

عنوان مقاله:

طراحی رنگ و برند برای بسته بندی چند فرهنگی

محل انتشار:

کنفرانس ملی مطالعات هنر و پژوهش های علوم انسانی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

مجتبی الله یاری - عضو هیات علمی گروه ارتباط تصویری دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز

زهرا کریمی پور - دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

صنعت ارتباطات تصویری به رویکردی چند فرهنگی به بسته بندی نیازمند است. طراحی بسته ی چند فرهنگی، زیبایی کلی طرح است که موجب می شود به راه حلی کارکردی برای استفاده در چندین کشور تبدیل گردد. ایده ی بسته بندی چند فرهنگی زمانیمورد توجه قرار گرفت که محصولات وارد بازار بین المللی شدند. این ایده ترکیب ویژگی هایی نظیر لوگوها، رنگ ها، الزامات قانونی، ارزشها و باورهای مذهبی ای است که روشی اثربخش را برای معرفی محصولی به فرهنگ های دیگر تشکیل می دهند. این روشراهی برای پیشی گرفتن از موانع زبانی و افزایش شناخت برند است. سؤال این مطالعه از این قرار است: بهترین راه معرفی محصول از طریق زیبایی رنگ و طراحی برند طرح بسته بندی به فرهنگ های دیگر کدام است.

کلمات کلیدی:

طراحی بسته بندی، برند، رنگ، چند فرهنگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/456312>

