ESCAPE ROOMS
FOR DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

Co dělat??? Všechno je pryč! - Mise záchrany vaší osobní značky

Manuál pro školitele

Vzdělávací výstupy

Hlavní téma

Hlavním tématem je Personal Branding v kontextu digitální kariéry.

Osobní branding v podnikání je záměrná snaha formovat to, jak vás ostatní vnímají jako obchodního lídra, odborníka nebo inovátora. V digitálním věku, kde online přítomnost často předchází interakcím v reálném světě, silná osobní značka buduje důvěru, přitahuje příležitosti a odlišuje vás od konkurence. Záleží na tom, protože klienti, investoři a spolupracovníci vás často oceňují ještě před vaším produktem nebo službou. Mezi klíčové aspekty, které je třeba zvážit, patří autenticita (zůstat věrný svým hodnotám a hlasu), konzistence (napříč platformami a interakcemi), důvěryhodnost (prokázaná odbornost a spolehlivost), zviditelnění (aktivní přítomnost na relevantních digitálních kanálech) a hodnota (jakou jedinečnou výhodu nabízíte svému publiku).



Struktura únikových her sleduje logický vývoj, který odráží, jak se rozvíjí osobní značka: začíná objevováním vnitřních hodnot a osobnostních rysů, pokračuje přes tvorbu online profilu a obsahovou strategii až po sebevědomou sebeprezentaci. V průběhu zážitku účastníci odhalí svou osobní identitu, naučí se, jak ji utvářet a komunikovat, a procvičí si efektivní předkládání dovedností, které jsou zásadní pro kariérní postup v digitální éře.

Pedagogické cíle

- Pochopte základní principy osobního brandingu.
- Identifikujte individuální silné stránky, hodnoty a profesní aspirace.
- Vyzkoušejte si psaní životopisů, sloganů a digitálních profilů.
- Naučte se spravovat a filtrovat obsah pro silnou digitální prezentaci.
- Vybudujte si základní profesní síť prostřednictvím strategického mapování.
- Komunikujte efektivně prostřednictvím psaní a přednesu.

Koncepce

Typ

Fyzická - tradiční úniková hra s vícefázovými výzvami

Časový rámec

60-90 minut (včetně instruktáže a závěrečného vyhodnocení)



Účastníci

V závislosti na situaci lze počet účastníků přizpůsobit.

Minimálně: 3 účastníci

Maximálně: 12 účastníků (rozdělených do týmů).

Poznámka: Pokud se zapojí maximální počet účastníků, doporučuje se je rozdělit do 4 skupin po 3 účastnících. Nejlepším scénářem je udržet počet účastníků v jedné skupině na maximálně 3.

Náměty

Osobní rozvoj, digitální branding, komunikace

Požadovaná kvalifikace

Mistr hry

- Znalost základů osobního brandingu
- Facilitační a pozorovací dovednosti

Účastník

- Základní digitální gramotnost
- Myšlenkové nastavení pro oblasti komunikace a spolupráce
- Kreativní myšlení



Role Mistra hry

Mistr hry funguje jako "konzultant pro digitální branding" a je uvězněn ve stejném scénáři blackoutu jako účastníci. Na začátku hry Mistr hry připraví scénu tím, že vysvětlí pozadí: všechny online identity byly ztraceny a účastníci musí znovu vybudovat svou osobní značku, aby obnovili přístup ke svému digitálnímu já. Mistr hry představuje cíle hry, nastiňuje pravidla a zdůrazňuje vzdělávací cíle komunikace, sebeuvědomění a strategického myšlení.

Po celé únikové místnosti se Mistr hry pohybuje mezi týmy, aby sledoval skupinovou dynamiku a přístupy k řešení problémů. Jejich úkolem je zajistit, aby týmy zůstaly zapojené, efektivně spolupracovaly a rozuměly úkolům. Pokud se tým zasekne na příliš dlouho (obvykle více než 5 minut na úkolu), Mistr hry poskytuje odstupňované nápovědy, které začínají obecnými vodítky a stávají se konkrétnějšími pouze v případě potřeby. Jsou také zodpovědní za sledování času, přechody mezi fázemi hry a zajištění férovosti.

Jak se hra blíží ke svému závěru, Mistr hry se ujímá více hodnotící role. Během závěrečné fáze prezentace si účastníci hrají na "digitálního náboráře" nebo "hodnotitele online platformy", který naslouchá 60ti sekundové prezentaci osobní značky každého týmu. Mistr hry klade doplňující otázky, aby prozkoumal jasnost, autenticitu a soulad s prvky identity zabudovanými v dřívějších fázích. Konstruktivní zpětná vazba je poskytována, aby pomohla účastníkům zamyslet se nad efektivitou a konzistencí jejich komunikace.



Návod na vedení hry jako Mistr hry:

1. Začněte jasnou a poutavou instruktáží o scénáři, cílech, časovém harmonogramu a očekáváních.
2. Vyzvěte účastníky, aby si rozdělili role v rámci týmů (např. facilitátor, spisovatel, prezentér, stratég).
3. Sledujte týmové interakce a podporujte spolupráci, aniž byste dominovali jejich rozhodovacímu procesu.
4. Veďte přechody mezi fázemi pomocí verbálního posílení a energizujících oznámení.
5. Nabídněte vrstvené nápovědy, abyste udrželi dynamiku, aniž byste odstranili výzvu.
6. Sledujte, zda každá fáze vede k dokončenému úkolu (profil, mřížka s příspěvky, reference atd.).
7. Řiďte prezentační fázi hry, poskytujte zpětnou vazbu.

Kontrola inkluzivity

Aby bylo zajištěno, že je tato úniková hra inkluzivní a přístupná pro účastníky s poruchami učení nebo postižením, zvažte následující důležité prvky:

- ✓ **Fyzická dostupnost:** Zajistěte, aby místo konání bylo přístupné pro vozíčkáře a aby byly všechny potřebné předměty dosažitelné (ne příliš vysoko nebo příliš vzdálené).
- ✓ **Vizuální a zvuková podpora:** Zajistěte, aby materiály používaly velký tisk, vysoký kontrast nebo digitální formáty kompatibilní se čtečkami obrazovky. Pokud se jedná o videa, poskytněte titulky nebo tlumočení.
- ✓ **Jednoduché a jasné pokyny:** Používejte jasný, stručný jazyk a vizuální prvky. Vyhněte se složitým formulacím, abyste podpořili účastníky s poruchami učení.
- ✓ **Flexibilní účast:** Nabídněte různé role, které uspokojí různé silné stránky, což účastníkům umožní vybrat si úkoly, které vyhovují jejich schopnostem, a podpoří jejich odpovědnost, aniž by se stali nesplnitelnými.
- ✓ **Smyslové aspekty:** Vyhněte se smyslovým spouštěčům, jako jsou hlasité zvuky nebo blikající světla. Poskytněte účastníkům, kteří budou potřebovat přestávky, klidný prostor, aby se mohli znovu soustředit.
- ✓ **Podpora a úpravy:** Buďte připraveni nabídnout další pomoc, konkrétní rady a pokyny nebo podporu na míru na základě individuálních potřeb.
- ✓ **Získávání zpětné vazby:** Shromažďujte zpětnou vazbu od účastníků, abyste neustále zlepšovali přizpůsobivost, přístupnost a inkluzivitu.



Tipy a řešení

Fáze A

Rady

- Přemýšlejte o třech slovech, kterými by vás ostatní popsali. Jakými hodnotami se řídíte při svých rozhodnutích?
- Kdybyste měl popsat své profesní já ve třech hashtazích, jaké by to byly?
- Představte si, že vytváříte profil na seznamce ne pro romantiku, ale pro svou ideální práci, jaké vlastnosti byste vyzdvihli?

Řešení

- Vytvořte trojúhelník s logickými vlastnostmi, hodnotami a aspiracemi. Příklad: "Kreativita + integrita + mluvení na veřejnosti." NEBO "Odolný + růst + mentor mládeže".
- Přijměte kombinace, které odrážejí soudržný příběh značky a jasně je zdůvodněte Mistrovi hry.

Fáze B

Rady

- Kam byste skryli své přihlašovací údaje v případě výpadku proudu? Podívejte se pod předměty, do blízkosti zrcadel.
- Hledejte symboly, jako jsou hashtagy, uživatelská jména nebo uvozovky, jsou to vodítka.

- Přemýšlejte o místech, kde ukládáte důležité osobní předměty v reálném životě, jaké jsou jejich ekvivalenty v místnosti?

Řešení

- Nasbírejte 3–4 lístky, které po uspořádání připomínají skutečný životopis (např. "Strategický myslitel; Vášeň pro dopad; #NextGenLeader" NEBO "Kreativní vypravěč; Účelově řízený profesionál; Aby nápady létaly.")
- Všechny životopisy by měly být stručné, relevantní a měly by odrážet rysy z fáze A.

Fáze C

Rady

- Které příspěvky jsou k vaší značce? Co byste nechtěli, aby personalista viděl?
- Kdyby se váš budoucí zaměstnavatel podíval na tuto mřížku, jaký dojem by získal?
- Podívejte se na vyznění, pravopis, zarovnání zprávy. Co narušuje váš osobní příběh?

Řešení

- Vytřiďte nevhodné nebo neznačkové příspěvky (např. slang, irelevantní memy, negativní názory).
- Správně uspořádejte příspěvky konzistentní se značkou do mřížky 3x3. Příklady témat mřížky: "Motivace - Milník - Dobrovolnická práce."

- Kód mřížky (např. zvýrazněné hashtagy nebo pořadí obrázků) odemkne další pole.

Fáze D

Rady

- Koho byste požádali o doporučení? Čí hlas dodává vašemu profilu důvěryhodnost?
- Ne všechny kontakty jsou stejné, jakou hodnotu každý z nich přináší vaší značce?
- Zvažte osobnost a postavení: podporuje tato osoba váš charakter, dovednosti nebo vizi?

Řešení

- Správné sladění: Mentor > kariérní růst; Recruiter > Potenciál zaměstnání; Vrstevníci > pracovní morálka.
- Příklady dopisů mohou znít: "Viděl jsem je vést cílevědomě, jasně komunikovat a přizpůsobovat se s integritou."
- Týmy mohou porovnat doporučení a vybrat si to, které je pro jejich značku nejucelenější.

Fáze E

Rady

- Představte si, že jste ve výtahu s někým, koho obdivujete. Co byste řekli?

- Zaměřte své poselství: Jaké je vaše poslání? V čem jste skvělý? Čím se chcete proslavit?
- Jaké je vaše "proč" v jedné větě?

Řešení

- Předneste přesvědčivou prezentaci od 60 sekund do 3 minut: Kdo jste, co děláte, proč na vás záleží.
- Příklad: "Ahoj, jmenuji se Maya a jsem komentátorka dat, která je nadšená z toho, že má vliv na etickou umělou inteligenci. Pomáhám organizacím přeměnit data na užitečné poznatky."
- Přesvědčivé prezentace jsou jasné, sebevědomé a emocionálně autentické.



Stručná instruktáž a následný rozbor

Stručné uvedení (před hrou)

Začněte tím, že shromáždíte všechny účastníky v hlavním prostoru a udáte tón: informujte je, že zažili digitální výpadek a ztratili všechny známky své online identity. Poskytněte příběh dramaticky a s naléhavostí, abyste je zanořili do scénáře. Vysvětlete účel únikové hry: znovu vybudovat svou osobní značku prostřednictvím řady výzev, aby se vypořádali s dopady výpadku proudu. Stručně je proveďte herním postupem a zdůrazněte spolupráci, kreativitu a strategické myšlení jako základní nástroje úspěchu.

Nastavte časovač na celkovou dobu trvání hry (maximálně 90 minut na hru). Rozdejte úvodní materiály (např. týmové pracovní listy, karty vlastností). Vyzvěte týmy, aby si rozdělily role, jako je vedoucí týmu, scénárista, designér a prezentátor. Zdůrazněte, že pokrok závisí na spolupráci a reflexi, nikoli pouze na rychlosti.

Rozbor (po hře)

Po závěrečné fázi prezentace pozvěte týmy, aby se přesunuly a absolvovaly řízený rozbor. Tato fáze reflexe pomáhá posílit výsledky učení.

Začněte uznáním vynaloženého úsilí a kreativity. Poté se zeptejte na jednu nebo všechny potenciální otázky (otázky lze přidávat podle účastníků, atmosféry hry a dynamiky celé skupiny):

- Co jste během celé hry zjistil o svých vlastních silných stránkách nebo hodnotách?

- Kterou komponentu brandingu považoval váš tým za nejnáročnější vytvořit nebo sladit?
- Jak váš tým v průběhu komunikoval a rozděloval si role?
- Jaké situace v reálném životě by mohly vyžadovat, abyste takto prezentovali svou osobní značku?

Podporujte upřímné sdílení a skupinovou diskusi. Využijte této příležitosti k propojení aktivit s reálnými dovednostmi v oblasti kariérního rozvoje, pracovních pohovorů, strategie sociálních médií nebo profesní spolupráce. Na závěr nabídněte závěrečné úvahy, pochvalu a volitelné následné zdroje, pokud má Mistr hry něco předem připravené jako další materiály (např. pracovní listy pro osobní branding nebo odkazy na nástroje portfolia).

Spolufinancováno Evropskou unií

Tento projekt je financován Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodráží nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evropské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenese odpovědnost.

Číslo projektu: 2023-2-LT02-KA220-YOU-000183156

Toto dílo podléhá licenci Creative Commons. Mezinárodní licence Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0. Chcete-li se seznámit s kopií této licence, navštivte http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/