

عنوان مقاله:

اثر روانشناسی رنگ در طراحی بسته بندی مواد غذایی

محل انتشار:

اولین کنگره بین المللی و بیست و چهارمین کنگره ملی علوم و صنایع غذایی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

مریم مروجی - دانشجوی کارشناسی مهندسی علوم و صنایع غذایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سروستان

آرزو سیدی - دکترای مهندسی علوم و صنایع غذایی دانشگاه شیراز استادیار بخش علوم و صنایع غذایی دانشگاه آزاد واحد سروستان

خلاصه مقاله:

طراحی پوشش مواد غذایی یک روند ضروری در فرآیند بسته بندی مواد غذایی است و به طور مستقیم بر حجم فروش محصول اثر می گذارد. رنگ عملکرد خاصی دارد که نمی توان آن را با هیچ کلام یا زبان دیگر جایگزین کرد. در این مقاله، رنگ به عنوان رسا ترین زبانصری در طراحی پوشش ماده غذایی، قادر به برآوردن احساسات روانی مختلف افراد مثل، گرمی وخنکی، نرمی یا سختی و طعم می باشد. هدف از این مقاله درک اثرات روانشناختی رنگ و چگونگی استفاده از آن در طراحی پوشش کالا به منظور جلب توجه مصرف کننده به محصول می باشد

کلمات کلیدی:

طراحی بسته بندی مواد غذایی، روانشناسی رنگ، رنگ، علم رنگ شناسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/574163>

