

Introductie Serious Gaming

be  involved
Educatieve spellen voor het onderwijs

Programma

- Introductie: de kracht van games
- Prijzenoorlog
- Serious Gaming: de theorie
- Spelbundel klaslokaalexperimenten
- Zelf ervaren



Eind 2010: 72 miljoen actieve spelers

Groter dan Twitter

De kracht van spellen is enorm.....

.... maar is het serieus?

Van game naar serious game....

***.... als inzichten opgedaan
tijdens het spel gekoppeld
worden aan de werkelijkheid***

Programma

- Introductie: de kracht van games
- Prijzenoorlog
- Serious Gaming: de theorie
- Spelbundel klaslokaalexperimenten
- Zelf ervaren



**PRIJZEN
OORLOG**

The title is presented in a bold, white, sans-serif font with a thick black outline. The word 'PRIJZEN' is on the top line and 'OORLOG' is on the bottom line. The background behind the text consists of vertical red and blue stripes. On the left side, there are stylized red flames. On the right side, there are stylized blue flames. Two black shopping cart icons are positioned on either side of the text, one partially overlapping the 'PRIJZEN' and the other partially overlapping the 'OORLOG'.

Vorm tweetallen

Spelmateriaal

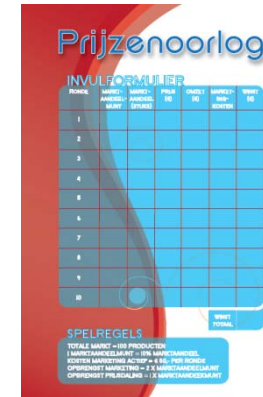
1x speelbord



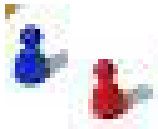
2x kaartset (5 kaarten)



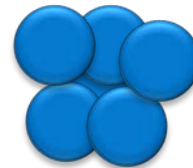
2x invulblad



2x pion



10x marktaandeelmunt



Directeur supermarkt

- **Spelers** Iedere speler een eigen supermarkt met één andere concurrent
- **Speldoel** Maak meer winst dan jouw concurrent
- **Winnaar** Supermarkt met meer winst dan de directe concurrent

Beginsituatie

- **Assortiment** Exact gelijk
- **Totale markt** 100 producten =
10 marktaandeelmunten
- **Startprijs** €5,-
- **Marktaandeel** Iedere speler 50%

Verantwoordelijkheid directeur

- Prijsstelling Lagere prijs dan concurrent;
meer klanten
- Marketing Meer naamsbekendheid dan
concurrent; meer klanten
- Speelkaarten



Prijsstelling



Prijsstijging:

- Prijs €1,- hoger
- Geef 1 marktaandeelmunt aan concurrent



Prijsdaling:

- Prijs €1,- lager
- Krijg 1 marktaandeelmunt van concurrent

Verplaats elke ronde de pionnen →



Marketing

- **Doel** Naamsbekendheid
- **Kosten** €50,- per beurt
- **Opbrengst** 2 marktaandeelmunten van concurrent



Start

marketingcampagne

€50,- per beurt

Marketing activeren

- Speel marketing actief kaart en leg kaart op speelbord
- Door het spelen van deze kaart krijg je eenmalig 2 marktaandeelmunten van de concurrent
- Kosten €50,- per beurt

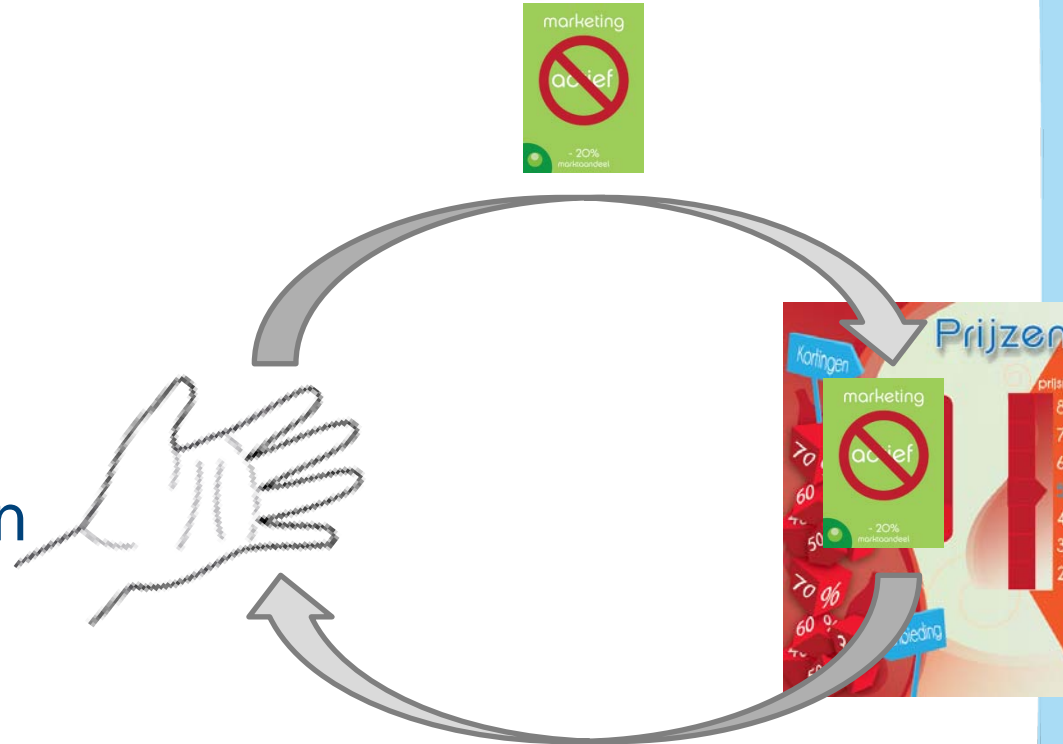


Stop

marketingcampagne

Marketing deactiveren

- Speel marketing deactief kaart en leg kaart op speelbord
- Betaal eenmalig 2 marktaandeelmunten aan de concurrent
- Geen marketingkosten meer van €50,- per beurt



~~€50,- per beurt~~

Paskaart

- Doel** Tegenstander op het verkeerde been zetten
- Gevolg** Deze kaart heeft geen gevolgen, alles blijft gelijk



Speelronde

Stap 1 Kies kaartencombinatie

Stap 2 Speel kaarten tegelijk op op tafel (eerst aftellen)

Stap 3 Voer prijsverandering door

- i. Verschuif pion*
- ii. Herverdeel marketingaandeelmunten*

Stap 4 Voer marketingverandering door

- i. Verwissel marketingkaarten op speelbord*
- ii. Herverdeel marketingaandeelmunten*

Speelronde

- Stap 5** Vul invulblad in
- Stap 6** Neem alle kaarten weer in de hand
- Stap 7** Volgende ronde
- EINDE** Na 10 rondes tel je jouw totale winst op

Prijzenoorlog

INVULFORMULIER

RONDE	MARKT- AANDEEL- MUNT	AFZET	PRIJS (€)	OMZET (€)	MARKET- ING- KOSTEN	WINST (€)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
						WINST TOTAAL

SPELREGELS

TOTALE MARKT = 100 PRODUCTEN
1 MARKTAANDEELMUNT = 10% MARKTAANDEEL
KOSTEN MARKETING ACTIEF = € 50,- PER RONDE
OPBRENGST MARKETING = 2 X MARKTAANDEELMUNT
OPBRENGST PRIJSDALING = 1 X MARKTAANDEELMUNT

Speelronde

- Stap 1** Kies kaartencombinatie
- Stap 2** Speel kaarten *tegelijk* op op tafel (eerst aftellen)
- Stap 3** Voer prijsverandering door
- *Verschuif pion*
 - *Herverdeel marketingaandeelmunten*
- Stap 4** Voer marketingverandering door
- *Verwissel marketingkaarten op speelbord*
 - *Herverdeel marketingaandeelmunten*

Speelronde

- Stap 5** Vul invulblad in
- Stap 6** Neem alle kaarten weer in de hand
- Stap 7** Volgende ronde
- EINDE** Na 10 rondes tel je jouw totale winst op

Prijzenoorlog

INVULFORMULIER

RONDE	MARKT-AANDEEL-MUNT	AFZET	PRIJS (€)	OMZET (€)	MARKETING-KOSTEN	WINST (€)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
						WINST TOTAAL

SPELREGELS

TOTALE MARKT = 100 PRODUCTEN
1 MARKTAANDEELMUNT = 10% MARKTAANDEEL
KOSTEN MARKETING ACTIEF = € 50,- PER RONDE
OPBRENGST MARKETING = 2 X MARKTAANDEELMUNT
OPBRENGST PRIJSDALING = 1 X MARKTAANDEELMUNT




PRIJZEN OORLOG

Winnaars

Wie had er meer winst dan de concurrent?

Wat was jullie winnende tactiek?



Wederzijdse afhankelijkheid

Prijsverlaging

Als jouw tegenspeler zijn prijs verlaagde. Wat was jouw natuurlijke reactie?

Prijzenoorlog

Totale winst

Hoeveel winst maakten jullie ook alweer in de 1^e ronde?

Wat was jullie totale winst geweest als jullie alleen gepast hadden?

Wie heeft er een hogere winst behaald?

Prijzenoorlog



Maandag 4 maart 2013. Het laatste nieuws het eerst op NU.nl

Tech / Gadgets

Voorpagina

Algemeen

Economie

Beurs

Sport

Tech

Internet

Gadgets

Gepubliceerd: 18 januari 2013 12:14

Laatste update: 18 januari 2013 13:13


Deel:   

Sony gaat niet mee in prijzenoorlog tv-markt

HOOFDDORP - Sony zal zich niet laten verleiden tot een prijzenoorlog op de tv-markt. Het bedrijf richt zich op consumenten die iets meer willen betalen voor een televisie.

Prijzenoorlog

Sony's televisie-afdeling draait al 9 jaar verlies. Andere fabrikanten, zoals LG en Samsung, lanceren hun televisies voor een lagere prijs en winnen zo marktaandeel. Sony gaat zich daarom richten op de consument die bereid is om meer te betalen, stelt Hirai.



Wederzijdse afhankelijkheid

Marketing

Als jouw tegenspeler zijn marketing activeerde, wat was dan jouw natuurlijke reactie?

Gevangenendilemma

Marketing

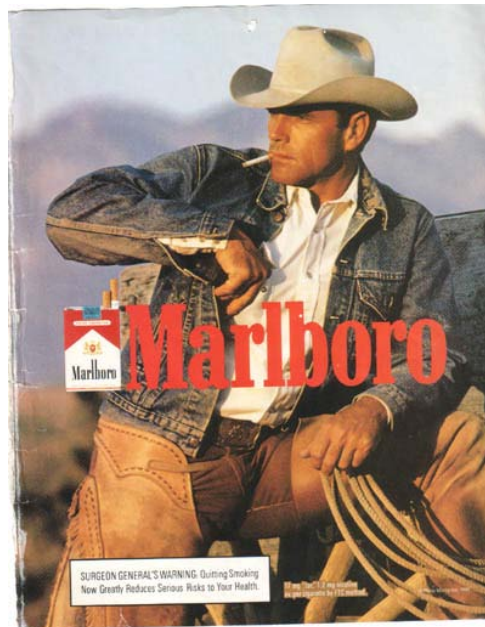
Welke groepjes hadden aan het einde van het spel allebei de marketing actief?

Is dat winstgevend?

Wat was de beste oplossing voor beide partijen geweest?

Mini-case

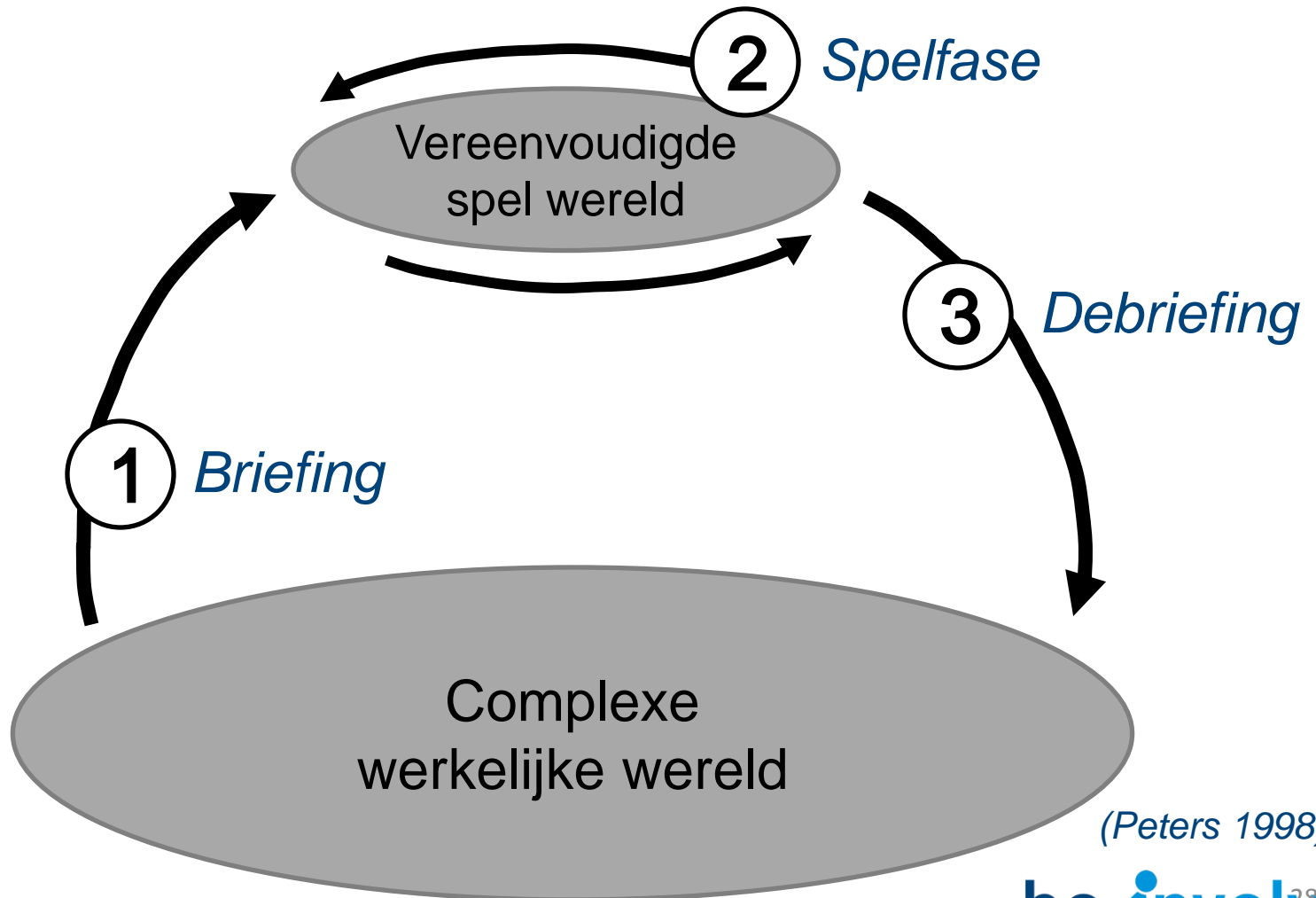
Verenigde Staten Congres verbiedt in 1971 Radio en TV reclames van de tabaksindustrie. Daalde of steeg de winst van de tabaksindustrie?



A photograph of a man in a suit and tie, smiling and holding a cigarette. The advertisement includes the headline "MORE DOCTORS SMOKE CAMELS THAN ANY OTHER CIGARETTE" and a testimonial from a doctor. At the bottom, there is a pack of Camels and a woman's face. The text reads: "According to a recent Nationwide survey: MORE DOCTORS SMOKE CAMELS THAN ANY OTHER CIGARETTE. DOCTORS in every branch of medicine—113,897 in all—were queried in this nationwide study of cigarette preferences. These leading research organizations made the survey. The gist of the query was—'What cigarette do you smoke, Doctor?' The brand named most was Camel! The rich, full flavor and cool richness of Camel's superb blend of superior tobaccos seem to have the same appeal to the smoking tastes of doctors as to millions of other smokers. If you are a Camel smoker, this preference among doctors will hardly surprise you. If you're not—well, try Camels now. Your 'I-Zone' Will Tell You... I for Taste... I for Thrill... that's your growing ground for any cigarette. See if Camels don't suit you! 'I-Zone' is a 'T'." CAMELS Costler Tobaccos

Peters' cone of abstraction

'leren vanuit de context'



Serious Game Design

Leerdoelen Prizenoorlog

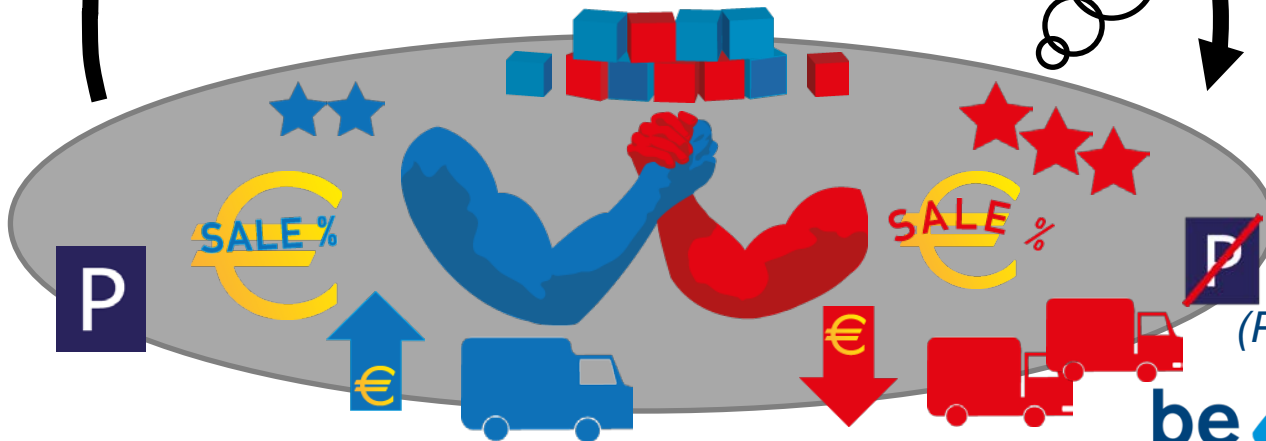
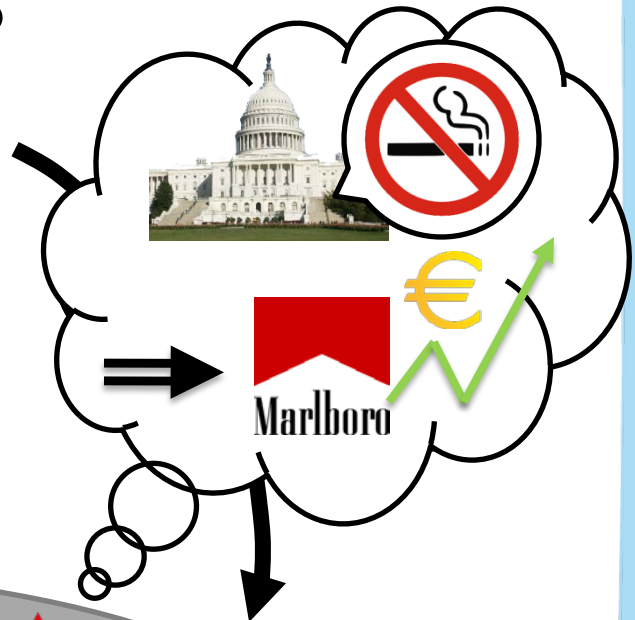
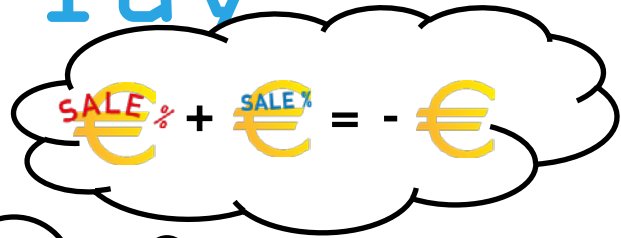
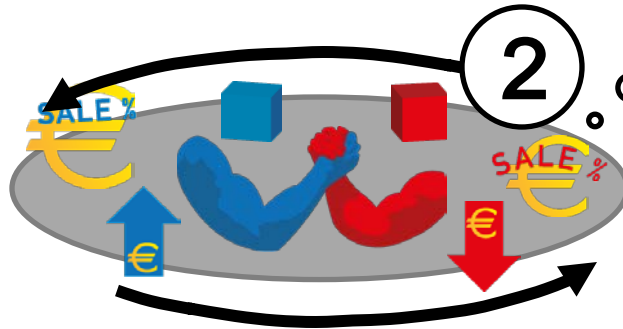
- Wederzijdse afhankelijkheid
- Gevangenendilemma

Serious Game Play

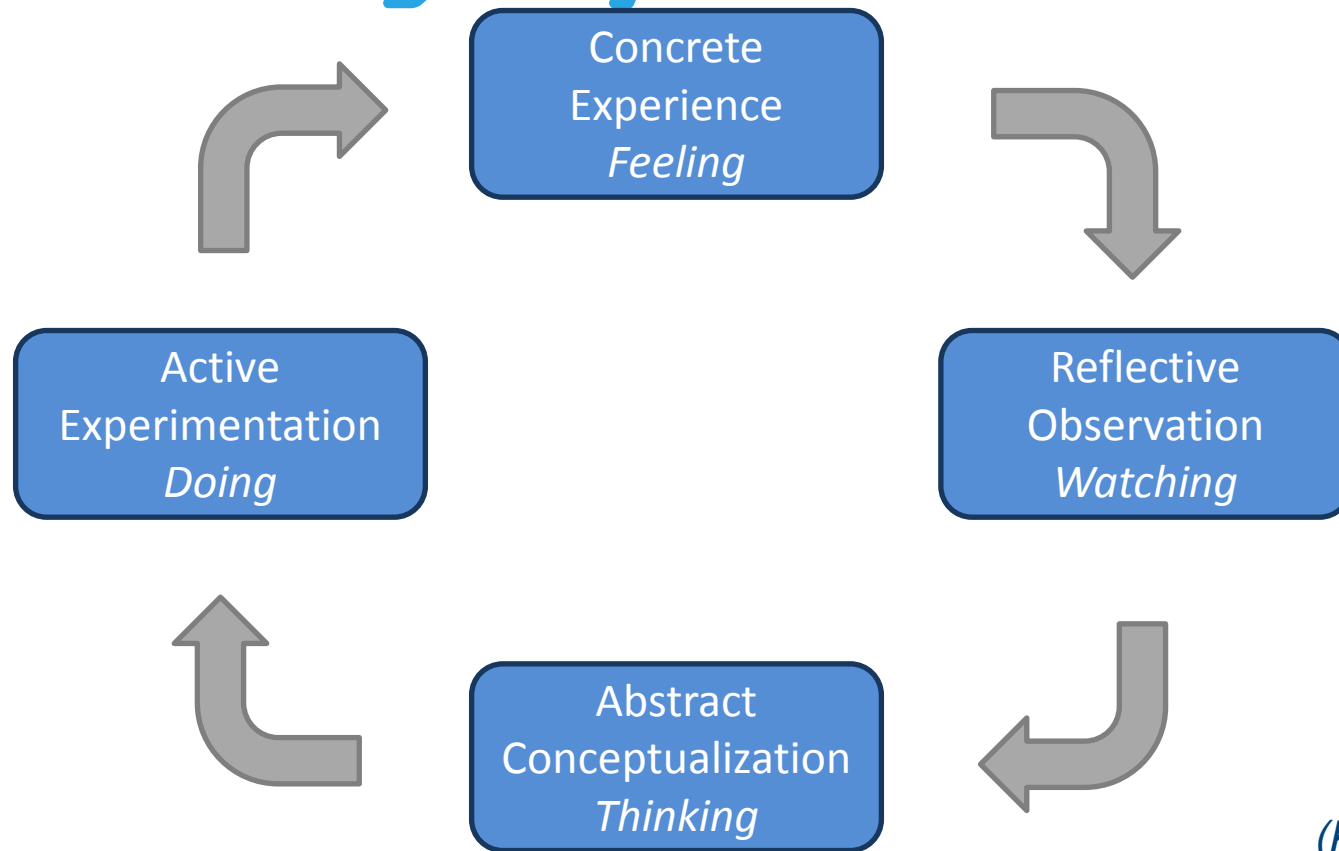
Leerpad Prizenoorlog



1



Kolb's Experiential Learning Cycle



(Kolb 1991)

• Een spel is een serie van deze experimentele leer cycli

Programma

- Introductie: de kracht van games
- Prijzenoorlog
- Serious Gaming: de theorie
- **Spelbundel klaslokaalexperimenten**
- Zelf ervaren

Analoge spelen in kleine groepen

• Vereisen dat leerlingen

- Samenwerken
- Discussiëren
- Elkaar uitleggen
- Onderhandelen

• Deze intensieve interactie leidt tot sociale ontwikkeling van de spelers.

Sociale Ontwikkeling



Analoge spelen in kleine groepen

- Zelf invloed hebben op het spelverloop en spelresultaat verhoogt de betrokkenheid van de spelers.
- Verzaken wordt gecorrigeerd door medespelers.

Motiverender



Spelbundel: Inhoud

De spelbundel klaslokaalexperimenten economie bevat 8 spellen met elk:

- Spelmateriaal voor tenminste 30 leerlingen,
- Reserve spelmateriaal,
- Uitgebreide docentenhandleiding,
- Presentatie briefing,
- Presentatie debriefing,
- Opzetjes voor toetsing.



Eén Spelbundel, al uw Klaslokaalexperimenten.

Spelbundel: Aansluiting lesstof

Domein & Concept

- B Schaarste
- C Ruil
- D Markt
- E Ruilen over Tijd
- F Samenwerken & Onderhandelen
- G Risico en Informatie
- H Welvaart en Groei
- I Goede tijden, slechte tijden

Spel

- Doe je Voordeel
- Kaskrakers
- Aan Bod
- Geldnood
- Prijzenoorlog
- Zelfverzekerd
- Reken je Rijk
- Wissel die Koers

Eén Spelbundel, al uw Klaslokaalexperimenten



Speelbundel klaslokaalexperimenten

• **Effectiever**

in het laten begrijpen van lastige lesstof.

• **Motiverender**

dan een gewone les of klassikaal experiment.

• **Sociale
Ontwikkeling**

a.g.v. intensieve interactie in de spellen.

• **Compleet**

pakket als invulling voor al uw klaslokaalexperimenten

Instappakket



2

Spellen

Een laagdrempelige kennismaking met een nieuwe didactische werkvorm. Ideaal voor de docent die op zoek is naar een aanvulling op zijn of haar klaslokaalexperimenten.

- *Prijzenoorlog*
- *Aan Bod*

Basispakket



5

Spellen

De kern van uw klaslokaalexperimenten. Ideaal voor de docent die weinig tijd heeft voor de ontwikkeling van eigen experimenten.

- *Prijzenoorlog*
- *Aan Bod*
- *Zelfverzekerd*
- *Wissel die Koers*
- *Kaskrakers*

Totaalpakket



8

Spellen

Een complete oplossing voor al uw klaslokaalexperimenten. Ideaal voor de docent die zich geen zorgen wil maken over de invulling van zijn of haar experimenten.

- *Prijzenoorlog*
- *Aan Bod*
- *Zelfverzekerd*
- *Wissel die Koers*
- *Kaskrakers*
- *Doe je Voordeel*
- *Reken je Rijk*
- *Geldnood*

Programma

- Introductie: de kracht van games
- Prijzenoorlog
- Serious Gaming: de theorie
- Spelbundel klaslokaalexperimenten
- **Zelf ervaren**

Gastles

Volledige les met met een spel

- Ervaar zelf de kracht
- Ervaar de reacties van leerlingen
- Inzicht in praktische uitvoer

Kosten

- €100,-
- Korting bij aankoop van een van de spelpakketten



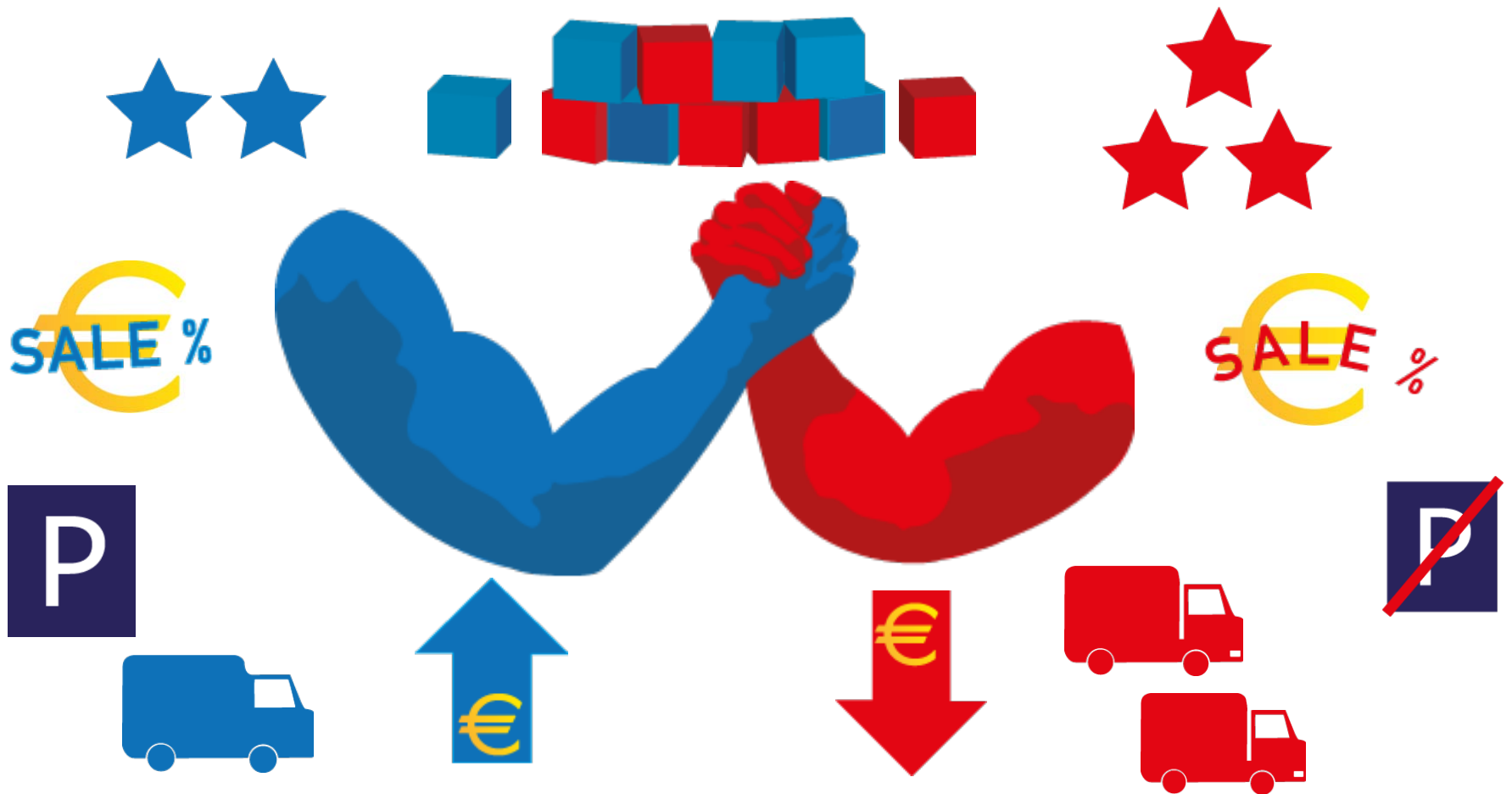
Meer informatie?

Wilt u meer informatie over onze spellen?
Stuur een mail naar info@beinvolved.nl
of bel ons op 070-206 01 02.

Extra slides

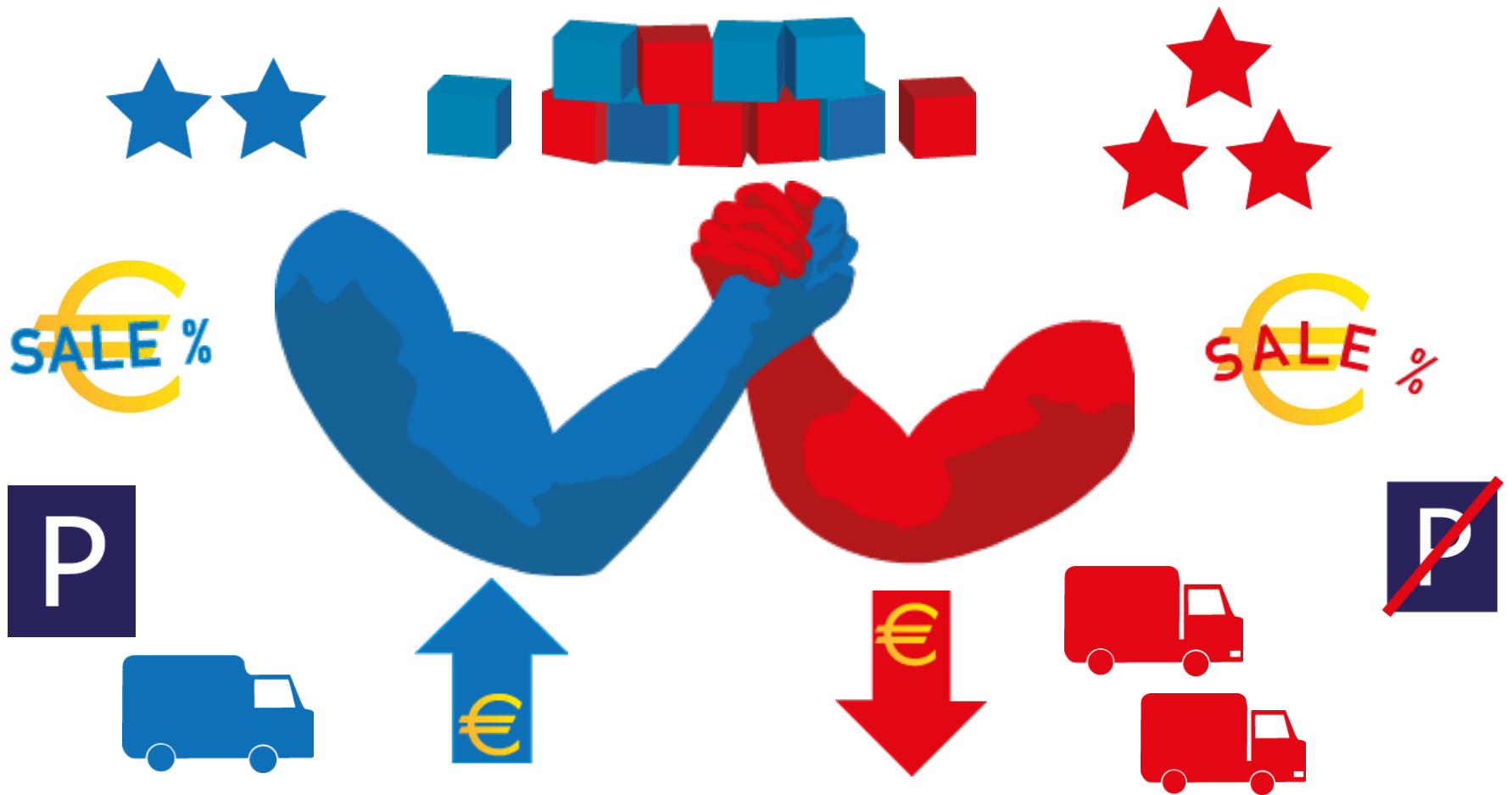
Serious Game Design

Complexe werkelijke wereld



Serious Game Design

Vereenvoudigde spel wereld



Serious Games: de resultaten

- Prof. Richard D. Duke & Prof. Jac Geurts

Ervaringen uit spelsituaties blijven tot wel 25 jaar levendig herinnerd.

- Prof. Clark C. Abt

Eén van de voordelen is de superieure motivatie van de deelnemers aan educatieve spellen.

- Prof. T. Sitzmann

In vergelijking met andere didactische werkvormen resulteert onderwijs met Serious Games in hogere beklijving van de lesstof

én hebben leerlingen groter vertrouwen in eigen kunnen.

- Dr. Hans Korteling - TNO Onderzoek

Vergeleken met het vaak abstracte traditionele onderwijs is Serious Gaming veel uitdagender voor de deelnemer en is het leerrendement hoger.