

فرم اطلاعات پایان نامه های کارشناسی ارشد و دکترای حرفه ای

نام واحد دانشگاهی : آزاد اسلامی واحد شبستر	کد واحد : کدشناسایی :
نام و نام خانوادگی دانشجو : هانیه جمالی اسفهلان شماره دانشجویی: ۹۲۰۵۲۴۹۲۱	سال و نیمسال اخذ پایان نامه : نیم سال دوم سال ۹۳-۹۴ تعداد واحد پایان نامه :
عنوان پایان نامه کارشناسی ارشد یا دکترای حرفه ای : طراحی مجتمع تجاری تفریحی با تاکید بر منطقه گرایی انتقادی در شهرک خاوران تبریز	
تاریخ دفاع از پایان نامه : ۹۴/۰۶/۲۵	نمره پایان نامه دانشجو به عدد :
تاریخ ارائه مقاله:	نمره مقاله پایان نامه دانشجو به عدد:
	نمره نهایی پایان نامه دانشجو به عدد:
<p>چکیده پایان نامه: (شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج بدست آمده)</p> <p>مراکز تجاری تفریحی به مفهوم کلی به محلی سر پوشیده و یارو بازی اطلاق می گردد که تعدادی فروشگاه را شامل گردیده که این فروشگاه ها می توانند از یک یا چند صنف مختلف تشکیل گردیدند. این محل کانون داد و ستد بوده و ارتباط مستقیمی بین عرضه و تقاضا برقرار می نمایند.</p> <p>امروزه مراکز تجاری تفریحی ساختمان های نوینی هستند که به رفع نیاز خریداران و بهبود اقتصادی، اجتماعی مهندسی مالی حقوقی انسانی فرهنگی گرافیکی و... حائز اهمیت می باشد. توجه همه جانبه به این امور باعث می گردد تا مراکز تجاری پس از ساخت از عملکرد مناسبی برخوردار بوده و بهره بیشتری نصیب استفاده کنندگان از آن ها گردد. زیرا اینگونه مورد استقبال بیشتر خریداران خواهد بود. غنای معماری بازارها را شاید بتوان از طریق واژه ها و فضاهای گوناگونی که در آن وجود دارد، توضیح داد. واژه های گوناگونی همانند تیمچه، چهار سوق، راسته و... که هرکدام دلالت بر فضاها و مکان های خاص در درون بازار دارد و نشان از فعالیت های متنوعی است که در این گونه فضاها صورت می گیرد. افزون بر آن فضاها و بناهای دیگری که در کنار بازارهای دارند همانند مدرسه، مسجد حمام و... سبب گردیده است که بازار به مثابه قلب تپنده شهر های تاریخی باشد و ایجاد مراکز خرید و پاساژها در گوشه و کنار شهر ها نتوانسته است اقتصاد متکی بر بازارها (سنتی) را دستخوش نقصان و ضعف کند.</p> <p>معماری بازار الهام بخش و سرمشق اغلب طراحان و معماران در طراحی مراکز خرید و پاساژهای جدید می باشد. اما آن چه در الگو پذیری از معماری بازارها کمتر بدان توجه شده است فضاهای اجتماعی موجود در بازارهاست که سبب گردیده است بازارها تنها مکانی برای خرید و رفع نیازهای روزمره نباشد و بسیاری از رویدادهای اجتماعی فرهنگی مذهبی و حتی سیاسی در فضاها و مکان های مختلف بازار انجام پذیرد.</p> <p>آنچه مراکز خرید، پاساژها و دیگر اماکن تجاری جدید را از بازارها متمایز می کند نبود فضاها و مکان های غیر تجاری در این مراکز است. مطالعات جامعه شناسی و روان شناسی بسیاری در کشورهای توسعه یافته در خصوص رفتار مراجعه کنندگان به مراکز خرید و پاساژها صورت گرفته است. نتیجه این مطالعات بیانگر این موضوع است که بسیاری از مراجعه کنندگان اساسا برای خرید کردن به این گونه مراکز مراجعه نمی کنند و انگیزه ها و اهداف متفاوتی برای استفاده از چنین فضاهایی برای مراجعه کنندگان وجود دارد.</p> <p>معماران و شهرسازان به عنوان تولیدکنندگان فضا نیازمند توجه به خواسته ها و انگیزه ها ی مصرف کنندگان نهایی فضا از جمله مسائلی است که آشنایی معماران با آن می تواند معماران را در طراحی فضاهای خلاقانه یاری رساند.</p> <p>تغییر ماهیت تجاری فضاهای مراکز خرید و پاساژها از کارکرد صرف تجاری به مراکز تجاری تفریحی و ایجاد فضاهایی برای اوقات فراغت و تفریح در این گونه مراکز از سالیان گذشته در کشورهای توسعه یافته رواج یافته است در چند سال اخیر نیز در کشور ما رایج شده است بسیاری از مراکز تجاری به ویژه آنهایی که از نظر موقعیت دسترسی در مجاورت محلات مسکونی و پر ازدحام واقع نشده اند با ایجاد فضاها و مکان هایی برای اوقات فراغت و استراحت مراجعه کنندگان نیازهای یک جامعه مدرن شهری را مد نظر قرار داده اند.</p> <p>در پروژه حاضر سعی شده است تا در طراحی از اصول و احکام دریافت شده از سه بخش عمده یعنی: ۱- مبانی نظری معماری ۲- اصول و احکام طراحی مراکز خرید، ۳- مکان طرح، استفاده شود. مبانی نظری طرح به انسان و نیازهای او، مکان و مولفه های ایجاد کننده حس مکان در مراکز خرید و فرهنگ و سنت و هویت و همچنین سازگاری با محیط و اقلیم توجه کند، و اصول و احکام طراحی مراکز خرید به معیارهای انتخاب سایت و اصول برنامه ریزی سایت پلان مراکز خرید و اصول طراحی دسترسی ها اشاره می کند که در کنار این به شکل (سازماندهی فضایی) و محتوا (برنامه فیزیکی و...) اشاره شده است. در مکان طرح نیز به تجزیه سایت در سه سطح ۱- طبیعی ۲- مصنوعی ۳- دید و منظر، پرداخته شده است. که در نهایت همانطور که گفته شد از ترکیب اصول و احکام بدست آمده از سه بخش بعلاوه توجه به کیفیات فضایی در نمونه کارهای معماری به طرح نهایی رسیده ایم.</p>	

امضاء معاون پژوهش و فناوری

امضاء مدیر گروه

توجه: ۱- این فرم باید تایپ شده تحویل داده شود.
۲- چکیده فوق، همان چکیده داخل پایان نامه است.