|  |  |
| --- | --- |
|  | *Авторские права защищены**Направленность проекта позволяет реализовывать его в различных актуальных вариантах и направлениях**Проект является эффективным инструментом поиска талантов и продвижения молодежи*  |

Интеллектуальная игра (шоу)

 **«Состязание мысли»**

**Укрупненный план сценария**

1. Вступление и представление участников.

Ведущий или ведущие (далее ведущий) произносит несколько вступительных фраз, затем кратко представляет заказчика (ФИО, должность, место работы), игроков ( ФИО капитана, организация), экспертов (ФИО, должности, звания.)

После этого передает слово постановщику задач.

1. Постановка задачи или задач, заказ идей.
Постановщик задачи (Заказчик) представляет собой руководителя какой-либо организации, предпринимателя, ученого и т.д., т.е. человека, заинтересованного в решении какого- либо вопроса, какой-либо творческой задачи и готового оплатить это решение или премировать авторов этого решения. Заказчик оглашает задачу и объясняет важность её решения. Объяснение важности решения поставленной задачи выполняет также функцию скрытой рекламы.

После объяснения важности задачи заказчик объявляет о призах, премиях или оплате за её решение.

В оглашении задачи заказчику могут помогать различные специалисты, могут демонстрироваться видеоролики.

Как вариант заказчик может выдвинуть несколько задач или могут быть выдвинуты задачи от нескольких заказчиков.

Повышение привлекательности этапа осуществляется за счет демонстрации видеороликов, перекрестной подачи материала, использования специалистов и привлечения групп поддержки участников.

1. Оценка задачи (задач) экспертами, конкретизация, техническое представление заказчика (реклама).

После оглашения задачи её актуальность и важность комментируют эксперты. В зависимости от регламента это может делать каждый эксперт или их представитель.

Повышение привлекательности этапа осуществляется за счет действий (реакции на комментарии экспертов) групп поддержки участников.

1. Рассмотрение и принятие задачи игроками или аукцион задач.
После или во время выступления экспертов (зависит от регламента) происходит жеребьёвка очередности выступления команд.

Затем игроки команд совещаются и задают уточняющие вопросы Заказчику и экспертам, после чего объявляют о принятии задачи.
(Вариант 1: в случае обещания денежного вознаграждения за решение задачи, игроки могут предложить увеличить сумму вознаграждения.)

(Вариант 2: после переговоров с Заказчиком некоторые команды могут отказаться от игры при условии продолжения игры, как минимум двумя командами)
Данный этап можно сократить вплоть до простого заявления об уяснении и принятии задачи или вообще изъять.

1. Генерация идей – мозговой штурм
Этап начинается с объявления ведущим старта игр (в случае варианта 2, с объявления презентации).
На подготовку ответа – генерации идеи - дается 15-20 минут. За это короткое время участники проводят мозговой штурм, выбирают лучшую идею или предложение и подготавливают его презентацию.
(Вариант 1: Игроки заранее были оповещены о теме задачи и в общем виде о её содержании. В этом случае игроки могут заранее сделать какие-нибудь заготовки для презентации.)
(Вариант 2: Игрокам заранее, например, за день сообщали задачу и они смогли полностью подготовиться к презентации.)
Пока команды подготавливают презентацию в зале можно провести:
- интервью с Заказчиком, спонсорами, экспертами, зрителями,
- конкурс на лучшую зрительскую блиц-идею по заданной или другой задаче с оценкой или призом (из авторов лучших идей можно в дальнейшем формировать команды или приглашать их в играющие команды),
- выступление известных, интересных людей по сходной тематике,
- выступление групп поддержки команд, возможно с оценкой (в этом случае оценка засчитывается команде),
- выступление артистов.
В случае телевизионного варианта к решению задачи могут привлекаться телезрители при условии подачи предложений за определенный период времени.

Повышение привлекательности этапа осуществляется за счет демонстрации видеороликов, музыкального сопровождения, перекрестных вопросов, комментариев специалистов.

1. Презентация идеи.
Презентация идей решения или предложений решения поставленной задачи осуществляется в порядке определённым жребием.
Порядок и содержание презентации определяет каждая команда. Презентация должна содержать сформулированную идею или предложение решения задачи. Данная формулировка может быть высказана в начале, в конце, в середине презентации и передана Заказчику и экспертам в письменном виде. Основное время презентации отдано обоснованию и предъявлению решения. При этом могут быть использованы маркетинговые элементы: оценка стоимости, характеристики потребительских свойств, конкурентные преимущества и др. Большое значение может иметь использование рекламных приемов и элементов PR-технологий, а также приемов продвижения. Так, например, могут использоваться плакаты, растяжки, листовки, слоганы и речёвки, танцы миниатюры.. Особенно ценны юмор и шутки.
Примерный порядок презентации:
- выступление капитана команды с объявлением формулировки решения,
- выступление маркетолога команды с обоснованием достоинств и конкурентных преимуществ – цена, потребительские характеристики, удобство производства, возможности распространения и т.д.
- выступление группы поддержки, которое поддерживает, иллюстрирует доводы маркетолога – плакаты, миниатюры, слоганы, шаржи, шутки, стихи.

Повышение привлекательности этапа осуществляется за счет музыкального сопровождения, видео демонстраций, действий групп поддержки.

1. Качественная и бальная оценка идеи экспертами.
После проведения всех презентаций идеи и предложения команд оценивают эксперты. Результаты объявляет председатель Совета экспертов. В зависимости от регламента возможно также высказывание оценки каждым экспертом. Оценки экспертов могут сопровождаться соответствующей реакцией групп сопровождения.
В своей оценке эксперты оценивают не только технические и маркетинговые характеристики, но и принимают во внимание впечатление произведенное выступлением команды.

В дополнение к экспертной оценке может осуществляться и зрительская оценка.
 В случае телевизионного варианта к оценке могут привлекаться также и телезрители.

Экспертная и зрительская оценка учитывается Заказчиком, а также имеет значение при подведении годовых итогов между командами.

1. Каверзные вопросы (необязательный этап).
На этом этапе Заказчик, эксперты и зрители задают вопросы игрокам.

Вопросы могут также задавать и члены группы поддержки для высвечивания наиболее сильных сторон решения.

Количество вопросов каждой команде ограничивается. Ведущие отбирают наиболее интересные и каверзные вопросы.

1. Оценка и принятие идеи заказчиком, денежная оценка или отказ.

После оценки экспертов идеи и предложенные решения оценивает Заказчик.
Заказчик выбирает наиболее подходящее для него решение и объясняет причины такого выбора, объявляет победителя и подтверждает вознаграждение.

Заказчик также может и отказаться от всех предложенных идей и решений, объясняя при этом причины отказа.

1. Выдвижение идеи командами на аукцион.
Идеи, предложения и решения, выдвинутые командами, но не выбранные Заказчиком могут выдвигаться ими на аукцион, о чем сообщают ведущему (или ведущий сам спрашивает – есть ли идеи для аукциона).
Ведущий собирает идеи для аукциона и объявляет аукцион.
2. Аукцион.

Аукцион проводится в зрительском зале, где присутствуют приглашенные специалисты, предприниматели и другие заинтересованные в данной области лица). Участвовать в аукционе может каждый присутствующий.

Аукцион проводится, как обычно.
В случае телевизионного варианта к аукциону могут привлекаться также и зрители с соответствующими изменениями правил.

1. Выдача вознаграждений, призов.
Выдача вознаграждений и призов осуществляется обычным порядком, с музыкальным сопровождением при участии групп поддержки.

© В.А. Питов, М.В. Музыка, А.В. Питов, 20011- 2012

 Зарегистрировано на сайте [www.a-priority.ru](http://www.a-priority.ru) № А4В001