

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ
Заместитель
председателя
Приемной комиссии
М.В. Румянцев
7 сентября 2017 г.

ПРОГРАММА
вступительного испытания в магистратуру
в форме к л а у з у р ы (1 часть)
Направление 07.04.01 «Архитектура»
Магистерская программа 07.04.01.02
«Архитектура общественных зданий и комплексов»
(институт архитектуры и дизайна)

Красноярск 2017

Содержание программы

Задание на клаузурный проект «Фирменный магазин», выполняемый в рамках вступительного испытания в магистратуру по программе 07.04.01.02 «Архитектура общественных зданий и комплексов»

Фирменные магазины в своей деятельности ориентированы на продвижение определенной торговой марки. Как правило, они реализуют товары с высокими потребительскими свойствами: эстетическими, функциональными, эксплуатационными и др. Могут быть двух видов: ведущие продажу изделий конкретного изготовителя и продажу новых модных товаров нескольких фирм, а также предлагающие авторские или экспериментальные модели. При этом товары серийного, массового производства полностью исключаются.

Фирменная торговля - это непосредственный контакт с потребителем, который включает продажу, консультации, мероприятия по изучению спроса и оценки качества товаров потребителем, апробацию новых изделий, послепродажное обслуживание. Особенностью таких магазинов является минимизация складских помещений в соответствии со спецификой продаваемых товаров. Возможно подключение дополнительного обслуживания в виде бара или кофейни, парикмахерской, фотосалона и пр., позволяющих непосредственно пробовать или использовать продукцию фирм. Возможно включение демонстрационного зала или конференц - зала для организации работы с потребителем и проведения рекламных акций.

Объектом проектирования является общественное здание зального типа, предназначенное для круглогодичного использования.

Основная задача заключается в разработке эскизного проекта небольшого отдельно стоящего торгового здания в конкретных градостроительных условиях. Для выполнения задачи необходимо:

- разместить объект в границах отведенного участка и предложить оптимальное решение по обустройству прилегающей к зданию территории;
- предложить функциональное наполнение, планировочную структуру и пространственную организацию торгового предприятия;
- создать выразительный и запоминающийся архитектурный образ фирменного магазина с учетом окружения, товарной группы и представляемого бренда.

Требования к генеральному плану.

На схеме генерального плана необходимо показать следующие элементы: здание фирменного магазина, стоянку личного транспорта, пешеходную зону (площадь перед сооружением, места для гуляния и отдыха, рекламные зоны и т.п. в соответствии с основной планировочной идеей), хозяйственную зону (проезды служебного транспорта, хозяйственную площадку, зону разгрузочно-го узла), элементы благоустройства и озеленения.

Необходимо предложить вариант застройки участка с учётом особенностей территории и функционального зонирования. Основные зоны:

1) территория под зданием магазина и общественная площадь до 500 м.кв.;

2) автомобильная парковка на 7-10 машино-мест общей площадью до 150 м.кв. (в том числе для инвалидов);

3) хозяйственный двор с одним машино-местом для грузового автомобиля, односторонним въездом, площадкой для маневрирования, зоной разгрузки, местом складирования мусора и тары общей площадью до 150 м.кв.

Требования к внутренней планировке.

Состав и площади помещений:

1. Торговая зона (в том числе тамбур, торговый зал, зона входа-выхода торгового зала с расчетным узлом, камера хранения) до 250 кв. м;
2. Производственная зона (зона предпродажной подготовки, складские помещения) до 70 кв. м;
3. Административно-хозяйственная зона (конторское помещение, комната персонала, служебный санузел, комната хранения тары и упаковки, служебный вход с тамбуром и разгрузочной зоной) до 60 кв. м.;
4. Дополнительное обслуживание (бар, парикмахерская, фотоателье, мастерская и т.п. с подсобными помещениями) до 40 кв. м

Допускается изменять площади помещений на 10-20% от указанных величин.

В проектном предложении необходимо грамотно определить взаимосвязь помещений и траектории движения потоков посетителей, персонала и товаров.

Этажность здания – не более двух этажей.

Состав проекта:

Генеральный план М 1:1000.

Фасады М 1:100 (75; 200).

Планы этажей М 1:100 (200).

Разрез М 1:200.

Перспективный вид или аксонометрия.

Руководитель магистерской программы

Л.В. Гайкова,
доцент, канд. архитектуры