

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/386160>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Дизайн

ВВЕДЕНИЕ 4

ГЛАВА I ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ТЕМЕ 7

1.1. История появления и специфика антикафе. 7

1.2. Современные дизайн-проекты кафе и антикафе 12

Выводы по главе I. 14

ГЛАВА II ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЪЕКТА ПРОЕКТИРОВАНИЯ. 15

2.1 Основные аспекты в проектировании интерьеров антикафе. 15

2.1.1 Выбор темы и стилистического решения интерьера антикафе 18

2.2 Последовательность выполнения работы 21

Выводы по главе II 28

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 29

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 32

ГЛОССАРИЙ 34

ПРИЛОЖЕНИЯ 35

ВВЕДЕНИЕ

Сложно представить личность, находящуюся вне общества. Особенно в век современных технологий каждый человек стремится найти общество по интересам, как-то разнообразить свой досуг, чтобы приятно и с пользой провести время. Отчасти досуг отражает приоритеты, ценностные ориентиры, профессиональную и творческую направленность каждого из нас. Стремительно развивающаяся инфраструктура городов помогает удовлетворить данные потребности. Сегодня появляются все новые форматы заведений таких, как кафе, рестораны, кинотеатры. Это лишь малая часть примеров так называемых «третьих мест».

Потребность объединения по интересам и приятного времяпрепровождения способствовала развитию бизнеса. Предприниматели стали придумывать все более новые возможности ее удовлетворения для различных обществ. Так и возник новый формат заведений - антикафе.

В наши дни трудно представить, чтобы какое-либо коммерческое помещение не было спроектировано под четким руководством дизайнера интерьера. Каждый владелец торговых заведений стремится создать в нем особенную, неповторимую атмосферу, быть выделяющимся среди своих конкурентов. Поэтому тема дизайна помещений всегда будет важна и актуальна, так как она рассчитана не только на отдельную группу людей, но и на целевую аудиторию в целом. Дизайнеру нужно учитывать, кто будет посещать данный формат заведения. Эта задача является абстрактной и сложной в своей структурированности и обилии различных элементов общества. К тому же, если рассматривать вопрос со стороны владельца, то создание привлекательного интерьера привлечет гораздо большее количество посетителей, что благоприятно скажется на получении прибыли. В этом и заключается актуальность дизайн-проектирования. Новизна дизайн-проекта антикафе заключается в том, что интерьер, в первую очередь, учитывает потребности и пожелания основной целевой группы. Внутреннее пространство такого заведения сочетают в себе функциональность и эстетику. Формат антикафе включает в себя приятное времяпрепровождение, уютную и комфортную атмосферу, зонирование и необычные решения декоративной составляющей дизайн-проекта. Также всегда выделяются уникальность и индивидуальность разработки дизайнерских решений интерьера.

Цель курсового проекта – дизайн-проектирование функционального и качественного общественного интерьера антикафе с учетом потребностей владельца заведения и целевой аудитории. Данное заведение должно выделяться среди конкурентов. Также целью является приобретение практических навыков работы в области дизайна, закрепление и углубление знаний, полученных при изучении дисциплины.

Задачи дизайн-проекта:

- разработать концепцию дизайн-проекта антикафе;
- изучить основную целевую аудиторию, выявить ее потребности и интересы;

- изучить помещение, отведенное под дизайн-проект антикафе;
- определить тенденции развития дизайна интерьера в данной сфере;
- изучить существующие отечественные и зарубежные аналоги интерьеров антикафе;
- выявить и изучить стилевые особенности планируемого интерьера;
- провести исследования по выявлению функционально-эстетической составляющей дизайн-проекта интерьера;
- разработать планировочное решение интерьера антикафе;
- разработать 3-D визуализацию перспективных видов интерьера антикафе.

Объектом исследования является особенность проектирования общественных помещений типа «третьих мест».

Предмет исследования – интерьеры общественного типа в городском пространстве, а именно антикафе.

Основными методами работы над курсовым проектом являются:

- теоретическое исследование и анализ полученных знаний, изучение специальной литературы;
- изучение аналогов антикафе;
- визуальная оценка аналогов проектируемого объекта – интерьера антикафе;
- обобщение изученного материала по заданной теме;
- проектирование, моделирование.

Структура курсовой работы: состоит из введения, 2 глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

В первой главе рассматриваются теоретические основы проектирования интерьера, обращение к истории появления антикафе. Раскрываются принципы визуального восприятия потребителем интерьеров антикафе, проводится анализ похожих примеров пространства, исследуются функциональные требования к проектированию антикафе.

Во второй главе содержится информация о практической реализации курсового проекта. Разбирается выбор темы и стилистического решения интерьера антикафе, последовательность выполнения работы.

В заключении представлены: краткие выводы по результатам проделанной работы, оценка поставленных задач.

ГЛАВА I ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ТЕМЕ

1.1. История появления и специфика антикафе.

В связи с меняющимися потребностями и интересами молодежи и общества в целом сфера досуга постоянно пополняется новыми идеями. Одной из них стала идея «третьего места», а именно - феномен антикафе.

Данное молодежно-досуговое пространство стало очень популярно в наши дни во всем мире. Все больше появляется таких заведений, как тайм - кафе, третье место, тайм - клуб, свободное пространство, антикафе.

Идея «третьего места» принадлежит американскому социологу Рэю Ольденбургу. По его словам первое место – это дом, где живет человек; второе место — рабочее пространство, где люди на самом деле проводят большую часть своего времени. Третье же — это место притяжения людей, способствующее их творческому взаимодействию. URL: <https://vc.ru/office/289489-kak-koncepciya-tretego-mesta-vdohnovila-osnovateley-agentstva-aero-na-otkrytie-novogo-rabochego-prostranstva> (дата обращения 20.11.2023)

Автором формата данных заведений в нашей стране считается российский писатель Иван Митин. Первое заведение он открыл в Москве в 2010 и назвал его “Дом на дереве”, основываясь на принципе: “pay-what-you-can”, лежащий в основе специфики антикафе. Этот принцип ранее был опробован в американском городе Salt Lake City. «Pay-what-you-can» означает, что посетитель платит не за еду и напитки, а за приятно проведенное время; при этом платит столько, сколько он хочет или может себе позволить. Сам же термин антикафе был принят в обиход только в 2012 году.

Антикафе “Дом на дереве” быстро обрел популярность в связи с чем И. Митин принял решение о расширении площадей и введение новой системы оплаты. Связано это было с тем, что не смотря на большое количество гостей, заведение начало терпеть убытки. Таким образом, в 2011 году было открыто новое антикафе “Циферблат”. Здесь посетители оплачивали по рублю за минуту пребывания, при этом имея безлимитный доступ к еде и напиткам. На сегодняшний день “Циферблат” является международной сетью и имеет более десяти точек в пяти странах мира.

Система оплаты и безлимитный доступ к еде и напиткам – это не единственный показатель специфики антикафе. В первую очередь, в заведениях данного формата существует строгий запрет на алкоголь, при

том как на распитие внутри помещения так и на просто нахождение внутри в нетрезвом состоянии. Еще одна особенность антикафе – предоставление посетителям полной свободы действий. Здесь каждый может найти интересное для себя занятие. С этой целью пространство антикафе разделяется на функциональные зоны:

1. Ворк – рабочая зона рабочая. Призвана создать комфортные условия для тех посетителей, которые приходят туда поработать. Среди них могут быть фрилансеры, работающие через интернет, школьники, студенты. Данная зона оборудована различной офисной техникой, в свободном доступе имеются книги и принадлежности для письма.
2. Зона реализующая развлекательную функцию. Она оборудована столами, которые можно сдвинуть между собой, в ассортименте присутствует огромное количество разнообразных настольных игр некоторые из которых приносят с собой сами посетители, а другие также находятся в свободном доступе для всех гостей заведения.

1. Артемов В.А. Психология наглядности при обучении: методические рекомендации. В.А. Артемов. М. 2008 (дата обращения 7.12.2017)
2. Дизайн интерьера. Основы профессии: учебное пособие. М.-СПб. Международная Школа Дизайна, 2014 (дата обращения 7.12.2017)
3. Дудка С. – Р. А. Эргономические характеристики целенаправленного движения и восприятия интерьера ресторанный комплекс URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/ergonomicheskie-harakteristikitselenapravlenno-dvizheniya-i-voispriyatiya-interiera-restorannogo-kompleksa>
4. Елисеенков Г.С., Мхитарян Г.Ю. Дизайн-проектирование: учебное пособие. Кемерово, 2016. 150 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> (дата обращения 7.12.2017)
5. Использование информационных и коммуникационных технологий в образовании: учебное пособие. Под ред.: Красильникова В. Оренбург: ОГУ, 2012. 292 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259225> (дата обращения 10.12.2017)
6. Красильникова В., Вержбовский Г.Б., Веселев Ю.А., Лагутин В.В., Лукашевич Э.Б. Справочник современного проектировщика. Ростов-н/Д: Феникс, 2011. 544 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271604> (дата обращения 27.02.2018)
7. Курбацкая Т.Б. Эргономика: учебное пособие. Казань: Издательство Казанского университета, 2013. 172 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=353494> (дата обращения 14.04.2018)
8. Курбацкая Т.Б. Эргономика: учебное пособие. Часть 2. Казань: Издательство Казанского университета, 2013. 185 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=353495> (дата обращения: 17.02.2018)
9. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. Новое литературное обозрение. 2014 (дата обращения 7.12.2017)
10. Основные сведения о рабочем пространстве: статья / Интернет-сайт Adobe. URL: <https://helpx.adobe.com/ru/indesign/using/workspace-basics.html> (дата обращения: 5.05.2018)
11. Соответствие эргономическим требованиям. [Электронный ресурс]. URL: <http://gardenweb.ru/sootvetstvie-ergonomicheskim-trebovaniyam>
12. Старикова Ю.С. Основы дизайна: учебное пособие. М.: А-Приор, 2011. 112 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=72693> (дата обращения: 16.11.2017)
13. Bannin James H. Special places for students: Third place and restorative place. College Student Journal. Dec 2010
14. Gustafsson Inga-Britt, The Five Aspects Meal Model: a tool for developing meal services in restaurants. Journal of Foodservice. 2006
15. Harris Cathryn. Libraries with lattes: the new third place. 2007 April 20(4) December
16. Heide, Morten Atmosphere as a tool for enhancing organizational performance: An exploratory study from the hospitality industry. European Journal of Marketing. 2009
17. Kotler Philip. Atmospherics as a Marketing Tool. Journal of Retailing. Winter 73/74
18. Laing Audrey. Examining chain bookshops in the context of «third place». International Journal of Retail & Distribution Management Vol. 41 No. 1. 2013
19. Lori Chalk, Starbucks: The Third Place. Conference Papers –American Sociological Association. December 13, 2004
20. <https://iskusstvoed.ru/2019/06/21/amerikanskij-pop-art/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/386160>