

## РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ ИГРЫ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ИТ-КОМПАНИИ

К.Н. Цебренько, канд. техн. наук, доцент

Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ  
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-7-1-277-280

**Аннотация.** В работе предлагается использовать геймификацию для продвижения ИТ-компаний, их продуктов и услуг. Целью работы является исследование вопросов разработки рекламной компьютерной игры для продвижения ИТ-компаний. В результате разработана игра, освещающая бизнес-процессы, связанные с предоставляемыми компанией ИТ-услугами. В каждом из них пользователь принимает непосредственное участие и представляет себя частью компании, что создает о ней положительные впечатления.

**Ключевые слова:** геймификация, моделирование, проектирование, Unity, разработка, продвижение компании.

Геймификация в бизнесе предполагает использование элементов игр для продвижения компании, ее продуктов и услуг [1]. Для это часто используют различные компьютерные игры, в том числе и онлайн-игры. В работе рассмотрены вопросы разработки программного обеспечения, представляющего собой рекламную компьютерную игру для продвижения ИТ-компаний [2].

Программа должна иметь простой и понятный пользовательский интерфейс, формировать личный профиль игрока, иметь наличие меню выбор уровней, сохранения прогресса пользователя, ведения

статистики действий пользователя [3], доступа к просмотру своей статистики из личного профиля, системы подсказок по функционированию мини-игр простые и включать в себя понятные мини-игры с интуитивно понятным управлением, не требующим специальных навыков от игрока. Главной особенностью разработки является отражение услуг, предоставляемых компанией через мини-игры.

Исследуем использование подобного приложения в деятельности компании с помощью UML модели [4]. На рисунке 1 показана диаграмма вариантов использования

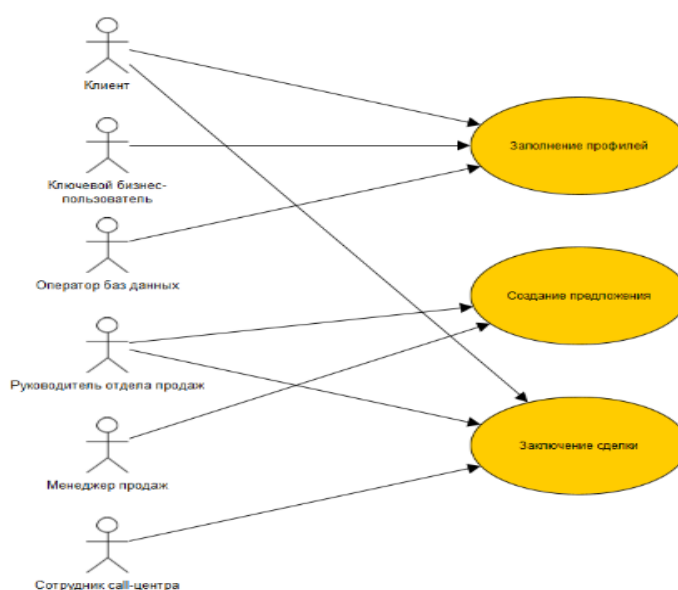


Рис. 1. Диаграмма вариантов использования

В качестве прецедентов здесь указаны «Заполнение профилей», «Создание предложения» и непосредственно «Заключение сделки». Заполнение профилей осуществляется с использованием данных игрового профиля в игре, по которому можно оценить заинтересованность клиента в продуктах и услугах компании.

При формировании предложений учитываются данные как клиентов, работающих в традиционной форме, так и заинтересовавшихся продуктами продвигаемыми, за счет использования технологий геймификации. На рисунке 2 показана диаграмма последовательности для прецедента «Заполнение профиля».

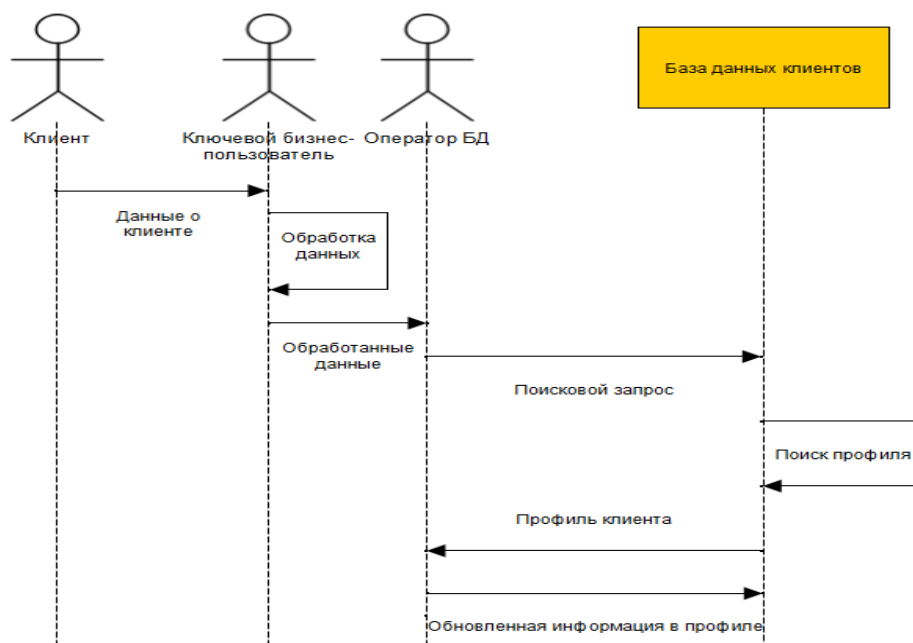


Рис. 2. Диаграмма последовательности для заполнения профиля

Таким образом данные профиля в игровом приложении приложение используется для формирования предложения и заключения сделок.

Разработана структура игрового приложения: ее центральным элементом является игровое меню. Любой другой элемент игры или структурный блок имеет прямую или опосредованную двустороннюю связь с остальными блоками.

Для реализации приложения использована платформа для разработки Unity и язык программирования C#. При запуске сцены игры, пользователь увидит вступительное видео, призванное коротко ввести его в сюжет игры и объяснить смысл будущих мини-игр. Завязка сюжета в том, что планета атакована пришельцами, и именно компания вызывается спасти мир при помощи своих бизнес-процессов сфе-

ры IT, что показано в преувеличенной драматичной форме.

Игровое меню (рисунок 3) используется как центральный элемент по двум причинам: чтобы пользователь легко и интуитивно мог получить доступ к любой желаемой функции, а также для того, чтобы, в последствии, при добавлении новых элементов не требовалось создавать новые контекстные меню.

Опция «Мой профиль» позволяет просмотреть статистику игрока, собранную за время игры. У каждого объекта есть поле «Active», определяющее включен объект или нет, отображаются ли его спрайты и можно ли с ним взаимодействовать. Созданы объекты для визуализации окна статистики. В «MenuController» добавлен метод «ShowStatistics», в нем можно деактивировать меню выбора уровней и активировать меню профиля.

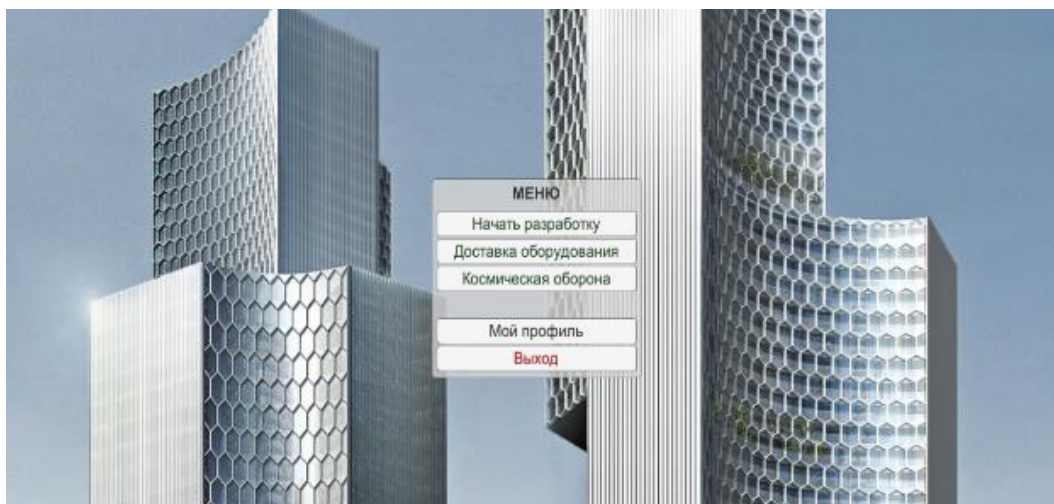


Рис. 3. Игровое меню

Выполнена сборка строки, содержащей статистику игрока. Она помещается в поле «text» объекта пользовательского интерфейса. Чтобы можно было хранить и обновлять статистику пользователя, создан скрипт «Save controller», в нем использованы переменные типов «int» и «float» для хранения текущей статистики уровня, а также методы, позволяющие манипулировать имеющимися данными.

Перед началом каждой мини-игры пользователю выводится обучающий экран, с помощью которого он сможет узнать смысл мини-игры касательно глобального сюжета, управление (описано в виде текста и показано на пиктограммах), а также условия победы и основные механики.

В первой игре пользователь принимает роль разработчика программного обеспечения компании и должен за отведенный

промежуток времени закончить проект. На кресле виден логотип компании. Результат создания сцены показан на рисунке 4.

Другая мини-игра «Поставщик». В игре пользователь управляет автомобилем доставки аппаратного обеспечения для ИТ-компании и должен без повреждений на огромных скоростях добраться до предприятия. Заключительная игра «Сопровождение и поддержка». Здесь игрок берет на себя роль ключевого бизнес-пользователя компании, он использует созданную программу и доставленное аппаратное обеспечение, чтобы победить многочисленных противников и спасти Землю от уничтожения. На дрейфующем космическом корабле прикреплен логотип компании. В центре экрана находится космический корабль. Условие победы – заполнить шкалу взлома в правой части экрана.



Рис. 4. Скриншот из игры «Разработчик»

Шкала заполняется со временем, при победе над противником, и при нажатии правой кнопкой мыши на зеленые папки, появляющиеся по всему экрану. При успешном выполнении последней игры, будет осуществлён переход на заключительную сцену. Пользователь, выполняя основные бизнес-процессы предоставления ИТ-услуг спасает землю от инопланетного вторжения.

В результате разработана игра, освещающая три бизнес процесса, связанных с

предоставлением ИТ-услуг компании. В каждом из них пользователь принимает непосредственное участие и, следя за историей, в шуточной, но вполне серьезной форме представляет себя частью организации и создает о ней положительные впечатления, что является одним из основных факторов, с помощью которых рекламные игры могут повышать продажи организации.

#### Библиографический список

1. Салий, В.В. Построение экономической информационно-аналитической системы для оптимизации управления деятельностью организации // Информационные ресурсы России. – 2021. – № 3 (181). – С. 37-40.
2. Кубатин, Д.В. Моделирование автоматизированной системы агрегации скидок, акций и предложений // Вестник ИМСИТ. – 2017. – № 4 (72). – С. 22-24.
3. Цебренько, К.Н. Распределенная система обмена уведомлениями // Вестник ИМСИТ. – 2021. – № 2 (86). – С. 39-42.
4. Цебренько, К.Н. Гибридное моделирование информационной системы агентства недвижимости // Естественно-гуманитарные исследования. – 2017. – № 17 (3). – С. 28-34.

### GAME DEVELOPMENT FOR IT COMPANY PROMOTION

**K.N. Tsebrenko**, *Candidate of Technical Sciences, Associate Professor*  
**Academy of Marketing and Social Information Technologies – IMSIT**  
**(Russia, Krasnodar)**

***Abstract.** The paper proposes to use gamification to promote IT companies, their products and services. The aim of the work is to study the development of an advertising computer game to promote an IT company. As a result, a game has been developed that highlights the business processes associated with the IT services provided by the company. In each of them, the user is directly involved and represents himself as part of the company, which creates a positive impression about it.*

***Keywords:** gamification, modeling, design, Unity, development, company promotion.*