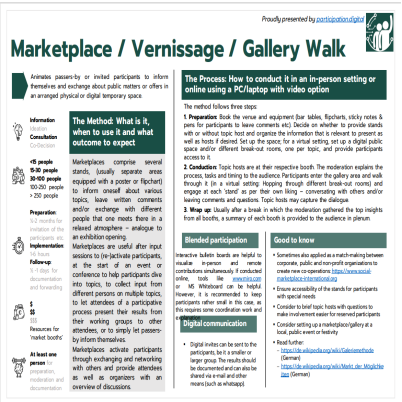


Mercado / Vernissage / Paseo de la GalerÃa

DescripciÃ³n

Mercado / Vernissage / Paseo de la GalerÃa

Marketplace / Vernissage / Gallery Camina alos transeÃºntes o participantes invitados para informarse e intercambiar sobre asuntos pÃºblicos u ofertas en un espacio temporal fÃsico o digital dispuesto.

Nivel de participaciÃ³n

InformaciÃ³n
Consulta

DuraciÃ³n del proceso de participaciÃ³n

PreparaciÃ³n: 1/2-2 meses para la invitaciÃ³n de los participantes, etcÃ©tera.
ImplementaciÃ³n: 1-6 horas
Seguimiento: 1/2 -1 dÃas para documentaciÃ³n y envÃo

TamaÃ±o del grupo objetivo

<15 personas
15-30 personas
30-100 personas

Costos

$
$$

Recursos para â??puestos de mercadoâ??

Recursos humanos necesarios

Al menos una persona para la preparaciÃ³n, moderaciÃ³n y documentaciÃ³n

El mÃ©todo: quÃ© es, cuÃ¡ndo usarlo y quÃ© resultado esperar

Los marketplaces constan de varios stands, (generalmente Ã¡reas separadas equipadas con un pÃ³ster o rotafolio) para informarse sobre diversos temas, dejar comentarios escritos y/o intercambiar con las diferentes personas que uno conoce allÃ en un ambiente relajado, anÃ¡logo a la inauguraciÃ³n de una exposiciÃ³n.

Los marketplaces son Ãºtiles despuÃ©s de las sesiones de input para (re)activar a los participantes, al comienzo de un evento o conferencia para ayudar a los participantes a sumergirse en los temas, para recopilar opiniones de diferentes personas sobre mÃºltiples temas, para permitir que los asistentes a un proceso participativo presenten los resultados de sus grupos de trabajo a otros asistentes, o simplemente para que los transeÃºntes se informen.

Los mercados activan a los participantes a travÃ©s del intercambio y la creaciÃ³n de redes con otros y proporcionan a los asistentes, asÃ como a los organizadores, una visiÃ³n general de las discusiones.

El proceso: cÃ³mo llevarlo a cabo en un entorno presencial o en lÃnea usando un PC/portÃ¡til con opciÃ³n de video

El mÃ©todo sigue tres pasos:

1. PreparaciÃ³n: Reserve el lugar y el equipo (mesas de bar, rotafolios, notas adhesivas y bolÃgrafos para que los participantes dejen comentarios, etcÃ©tera). Decida si proporcionar stands con o sin anfitriÃ³n de tema y organice la informaciÃ³n que es relevante para el presente, asÃ como para los anfitriones si lo desea. Configura el espacio; En el caso de un entorno virtual, establezca un espacio pÃºblico digital y/o diferentes salas para grupos pequeÃ±os, una por tema, y proporcione a los participantes acceso a Ã©l.

2. ConducciÃ³n: Los anfitriones de los temas estÃ¡n en su respectivo stand. La moderaciÃ³n explica el proceso, las tareas y el tiempo a la audiencia. Los participantes ingresan al Ã¡rea de la galerÃa y caminan a travÃ©s de ella (en un entorno virtual: saltando a travÃ©s de diferentes salas de descanso) y participan en cada Â«standÂ» segÃºn su propio gusto, conversando con otros y / o dejando comentarios y preguntas. Los anfitriones del tema pueden capturar el diÃ¡logo.

3. ConclusiÃ³n: Por lo general, despuÃ©s de un descanso en el que la moderaciÃ³n recopilÃ³ las mejores ideas de todas las cabinas, se proporciona un resumen de cada cabina a la audiencia en el pleno.

ParticipaciÃ³n semipresencial

Los tablones de anuncios interactivos son Ãºtiles para visualizar las contribuciones presenciales y remotas simultÃ¡neamente. Si se lleva a cabo en lÃnea, herramientas como www.miro.com o MS Whiteboard pueden ser Ãºtiles. Sin embargo, se recomienda mantener a los participantes bastante pequeÃ±os en este caso, ya que esto requiere cierto trabajo de coordinaciÃ³n y explicaciÃ³n.

ComunicaciÃ³n digital

Los tablones de anuncios interactivos son Ãºtiles para visualizar las contribuciones presenciales y remotas simultÃ¡neamente. Si se lleva a cabo en lÃnea, herramientas como www.miro.com o MS Whiteboard pueden ser Ãºtiles. Sin embargo, se recomienda mantener a los participantes bastante pequeÃ±os en este caso, ya que esto requiere cierto trabajo de coordinaciÃ³n y explicaciÃ³n.

Es bueno saberlo

- A veces tambiÃ©n se aplica como intermediario entre organizaciones corporativas, pÃºblicas y sin fines de lucro para crear nuevas cooperaciones: https://www.social-marketplace-international.org
- Garantizar la accesibilidad de los stands para los participantes con necesidades especiales.
- Considere la posibilidad de informar a los anfitriones del tema con preguntas para facilitar la participaciÃ³n de los participantes reservados
- Considere la posibilidad de establecer un mercado/galerÃa en un evento pÃºblico o festividad local
- Leer mÃ¡s:

  https://de.wikipedia.org/wiki/Galeriemethode (alemÃ¡n)

  https://de.wikipedia.org/wiki/Markt_der_MÃ¶glichkeiten (alemÃ¡n)

Compartir:

Twitter
LinkedIn
Facebook
Email
MÃ©todo de descarga
imprimir pÃ¡gina