



Field work



Spielberk Office Centre

Pracovní list

Jména:

.....

Délka aktivity:	4 hodiny
Použité metody a formy:	Práce ve skupinách pod dohledem učitele
Cíle aktivity:	<ul style="list-style-type: none"> • Zhodnotit funkce města a aplikovat teoretické poznatky v praxi, • zhotovit náčrt pro vymezené území, • zhodnotit strategický význam vybraných administrativních budov, • posoudit socioekonomické využití ploch a dopravní obslužnost místa, • porovnat klady a zápory areálu z hlediska dopadu na lidskou činnost a navrhnout případné změny, • porovnat návštěvnost a demografickou strukturu návštěvníků dvou specializovaných prodejen.
Pomůcky:	<ul style="list-style-type: none"> • pero/tužka, pastelky, pracovní list, úhломěr, pravítko, kalkulačka
Motivační text:	<p>Terénní výuka se neomezuje pouze na venkovskou krajinu. Geograf by měl znát procesy probíhající ve městech. Ty zaznamenaly v posledních 25 letech výrazné změny. Města již nejsou jen místy bydlení a výroby, ale posílila především funkce služeb.</p> <p>Areál Spielberg Office Centre je příkladem nově vybudovaného komplexu, ve kterém sídlí řada poboček nadnárodních firem, ale i banky, úřady atd. Jedná se o živý organismus, který bylo nutné začlenit do stávajících struktur města. Jak se to podařilo odhalí úkoly v pracovním listu.</p> <p><i>Poznámka: Pohybujete se na frekventovaném místě. Dbejte na bezpečnost vašeho pohybu.</i></p> <p><i>Cvičení můžete vyplňovat i on-line na webu: www.ped.muni.cz/fine</i></p>

A. Plán Spielberg Office

- 1. Vytvořte vlastní plán areálu, barevně rozlište budovy sloužící pro administrativu, komerční služby, případně bydlení a další činnosti. Do plánu si popište ulice, které areál vymezují a ohraničují.**

2. Změřte nebo vypočítejte rozlohu vodních ploch v areálu – popište způsob měření/odhadu.

Rozloha v m²:

Způsob měření/výpočtu:

.....

.....

.....

.....

B. Významné budovy

1. Určete dvěma způsoby výšku tří nejvyšších budov – popište způsob měření/odhadu. Napište, jak se budovy nazývají (v případě neznalosti názvu si je pojmenujte, např. dle typického vizuálního prvku).



Název budovy:

Výška v m (1):

Výška v m (2):



Název budovy:

Výška v m (1):

Výška v m (2):



Název budovy:

Výška v m (1):

Výška v m (2):

Postup měření:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Zjistěte názvy aspoň 10 významných firem, které se nacházejí v areálu. Pokud je to možné zjistěte, čím se zabývají a ve které budově sídlí.

Název firmy	Činnost	Budova

C. Funkce Spielberk Office

- 1. Spočítejte, kolik je v areálu parkovacích míst pro auta a pro kola. Jaká je cena parkování pro auta? Podle poznávacích značek určete, jaký je podíl aut z jiných krajů než z Jihomoravského.**

Parkovací místa pro auta:

Cena parkování za hodinu:

Počet zaparkovaných aut:

z toho se značkou „B“:

z toho s jinou značkou:

Parkovací místa pro kola:

- 2. Odhadněte, kolik osob v areálu pracuje. Jaká věková kategorie převažuje jako zaměstnanci v areálu? (15–40 nebo 41 a více let).**

Počet zaměstnanců:

Převaha mladých/starých, důvod:

.....

.....

- 3. Zjistěte, jaké typy MHD areál obsluhují, jaká je frekvence spojů v ranní špičce (6–9 hod.) a mimo dopravní špičku. Využijte jízdní řády na nejbližší viditelné zastávce.**

Typy MHD:

.....

Frekvence spojů ve špičce:

.....

Frekvence spojů mimo špičku:

.....

4. Prohlídku areálu shrňte v následujících bodech – jaké jsou klady a zápory areálu pro osoby, které se v nich dennodenně pohybují (pracují zde) nebo zajíždí na nákup, co byste navrhli změnit (max. 5)

Klady	Zápory
Návrhy na změnu	

D. Hornbach vs. Bauhaus

1. Odhadněte, jaká je rozloha nákupních ploch obou nákupních center?
2. Zvolte si výhodné, ale bezpečné místo, ze kterého můžete sledovat křižovatku mezi obchodními domy Hornbach a Bauhaus. Během 15 minut spočítejte (čárkovací metoda), kolik aut odbočí k Hornbachu a kolik k Bauhausu.
3. Přesuňte se přímo před obchodní centrum a spočítejte, kolik lidí navštíví obchod ve stanoveném časovém rozmezí (15 minut), jak se na místo dopravili (auto, MHD, pěšky, jinak). Podle poznávacích značek určete, jaký je podíl nakupujících z jiných krajů než z Jihomoravského. Jaká je demografická struktura návštěvníků z hlediska věku a pohlaví.

Obchod	Hornbach		Bauhaus	
Rozloha v m ²				
Počet přijíždějících aut v době:				
Značky aut				
Počet nakupujících v době (15 minut):	mladá žena	mladý muž	mladá žena	mladý muž
	stará žena	starý muž	stará žena	starý muž
	dítě		dítě	