nabídku zaměřenou především na sport, přírodu a region, také o téma vzdělávání k demokratickému občanství.

Od prosince 2017 disponuje naše zařízení licencí k tomuto tématu. Kromě nezbytné licence na užívání produktu disponujeme také kvalifikovaným personálem pro realizaci nabídky.

Metodou simulační hry jsou žáci uvedeni do internacionálního kontextu a musí společně plnit zadané úkoly a prezentovat výsledky své práce.

Obsahem simulační hry je uvedení aplikace na řešení domácích úkolů na trh prostřednictvím reklamní kampaně (plakát, internetové stránky, video). Je proto vypsáno výběrové řízení, do kterého se přihlásí dvě firmy ze dvou zemí. Obě následně dostanou za úkol realizovat reklamní kampaň společně. Profily jednotlivých rolí obsahují konfliktní potenciál, který musí být při práci na společné kampani překonán.

K dosažení cíle je nezbytná komunikace, schopnost týmové práce, sebereflexe, převzetí zodpovědnosti za výsledek, ale i akceptování většinových rozhodnutí. Proto je vhodné zařadit tuto hru do předmětů jako jsou společenské vědy, dějepis, občanská nauka nebo jako mezipředmětové vyučování.

a) Podporovány jsou: rozvoj interkulturní kompetence (díky závěrečné reflexi celého setkání).

b) Podpora sociální kompetence (společná práce, vytváření vlastních pravidel a norem, převzetí zodpovědnosti, práce s kritikou, negativními zážitky atd.).

c) Hodnotová orientace – vlastní prožitek spolupráce na základě demokratického uspořádání s lidmi z jiných zemí, kulturních kruhů.

d) Samostatná organizace prostřednictvím využití kooperačních a komunikačních technik v rámci spolupráce.

e) Kromě třídních výletů a projektových dní je simulační hra vhodná také jako náplň společných aktivit v rámci partnerství škol se školami z Německa. Všechny podklady jsou k dispozici jak v českém, tak německém jazyce a poskytují tak ty nejlepší předpoklady pro realizaci společného setkání žáků.



Impressum

Příručka vznikla v rámci projektu „Simulační hra – Podpora demokracie, tolerance a přeshraniční spolupráce“ v česko – saském pohraničí.

Je jedna ze dvou centrálních publikací, které mají dát projektu teoretické pozadí.

Tato příručka je financována ze zdrojů Evropské unie, Svobodného státu Sasko a České republiky.

Autoři

Planpolitik GbR Berlin
André Tjuljumbow, M.A.
Karl-Heinz Knoll

Překlady a korektura

Martina Jablonovská, M.A.
Martina Pal, M.A.
Debora Lerndorfer, B.A.

Lektorát

Debora Lerndorfer, B.A.
Karl-Heinz Knoll
Felix Sell, M.A.

Redakce

Felix Sell, M.A.

Sazba

Felix Sell, M.A.

Partneři projektu:

Die Brücke e.V. Chemnitz
Dům dětí a mládeže a ZpDVPP Ústí nad Labem, p.o.
Bildungsinstitut Pscherer gGmbH Lengenfeld