|  |  |
| --- | --- |
| *Int_Za.gifНекоммерческое Партнерство**содействия в защите интеллектуальных прав* *«Интелл-Защита»**E-mail: info@a-priority.ru**http://www.a-priority.ru/.**Тел.: (495)426-97-81, 8(903)710-37-81* | *Авторские права защищены**Особенности организации проекта позволяют реализовывать его в различных актуальных вариантах и направлениях**Проект является эффективным инструментом поиска и продвижения талантов, а также инновационных идей*  |

Интеллектуальная игра (шоу)

 **«Состязание мысли»**

**Аннотация.**

Существующие в настоящее время интеллектуальные игры основываются на ограниченных ресурсах интеллекта, прежде всего памяти. Реже используются элементы логического мышления – комбинаторика, сочетание, сравнение, установление причинно-следственных связей. В ряде случаев, например, в игре «Что? Где? Когда?» знатоки используются приемы анализа и синтеза.

 Практически ни в каких играх не используются творческие, созидательные возможности интеллекта человека – возможности генерирования новых идей, творческого решения практических вопросов.

 Именно на этих творческих возможностях основывается предлагаемая игра. Эта игра стимулирует творческое мышление и профессиональную активность, подготавливает молодежь к решению актуальных практических задач, способствует поиску, продвижению талантов и инновационных идей в различных сферах человеческой деятельности, повышает статус и значимость творческой деятельности.

В процессе игры перед игроками ставится актуальная задача, имеющая практическое значение. Задача ставится заинтересованным лицом – заказчиком или спонсором, который заинтересован в ее эффективном практическом решении. В свою очередь игроки не только предлагают решение поставленной задачи, но и делают это с применением современных рекламных и PR- технологий, а также учитывая маркетинговые особенности предлагаемого ими интеллектуального продукта или предложения. Другими словами игроки «продвигают» свой интеллектуальный продукт. При этом моделируются реальные производственные и жизненные ситуации или ставятся творческие задачи. Таким образом, у играющих вырабатываются практические навыки деятельности в современном обществе. С помощью ряда приёмов в процесс игры вовлекаются зрители аудитории и телезрители.

 Игроки представлены тремя командами:

1. Команда студентов (молодых специалистов) – является связующим звеном, сочетает в себе молодой задор и начала практического опыта;
2. Команда школьников – генератор свежих, нестандартных мыслей и фантазий;
3. Команда специалистов – олицетворяет профессионализм, опыт, практический подход.

Возможны также другие сочетания команд – только команды школьников, только команды студентов, команды студентов и специалистов и другие варианты.

В оценке идей и решений принимают участие эксперты, заказчики, спонсоры и зрители.

**Ближайшие аналоги.**

КВН, «Что? Где? Когда?»

**Новизна.**

 Новыми и основными отличительными признаками игры являются использование в качестве основного игрового элемента творческих возможностей человека – возможностей генерирования новых идей, а в качестве объекта игры - использование оригинальных задач, имеющих практическое значение. При этом идеи и творческие ответы на поставленные задачи рождаются в ходе решения практической задачи, а качество решения имеет материальную и моральную мотивацию. Новизной также являются оригинальные сочетания известных элементов и приёмов ток-шоу.

**Ожидаемые результаты.**

 Для организаторов и продюсеров игры основным результатом будет являться осуществление популярной, увлекательной и доходной интеллектуальной игры с сетевой организацией.
 Для участников игры результатами будут являться:
- навыки делового общения и коммерческих отношений,
- навыки в решении практических задач, в том числе, методом мозгового штурма,
- популярность, возможность личного продвижения, а также продвижения своих идей,
- получение опыта практического применения своих знаний.

**Финансирование.**

 Финансирование осуществляется за счет заказчика (постановщика задачи), спонсоров, рекламы и зрителей.

**Участники игры**

1. Постановщик задачи – заказчик.
2. Игроки, примерный состав:

1.1. Команда студентов (одна или более команд)

* 1. Команда школьников (одна или более команд)
	2. Команда специалистов (возможно отсутствие данной команды)
1. Совет экспертов.
2. Потенциальные заказчики.
3. Спонсоры.
4. Заинтересованная аудитория – (специалисты и предприниматели заинтересованные в этом направлении).
5. Зрители.
6. Ведущий или ведущие - один, лучше два человека. Один из ведущих должен представлять молодежную аудиторию, иметь быструю реакцию, обладать чувством юмора. Другой должен иметь широкий кругозор в области инноваций, интеллектуальной собственности, обладать креативным мышлением.
7. Группы поддержки или сопровождения.

**Порядок проведения игры**

1. Вступление и представление участников;
2. Постановка задачи или задач, заказ идей;
3. Оценка задачи (задач) экспертами, конкретизация, техническое представление заказчика (реклама);
4. Рассмотрение и принятие задачи игроками к рассмотрению или аукцион задач;
5. Генерация идей – мозговой штурм;
6. Презентация идеи;
7. Качественная и бальная оценка идеи экспертами;
8. Каверзные вопросы;
9. Качественная оценка идеи заказчиком;
10. Принятие идеи заказчиком, денежная оценка или отказ;
11. Выдвижение идеи командами на аукцион;
12. Аукцион;
13. Выдача премий, призов, оплаты;
14. Предложения зрителей.

**Примерный состав команды участников**

1. Капитан (руководитель проекта),
2. Координатор (менеджер проекта),
3. Генераторы идей (разработчики),
4. Группа продвижения (реклама, PR, маркетинг),
5. Группа поддержки (создание эмоционального фона, настроя).

 Реальный состав команды определяют сами игроки в зависимости от предполагаемой темы и своих возможностей.

**Направления и темы игры**

Игра может осуществляться по различным направлениям, соответствующим сферам деятельности человека, например:

-бизнес,

-техника и различные технические направления,

-наука и научные направления,

- музыка,

- литература,

-изобразительное искусство

и другим.

Примерные темы и задачи по областям деятельности:

- Искусство, литература, музыка: художественные и литературные миниатюры, схема сценария, стихотворение, пародия, музыкальные темы.

- Архитектура: схемы или наброски интерьеров, фасадов домов, детских площадок.

- Реклама и PR: плакаты, слоганы, товарные знаки, эмблемы, названия, рекламные тексты, интервью.

- Кулинария: состав и дизайн блюд.
- Техника: система защиты автомобиля от угона, дизайн противопожарных средств (огнетушитель), конструкция водяного фильтра пылесоса.

- Наука: гипотезы, идеи, предположения.

**Сценарий игры** предоставляется по запросу

© В.А. Питов, М.В. Музыка, А.В. Питов, 2013

 Зарегистрировано на сайте [www.a-priority.ru](http://www.a-priority.ru) № А3В001

 Контакты: info@a-priority.ru, (495) 426-97-81, 8-903-710-3781