

به نام خدا



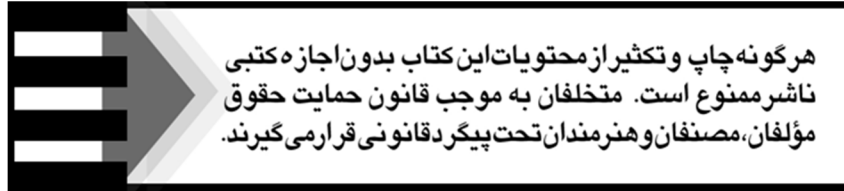
مؤسسه فرهنگی هنری
دیبگان تهران

راهنمای کاربردی و عملی
GAMIFICATION
بازی گونه سازی

شامل بیش از ۲۸۰ مثال کاربردی با موضوعهای
اصول طراحی، کسب و کار، آموزش، فرهنگی، پزشکی، تندرستی و ورزش

نویسنده

مهران فتح‌اله‌زاده



هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

◀ عنوان کتاب: **راهنمای کاربردی و عملی**

GAMIFICATION بازی گونه سازی

◀ مولف : **مهران فتح اله زاده**

◀ ناشر: **موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران**

◀ صفحه آرای: **مولف**

◀ طراح جلد: **مولف**

◀ نوبت چاپ: **اول**

◀ تاریخ نشر: **۱۳۹۷**

◀ چاپ و صحافی: **دانشجو**

◀ تیراژ: **۵۰۰ جلد**

◀ قیمت: **۴۲۰۰۰۰ ریال**

◀ شابک: **۹۷۸-۶۰۰-۱۲۴-۸۳۷-۵**

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

کد پستی: ۱۳۱۴۹۸۳۱۸۵

فروشگاههای اینترنتی :

www.mftbook.ir

www.mftdibagaran.ir

@mftbook: تلگرام

@dibagaranetehranbot: لینک ربات دیباگران

bookmarket@mftmail.com: پست الکترونیکی

سرشناسه: فتح اله زاده، مهران، ۱۳۶۳-
عنوان و نام پدیدآور: راهنمای کاربردی و عملی
GAMIFICATION بازی گونه سازی .../نویسنده
مهران فتح اله زاده .
مشخصات نشر: تهران : دیباگران تهران: ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری: ۳۹۱ ص: مصور،
شابک: ۵-۸۳۷-۱۲۴-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
موضوع: بازی وار سازی
موضوع: GAMIFICATION
موضوع: بازی های آموزشی
موضوع: Educational games
موضوع: بازاریابی اینترنتی
موضوع: internet marketing
موضوع: موفقیت در کسب و کار
موضوع: success in business
رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ ر ۲ ف/۵۴۱۵/۱۲۶۵ HF
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی: ۵۱۰۲۸۷۸

فهرست

| | |
|----|---|
| ۷ | مقدمه ناشر |
| ۸ | مقدمه مولف |
| ۱۱ | تقدیم به |
| ۱۲ | تقدیر و تشکر |
| ۱۳ | بخش اول |
| ۱۳ | فصل اول – بازی |
| ۱۴ | تعریف بازی |
| ۱۴ | تفاوت Play و Game |
| ۲۰ | طراحی بازی |
| ۲۱ | فواید بازی |
| ۲۲ | معایب بازی |
| ۲۵ | فصل دوم – Gamification یا بازی گونه سازی |
| ۲۶ | تعریف لغت گیمیفیکیشن Gamification |
| ۳۰ | تاریخ بازی گونه سازی |
| ۳۲ | انگیزش |
| ۳۲ | عوامل انگیزاننده |
| ۳۸ | مراحل پیاده سازی بازی گونه سازی |
| ۳۹ | گام اول _ تعیین مسئله و مشخص شدن اهداف |
| ۴۰ | گام دوم _ تعریف نحوه ارزشیابی عملکرد بازیکنان |
| ۴۱ | گام سوم _ آشنایی با انواع بازیکنان و کاربران |

| | | |
|-------|--|----|
| | انواع بازیکنان | ۴۱ |
| | گام چهارم _ طراحی و پیاده‌سازی بازی | ۴۴ |
| | گام پنجم _ آموزش بازیکنان | ۴۶ |
| | گام ششم _ شروع بازی و اعلام عمومی | ۴۶ |
| | گام هفتم _ بررسی نوع رفتار | ۴۶ |
| | گام هشتم - ادامه یا تغییر بازی | ۴۷ |
| | فواید و مزایای بازی گونه‌سازی | ۴۷ |
| | مشکلات و معایب بازی گونه‌سازی | ۴۸ |
| | فصل سوم - مولفه‌های طراحی در بازی گونه‌سازی | ۵۵ |
| | اجزاء | ۵۸ |
| | ۱. دستاوردها | ۵۸ |
| | ۲. آواتارها | ۶۰ |
| | ۳. مدال‌ها(نشان‌ها) | ۶۱ |
| | ۴. مبارزه با غول‌ها | ۶۲ |
| | ۵. کلکسیون‌ها | ۶۳ |
| | ۶. نبرد | ۶۵ |
| | ۷. آنلاک کردن محتوا | ۶۵ |
| | ۸. هدیه دادن | ۶۶ |
| | ۹. لیدربردها(جدول امتیازات) | ۶۶ |
| | ۱۰. مراحل | ۶۸ |
| | ۱۱. امتیازات | ۶۹ |
| | ۱۲. ماموریت‌ها | ۷۰ |

| | | |
|----|-------|------------------------|
| ۷۰ | | ۱۳. گراف اجتماعی |
| ۷۲ | | ۱۴. تیم ها |
| ۷۲ | | ۱۵. دارایی های مجازی |
| ۷۳ | | مکانیک ها |
| ۷۳ | | ۱. چالش ها |
| ۷۴ | | ۲. شانس |
| ۷۴ | | ۳. رقابت |
| ۷۵ | | ۴. همکاری |
| ۷۵ | | ۵. بازخورد |
| ۷۶ | | ۶. به دست آوردن منابع |
| ۷۷ | | ۷. پاداش ها |
| ۷۹ | | ۸. تراکنش ها |
| ۷۹ | | ۹. نوبت ها |
| ۸۰ | | ۱۰. حالت برنده |
| ۸۱ | | دینامیک ها |
| ۸۱ | | ۱. محدودیت ها |
| ۸۳ | | ۲. احساسات |
| ۸۴ | | ۳. روایت و داستان بازی |
| ۸۷ | | ۴. پیشرفت |
| ۸۹ | | ۵. روابط |

| | |
|-----|---|
| ۹۳ | بخش دوم |
| ۹۵ | فصل چهارم - بازی گونه‌سازی در کسب و کار و تجارت |
| ۱۲۰ | کسب و کار - رضایت مشتریان |
| ۱۳۴ | کسب و کار - انگیزشی رقابتی |
| ۱۶۶ | کسب و کار - استخدام |
| ۱۸۴ | کسب و کار - آموزش و کسب مهارت شغلی |
| ۲۰۰ | کسب و کار - بازاریابی و فروش |
| ۲۲۹ | فصل پنجم - بازی گونه‌سازی در آموزش و یادگیری |
| ۲۳۱ | آموزش مالی |
| ۲۳۷ | آموزش موسیقی |
| ۲۴۲ | آموزش و تدریس |
| ۲۶۵ | آموزش زبان خارجی |
| ۲۷۰ | آموزش مهارتی |
| ۲۹۸ | بازی گونه‌سازی و مدیریت دانش |
| ۳۰۵ | فصل ششم - بازی گونه‌سازی در مسائل فرهنگی و اجتماعی |
| ۳۳۱ | فصل هفتم - بازی گونه‌سازی در پزشکی، سلامتی و تناسب‌اندام |
| ۳۷۱ | فصل هشتم - آینده بازی گونه‌سازی |
| ۳۸۱ | سخن پایانی |
| ۳۸۲ | معرفی منابع |
| ۳۸۴ | فهرست کلمات |

خط مشی کیفیت انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌های است که بتواند خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بیکران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، علوم پایه و به ویژه علوم کامپیوتر و انفورماتیک گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌ی علوم و توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش روشن می‌نماید. در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری جمعی از اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران، محققان و نیز پرسنل ورزیده و ماهر در زمینه امور نشر درصدد هستند تا با تلاش‌های مستمر خود برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهند.

کتابی که در دست دارید با همت "جناب آقای مهندس مهران فتح‌اله‌زاده" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر گشته که شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

کارشناسی و نظارت بر محتوا: زهره قزلباش

در خاتمه ضمن سپاسگزاری از شما دانش‌پژوه گرامی درخواست می‌نماید با مراجعه به آدرس dibagaran.mft.info (ارتباط با مشتری) فرم نظرسنجی را برای کتابی که در دست دارید تکمیل و ارسال نموده، انتشارات دیباگران تهران را که جلب رضایت و وفاداری مشتریان را هدف خود می‌داند، یاری فرمایید. امیدواریم همواره بهتر از گذشته خدمات و محصولات خود را تقدیم حضورتان نماییم.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

Publishing@mftmail.com

مقدمه مولف

وجود انگیزش عامل اصلی تلاش و فعالیت است. آشنایی با تعاریف انگیزش و شناسایی راه‌های افزایش آن می‌تواند نقش بسیار مهمی در ارتقا و پیشبرد کار و زندگی روزمره افراد داشته باشد. انگیزش در تمامی کارها قابل تعریف است. در بسیاری از حیطه‌های زندگی می‌توان از اِلمان‌های انگیزشی جهت افزایش بهره‌وری استفاده کرد و از تکنیک‌ها و ابزارهایی که در این زمینه معرفی شده‌اند بیشترین استفاده را برد.

یکی از مهمترین ابزارهای انگیزش، بازی کردن است. بازی کردن ما را به دوران کودکی‌مان می‌برد و معمولا به دلیل تداعی خاطراتمان در آن دوران، که در ضمیرمان نهفته است، در زمان حال نیز از آن لذت می‌بریم و برای کسب امتیاز و میل به برنده شدن در بازی نهایت تلاش خود را می‌کنیم. حس برنده شدن در بازی در تمامی افراد بصورت کم و بیش وجود دارد و تقریبا اکثر انسان‌ها در شرایط مسابقه‌ای به بالاترین بازده عملکردی خود می‌رسند. اگر بتوان این حس را در محیط کار نیز به نحو احسن پیاده‌سازی کرد و از تکنیک‌های بازی در کار بهره برد، می‌توان به طور یقین اعلام کرد که آن کار با بازده‌ای بسیار مطلوب‌تر و کیفیت بهتری به اتمام خواهد رسید و نتیجه کار بهتر خواهد شد. یک بازی یکبار طراحی می‌شود و بارها تغییر می‌کند، با توجه به نتایج حاصله، اصلاحات کلی و جزئی در آن صورت می‌گیرد تا به صورت مطلوب سازماندهی شود. این کتاب می‌تواند مورد استفاده مجموعه گسترده‌ای از افراد و اشخاص حقیقی و حقوقی قرار بگیرد، معلمان، صاحبان سایت‌ها، پزشکان، صاحبان یک محصول یا خدمات و غیره می‌توانند از این مفاهیم در جهت رونق کسب‌وکار و همچنین پیشبرد اهداف حتی غیرانتفاعی خود بهره بگیرند.

در تالیف این اثر، اهتمام بسیاری صورت گرفته‌است تا از بروزترین کتاب‌ها، مقالات و سایت‌ها در زمینه Gamification استفاده گردد. منابع مورد استفاده در این اثر از حیطه بسیار وسیعی انتخاب گردیده است تا مطالب ارائه شده از جامعیت مطلوبی برخوردار باشد. بازخورد این تلاش در فصل‌های مختلف این کتاب که به بررسی مثال‌ها اختصاص دارد قابل مشاهده است.

در فصل یک به تعریف، تاریخچه و موضوع بازی پرداخته شده است. در این فصل از کتاب‌های روانشناسی بهره بسیار برده شده‌است تا بتواند بصورت اختصار تعریفی مناسب برای بازی و موضوعات پیرامون آن ارائه گردد.

در فصل دوم کتاب، به تعریف Gamification و تاریخ آن و همچنین مزیت‌ها و معایب استفاده از آن پرداخته شده‌است و سعی گردیده آشنایی کامل و در عین حال مختصری از این مفهوم بیان شود.

در فصل سوم، مولفه‌های طراحی در Gamification بصورت کامل همراه با تصاویر و مثال‌ها ارائه گردیده‌است. وجه تمایز این فصل با بسیاری از منابع دیگر در این است که علاوه بر توضیح مولفه‌های طراحی Gamification به صورت کامل و جامع، با استفاده از تصاویر و مثال‌ها سعی در کاربردی‌تر کردن موضوع بوده‌است تا این مبحث را از مبحثی صرفاً تئوریک به موضوعی قابل فهم‌تر و عملیاتی‌تر و کاربردی تبدیل کند.

نظر به اهمیت استفاده از Gamification در کسب‌وکار و سازمان، تجارت و مشاغل، در فصل چهارم این کتاب، بصورت مجزا به کاربرد آن در حیطه‌های کاری و تجارت پرداخته شده‌است و سعی گردیده با مطالب کاربردی و تئوری برای خوانندگان در این زمینه راهنمایی کافی ارائه گردد.

در فصل پنجم به موضوع کاربرد Gamification در آموزش اشاره شده‌است. بیشترین استفاده از Gamification در موضوعات آموزشی می‌باشد و حتی می‌توان مدعی شد در زمان حال حاضر اولین کاربرد این ابزار در مباحث و دوره‌های آموزشی تعریف گردیده‌است و طبیعتاً بعد از رشد این نسل و گام نهادن آنها به اجتماع، با نسلی روبرو خواهیم بود که همه چیز را در قالب بازی می‌پسندد و می‌توان پیش‌بینی کرد در آینده، Gamification روزبه‌روز گسترش بیشتری پیدا خواهد کرد.

در فصل ششم، تعداد زیادی مثال و نمونه کاربردی استفاده از Gamification در موضوعات مختلف مسائل فرهنگی و اجتماعی ارائه گردیده‌است. هدف از این فصل آشنا کردن مخاطبین با نتایج کاربردی Gamification و استفاده از طرح‌ها و ایده‌های معرفی شده در حوزه‌های عمومی‌است. همانند دو فصل قبل، در هر مثال لینک آن موضوع نیز ارائه شده تا خوانندگان برای بررسی بیشتر آن مورد مطالعاتی، به راحتی بتوانند به آن مبحث دسترسی داشته باشند و اطلاعات بیشتری در آن خصوص را بدست آورند. دیدن این مثال‌ها می‌تواند ذهن خلاق خوانندگان را برای خلق نوآوری و همچنین استفاده بهینه‌تر از امکانات در دسترس، فعال‌تر نماید و محصول و نتیجه‌ای دارای مزیت‌های این ابزارها و بدون عیب و نقص را به هموطنان خود ارائه دهند.

در فصل هفتم کتاب به کاربرد Gamification در پزشکی، سلامتی و تناسب‌اندام پرداخته شده است و محوریت این فصل با این موضوعات مرتبط با تندرستی می‌باشد.

در فصل هشتم کتاب نیز به آینده Gamification در موضوع‌های مختلف اشاره گردیده است و خوانندگان در جریان افق پیش‌رو در هر مورد قرار می‌گیرند و می‌توانند تصویری درست از آینده Gamification برای خود ترسیم کنند.

امید است این کتاب بتواند مورد استفاده خوانندگان گرامی قرار بگیرد و از زمان اختصاص داده شده برای مطالعه این اثر راضی و خرسند باشند. طبیعتاً در هر کاری استفاده از نظرات دیگران به بهتر شدن آن موضوع کمک بسیار خواهد کرد لذا از خوانندگان محترم این اثر درخواست می‌شود هرگونه انتقاد و پیشنهاد در خصوص این کتاب را با انتشارات موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران یا از طریق آی‌دی تلگرام با نویسنده کتاب در میان بگذارند، به بهترین پیشنهادات و کاربردی‌ترین آنها، نویسنده این کتاب هدیه ارزنده‌ای را تقدیم خواهد کرد.

مهران فتح‌اله‌زاده - اسفند ۱۳۹۶

Telegram ID: @MehranIRI