

The **5th** BASTEHA International Packaging Design
Biennial Competition 2024

USER GUIDE

**10 YEARS OF EXCELLENCE IN
PACKAGING DESIGN**

فهرست محتوا

۲	• مقدمه
۳	• روزها و تاریخ‌های مهم
۴	• هزینه‌ها و نرخ‌های ورودی
۵	• بسته‌های تخفیف
۶	• معیارهای داوری
۷	• دسته‌بندی‌ها
۱۵	• مشخصات ورودی
۱۶	• راهنمای آماده‌سازی تصاویر و توضیحات

مقدمه

به پنجمین رقابت دوسالانه بین‌المللی بسته‌ها در سال ۱۴۰۲ خوش آمدید. شما می‌توانید با ارسال بهترین آثار خود در تنها رویداد مستقل بین‌المللی دیزاین بسته‌بندی در ایران شرکت کنید و شانس خودتان را برای بردن یکی از جوایز این رویداد معتبر امتحان کنید.

ما سعی کردیم تا به‌طور خلاصه تمام اطلاعاتی که شما برای شرکت در این فراخوان به آنها نیاز دارید را با در نظر گرفتن جزئیات مربوط به تاریخ‌ها، هزینه‌ها، پیشنهادهای راهنمایی‌هایی که شانس شما را برای برنده شدن افزایش می‌دهد را در این فایل جمع‌آوری و در اختیارتان قرار دهیم.

از اینجا به بعد دیگه با شماست ...

موفق باشید.

روزها و تاریخ‌های مهم

—	اعلام فراخوان دوسالانه	۲۲ شهریور ۱۴۰۲
روز ۹	بازه زمانی ثبت نام زودهنگام ۱	۲۲ شهریور تا ۱ مهر ۱۴۰۲
روز ۱۴	بازه زمانی ثبت نام زودهنگام ۲	۱ تا ۱۵ مهر ۱۴۰۲
روز ۵۵	بازه زمانی ثبت نام عادی	۱۶ مهر تا ۱۰ آذر ۱۴۰۲
روز ۱۰	آخرین اعلان	۱۱ آذر تا ۲۰ آذر ۱۴۰۲
—	اتمام زمان ثبت نام و شرکت در دوسالانه	۲۰ آذر ۱۴۰۲
روز ۴	اعلام نتایج مرحله اول (به صورت خصوصی)	۲ دی تا ۱۴ دی ۱۴۰۲
—	افتتاح نمایشگاه	۲۷ بهمن ۱۴۰۲

هزینه‌ها و نرخ‌های ورودی

سایر دسته‌بندی‌ها	بخش کانسپت‌ها (دانشجویی/حرفه‌ای) و زیرگروه بسته‌بندی‌های دوست‌دار محیط زیست	بازه زمانی
هزینه‌ی ورودی برای هر اثر ۲۵۰/۰۰۰ تومان	هزینه‌ی ورودی برای هر اثر ۱۲۵/۰۰۰ تومان	۲۲ شهریور تا ۱ مهر ۱۴۰۲
هزینه‌ی ورودی برای هر اثر ۳۵۰/۰۰۰ تومان	هزینه‌ی ورودی برای هر اثر ۱۸۵/۰۰۰ تومان	۱ تا ۱۵ مهر ۱۴۰۲
هزینه‌ی ورودی برای هر اثر ۴۸۵/۰۰۰ تومان	هزینه‌ی ورودی برای هر اثر ۲۵۰/۰۰۰ تومان	۱۶ مهر تا ۱۰ آذر ۱۴۰۲
هزینه‌ی ورودی برای هر اثر ۶۵۰/۰۰۰ تومان	هزینه‌ی ورودی برای هر اثر ۴۰۰/۰۰۰ تومان	۱۱ آذر تا ۲۰ آذر ۱۴۰۲

* هزینه‌های ورودی اعلام شده در هر بخش و بازه‌ی زمانی به صورت خام و بدون در نظر گرفتن مالیات بر ارزش افزوده می‌باشد که در هنگام پرداخت نهایی به آنها ۹٪ مالیات بر ارزش افزوده اضافه می‌شود.

بسته‌های تخفیف

۳

بلیت ورودی رایگان

در صورت ارسال ۱۵ اثر



۲

بلیت ورودی رایگان

در صورت ارسال ۱۰ اثر



۱

بلیت ورودی رایگان

در صورت ارسال ۵ اثر



برای دریافت کد تخفیف مربوط به هرکدام از این بسته‌ها با شماره دبیرخانه ۰۲۱-۸۸۵۶۱۸۷۵ تماس بگیرید.

معیارهای داوری

۵ امتیاز	در اینجا داوران به جنبه‌های زیبایی‌شناسی و اصول اولیه دیزاین توجه می‌کنند. آنها به دقت و با وسواس مواردی همچون: نوشتار صحیح و انتخاب درست فونت و اصول تایپوگرافی، شیوه‌ی استفاده از رنگ، استفاده‌ی به جا و مناسب از تصاویر، نشانه و تصویرسازی و همچنین استفاده‌ی مناسب از فضاهای در دسترس برای خلق یک اثر ناب را بررسی می‌کنند و به آنها امتیاز می‌دهند.	کیفیت دیزاین
۵ امتیاز	در نظر گرفتن ماهیت محصول در انتخاب شیوه‌ی دیزاین و توجه به ارزش‌های بنیادی برند از مواردی است که در اینجا مورد توجه داوران قرار می‌گیرد. هیات داوران با چشمانی تیزبین و نگاهی حرفه‌ای در جست‌وجوی خلاقیت‌ها و روش‌هایی هستند که شرکت‌کنندگان برای پاسخ دادن به انتظارات مصرف‌کننده و معرفی ویژگی‌های مهم محصول و وعده‌های برند، از آنها در دیزاین استفاده کرده‌اند.	دیزاین و ارتباط آن با برند/محصول
۵ امتیاز	مهم‌ترین عاملی که نظر داوران را به یک اثر جلب می‌کند، میزان نوآوری و خلاقیتی است که در دیزاین استفاده شده است. اصالت دیزاین و نگاه نوآورانه و متمایز دیزاینر می‌تواند امتیاز نسبتاً مطلوبی را در این بخش به دست بیاورد.	خلاقیت و نوآوری
۵ امتیاز	بسته‌بندی در برابر جامعه مسئول است. شفافیت در انتقال پیام اصلی محصول، صداقت و عدم اغراق در بیان ویژگی‌های محصول، سهولت استفاده، مسائل زیست‌محیطی، حمل و نقل آسان، کنترل حجم مصرف و مسائلی از این دست در این قسمت مورد ارزیابی داوران قرار می‌گیرد.	مسئولیت‌پذیری
۵ امتیاز	این یک واقعیت است که بخشی از امتیاز داوران بر اساس میزان ارتباط حسی آنها با دیزاین شکل می‌گیرد. این همان حسی است که دیزاین بسته‌بندی باید در مواجهه با مخاطبانش در بازارهای هدف ایجاد کند.	ارتباط حسی

دسته بندی نوشیدنی ها

— A.01 | آب آشامیدنی

آب، آب معدنی، آب گازدار و آب طعم دار

— A.02 | چای و قهوه (خشک و کپسول)

چای و قهوه ای که قبل از مصرف نیاز به آسیاب و دم آوری داشته باشد.

— A.03 | چای و قهوه (آماده نوشیدن)

انواع نوشیدنی چای و قهوه که به صورت آماده برای مصرف فروخته می شود.

— A.04 | شیر و نوشیدنی های جایگزین

شیر، شیر سویا، شیر بادام، شیرهای طعم دار، دوغ و غیره.

— A.05 | آب میوه و نوشیدنی های گازدار

انواع نوشابه، انواع آب میوه و نوشیدنی های میوه ای، انواع سیروپ و شربت

— A.06 | نوشیدنی های سالم و حاوی ویتامین

نوشیدنی هایی با فواید سلامتی، انواع دمنوش های گیاهی، عرقیات، انواع نوشیدنی های حاوی ویتامین ها و مواد معدنی، نوشیدنی های ایزوتونیک و انواع نوشیدنی های ورزشی

— A.07 | ماءالشعیر و آب میوه های ترکیبی

انواع نوشیدنی های مالت و جو، آب میوه های ترکیبی

— A.08 | نوشیدنی های انرژی زا

انواع نوشیدنی های انرژی زا

دسته‌بندی مواد غذایی

— B.01 | نان، غلات و ماکارونی

انواع نان و غلات صبحانه، حبوبات و برنج، ماکارونی و پاستا، انواع آرد، برنج و نودل

— B.02 | ادویه‌ها، سس‌ها و روغن‌های خوراکی

زعفران، روغن زیتون، سرکه، انواع سس‌ها، ترشی‌جات و غیره.

— B.03 | میان‌وعده‌های خوشمزه

چیپس، چوب‌شور، کراکر، اسنک، بیسکویت، آجیل، خشکبار، خرما، انواع دسر و غیره.

— B.04 | شکلات و انواع شیرینی‌جات

انواع شکلات، کیک، شیرینی، عسل، مربا، آبنبات و غیره.

— B.05 | ماهی، گوشت، مرغ و محصولات لبنی

ماهی، گوشت یا مرغی که به صورت تازه، منجمد و یا فرآوری شده فروخته می‌شود. ماست، پنیر، کره، تخم مرغ و غیره.

— B.06 | غذاهای آماده

انواع ساندویچ، غذاهای آماده مصرف، سوپ‌ها و بشقاب‌های رژیمی.

— B.07 | میوه و سبزیجات

میوه‌ها و سبزیجات و انواع سالاد سبزیجات که به صورت تازه، یخ‌زده، خشک‌شده یا کنسرو شده فروخته می‌شوند.

— B.08 | رستوران، فست‌فود و کافی‌شاپ

انواع بسته‌بندی پیتزا و ساندویچ، بسته‌بندی‌های بیرون‌بر، بسته‌بندی انواع سالاد، پیش‌غذا و ساندویچ، انواع سوشی و دیگر غذاهای ایرانی و فرنگی

دسته‌بندی زیبایی، آرایشی، بهداشت و سلامت فردی

— C.01 | محصولات آرایشی

ژل‌ها و اسپری‌های حالت‌دهنده مو، رژلب، مداد ابرو، کرم‌های آرایشی، پاک‌کننده‌های آرایش، مداد ابرو، لاک ناخن، ریمل، مژه و غیره.

— C.02 | مراقبت و بهداشت پوست، مو و بدن

کرم‌های مرطوب‌کننده، ضد آفتاب، ژل‌های شست‌وشو، صابون، شامپو، بهداشت زنانه، ژل‌های ضد عفونی‌کننده و غیره.

— C.03 | مراقبت‌های بهداشتی و سلامت دهان و دندان

دستمال کاغذی، دستمال توالت، خمیردندان، مایع شست‌وشوی دهان و دندان و غیره.

— C.04 | خوشبوکننده و عطر

عطر و ادکلن، خوشبوکننده بدن، انواع استیک‌های ضد عرق و غیره.

— C.05 | آرامش و ماساژ

روغن‌های درمانی و ماساژ، انواع عود و خوشبوکننده‌ها، ماساژورهای الکترونیکی و غیره.

— C.06 | پوشاک و اکسسوری

لباس، کفش، دستبند، ساعت، جواهرات، کیف، کلاه، عینک، لباس زیر، جوراب

دسته بندی خانه و آشپزخانه، بازی و سرگرمی

— D.01 | تعمیر، نگهداری و دکوراسیون

انواع شوینده های خانگی، لوازم و تزئینات خانه، گیاهان، ابزار باغبانی، شمع های معطر، مبلمان، فرش، رنگ و ابزار نقاشی، نظافت و بهداشت خانگی و غیره.

— D.02 | محصولات کودک و نوزاد

غذا، اسباب بازی، بطری، لباس، دستمال مرطوب، پوشک، کرم و غیره.

— D.03 | کالاهای خانگی

ظروف آشپزخانه، پخت و پز، کارد و چنگال، دستمال آشپزخانه، تابه، فویل و غیره.

— D.04 | کالاهای الکترونیکی

باطری، لامپ، تلفن، کامپیوتر، بلندگو، تبلت، پرینتر و غیره.

— D.05 | محصولات مربوط به حیوانات خانگی

غذا، اسباب بازی، لوازم جانبی و غیره.

— D.06 | نوشت افزار و لوازم تحریر

کاغذ، دفترچه یادداشت، خودکار، مدادرنگی، گیره و غیره.

— D.07 | محصولات دکوری و کالاهای لوکس خانگی

انواع لوازم دکوری، مبلمان، پخش کننده های عطر، آباژور، ست چای و قهوه و غیره.

— D.08 | تنباکو، سیگار و دخانیات

انواع تنباکو، سیگار، سیگار برگ، فندک، سیگار الکترونیکی، فیلتر و غیره.

— D.09 | بازی و سرگرمی

تمام محصولات مربوط به سرگرمی و اوقات فراغت، وسایل ورزشی، بازی های رومیزی و غیره.

— D.010 | خریدهای اینترنتی

تمام بسته بندی هایی که از طریق پست و یا فروشگاه های اینترنتی برای خریداران ارسال می شود.

دسته‌بندی هویت برند، مارکتینگ و بسته‌بندی‌های متصل به آن

— E.01 | برندینگ و تبلیغات

بسته‌بندی‌هایی که هویت برند را در مجموعه‌ای وسیع منعکس می‌کنند و یا طرح‌هایی که با الهام از برنامه‌های تبلیغاتی برند طراحی شده باشند.

— E.02 | هدایا و بسته‌بندی‌های ترویجی

پروژه‌هایی که درون یک سازمان برای عموم و یا مخاطبان خاص طراحی و تولید می‌شوند. انواع هدایای فصلی یا مناسبتی، تقویم‌ها، بسته‌های خوش‌آمدگویی و غیره.

— E.03 | چیدمان فروشگاه‌ها و نقطه فروش (SOP)ها

طرح‌هایی که به‌طور استراتژیک برای افزایش میزان فروش و دستیابی به اهداف مارکتینگ طراحی شده‌اند. بسته‌های چندتایی، استندها و غیره.

— E.04 | بسته‌بندی‌های هوشمند

بسته‌بندی‌هایی با عملکرد پیشرفته از طریق فن‌آوری که به مخاطبان این امکان را می‌دهند که از طریق دستگاه تلفن همراه خود با محصول تعامل داشته باشند.

— E.05 | بازطراحی‌ها

طرح‌هایی که برای یک محصول خاص و یا به‌عنوان بخشی از یک پروژه‌ی گسترده‌تر برندینگ به‌روزرسانی و بازطراحی شده‌اند.

— E.06 | مخاطبان خاص

بسته‌بندی‌هایی که برای طیف خاصی از مخاطبان خاص برند بر اساس جنسیت، قومیت و یا سن ایجاد شده‌اند.

دسته‌بندی انواع دارو، مکمل‌های دارویی و صنایع وابسته به آن

— F.01 | انواع شربت و دارو

قرص، کپسول، شربت، داروهای بایو تکنولوژی، داروهای گیاهی، ویال و سرنگ و غیره.

— F.02 | دارو، ویتامین و مکمل‌های مخصوص کودکان

شربت‌ها و قطره‌های مخصوص کودک، ویتامین‌ها، تقویت‌کننده‌ها، داروهای ضد حساسیت و غیره.

— F.03 | داروهای مربوط به بیماری‌های خاص

بسته‌بندی‌هایی که برای یک نوع بیماری خاص طراحی، چاپ و تولید شده‌اند و در آنها توجه ویژه‌ای به ماهیت دارو و مصرف‌کننده‌ی آن شده است.

— F.04 | مکمل‌های ورزشی، محصولات کاهش درد

انواع مکمل‌های غذایی، مکمل‌های ورزشی، ویتامین‌ها، ژل‌های کاهش درد و غیره.

— F.05 | دستگاه‌ها و تجهیزات آزمایشگاهی

بسته‌بندی دستگاه‌های تولید دارو، دستگاه‌های تزریق دارو، استریلیزه‌کننده‌ها، دستگاه‌های تست، دستگاه‌های اتوماسیون و غیره.

— F.06 | مواد دارویی و شیمیایی

مواد دارویی، مواد شیمیایی، مواد آزمایشگاهی، افزودنی‌های دارویی، مواد موثر و غیره.

دسته‌بندی کانسپ‌ها

— G.01 | کانسپ‌های حرفه‌ای

طرح‌هایی که توسط طراحان حرفه‌ای، آژانس‌ها، استودیوها و گروه‌های حرفه‌ای ایجاد شده‌اند و صرفاً به صورت کانسپت ارائه شده‌اند یا به هر دلیلی هنوز تولید نشده‌اند.

— G.02 | کانسپ‌های دانشجویی

طرح‌هایی که توسط دانشجویان و هنرجویان هنرستان‌ها طراحی شده‌اند و صرفاً به صورت کانسپت ایجاد شده‌اند.

دسته‌بندی سایر بازارها و دیگر رویکردها

— H.01 | کسب‌وکارهای خانگی و استارت‌آپ‌ها

انواع شیرینی و شکلات دست‌ساز، زیورآلات، ترشی و مربای خانگی، انواع شمع‌های دست‌ساز، لباس، پوشاک و دیگر محصولاتی که به صورت خانگی تولید و به فروش می‌رسند.

— H.02 | محصولات صادراتی

تمامی محصولات ایرانی که صرفاً بر اساس سلیقه و نیاز بازارهای صادراتی طراحی شده‌باشند و در بازار داخل عرضه نمی‌شوند. زعفران، پسته، عسل، خرما، فرش و صنایع دستی ایران.

— H.03 | محصولات لوکس و تک نسخه‌ای

بسته‌بندی‌هایی که برای ایجاد ارزش افزوده به محصول به صورت انحصاری برای یک محصول طراحی و تولید شده باشد.

— H.04 | محیط زیست و بسته‌بندی‌های پایدار

طرح‌هایی که با تغییر ساختار، متریکال و یا روش تولید بسته‌بندی اثرات زیست محیطی را کاهش می‌دهند و به چرخه‌ی

— H.05 | محصولات فرهنگی

بسته‌بندی کتاب، موسیقی، فیلم، بسته‌های آموزشی و غیره.

— H.06 | سایر محصولات

بسته‌بندی‌هایی که در هیچ‌کدام از دسته‌بندی‌ها قرار نگرفته یا برای اولین بار برای محصولی خاص طراحی و تولید شده باشد در این دسته قرار می‌گیرد. محصولات صنعتی، قطعات خودرو، روغن‌موتور، تجهیزات پتروشیمی، دستگاه‌ها و ابزارهای آزمایشگاهی و غیره.

مشخصات ورودی‌ها

هیات داوران برای قضاوت هرچه بهتر آثار به کمک شما نیاز دارند تا به طور کامل متوجه بشوند که چرا کار شما می‌تواند شایسته دریافت یکی از جوایز پنجمین دوسالانه بسته‌ها باشد؟ با آماده‌سازی و ارائه‌ی تصاویر مناسب و نگارش صحیح توضیحات، شانس بیشتری را برای برنده‌شدن یک جایزه‌ی عالی به کار خودتان بدهید.



اعطای اعتبار

افرادی که در انجام پروژه به نوعی به شما کمک کردند را فراموش نکنید! بسیار مهم است تا اسامی تمام همکاران خود را با ذکر نوع همکاری در ادامه‌ی توضیحاتتون بنویسید.



شرح پروژه

پروژه‌ی خود را کامل توصیف کنید و در آن معیارهای داوری را در نظر بگیرید و تلاش کنید تا نقاط قوت پروژه‌تان را به خوبی در حداکثر ۳۰۰ کلمه بیان کنید.



اتاه تصویر

عکس یا رندر دیجیتال عالی از بسته‌بندی در فرمت Jpeg با مد رنگی RGB در اندازه 3600x3600 Pixel و رزولیشن 72 ppi و حداکثر حجم فایل 5MB

سطح جوایز و بسته‌ی برندگان

جایزه برنز	جایزه نقره	جایزه طلا	جایزه پلاتینیوم
<p>اتمام برنده‌های جایزه برنزی دوسالانه بسته‌ها موارد زیر را دریافت خواهند کرد:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تندیس برنزی بسته‌ها • گواهینامه رسمی جایزه برنز بسته‌ها • دریافت رایگان یک جلد کتاب طراحی بسته‌بندی دوسالانه‌ی پنجم • بلیت رایگان ورود به مهمانی شب اختتامیه • معرفی طرح برنده در شبکه‌های اجتماعی بسته‌ها • قرار گرفتن در معرض خبرگزاری‌ها و رسانه‌های خبری 	<p>اتمام برنده‌های جایزه نقره‌ای دوسالانه بسته‌ها موارد زیر را دریافت خواهند کرد:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تندیس نقره‌ای بسته‌ها • گواهینامه رسمی جایزه نقره بسته‌ها • دریافت رایگان یک جلد کتاب طراحی بسته‌بندی دوسالانه‌ی پنجم • بلیت رایگان ورود به مهمانی شب اختتامیه • معرفی طرح برنده در شبکه‌های اجتماعی بسته‌ها • قرار گرفتن در معرض خبرگزاری‌ها و رسانه‌های خبری 	<p>اتمام برنده‌های جایزه طلای دوسالانه بسته‌ها موارد زیر را دریافت خواهند کرد:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تندیس طلایی بسته‌ها • گواهینامه رسمی جایزه طلای بسته‌ها • دریافت رایگان یک جلد کتاب طراحی بسته‌بندی دوسالانه‌ی پنجم • بلیت رایگان ورود به مهمانی شب اختتامیه • معرفی طرح برنده در شبکه‌های اجتماعی بسته‌ها • قرار گرفتن در معرض خبرگزاری‌ها و رسانه‌های خبری 	<p>این بالاترین سطح از جوایز دوسالانه بسته‌هاست و تنها به اثری تعلق می‌گیرد که بتواند بالاترین امتیاز را در مجموع آثار دوسالانه کسب کند.</p> <p>برنده‌ی جایزه پلاتینیوم دوسالانه بسته‌ها موارد زیر را دریافت خواهد کرد:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تندیس پلاتینیوم بسته‌ها • گواهینامه رسمی پلاتینیوم • چاپ اثر برنده‌ی جایزه پلاتینیوم بر روی جلد کتاب طراحی بسته‌بندی دوسالانه پنجم • دریافت رایگان یک جلد کتاب طراحی بسته‌بندی دوسالانه‌ی پنجم • بلیت رایگان ورود به مهمانی شب اختتامیه • معرفی طرح برگزیده در وبسایت دوسالانه و وبسایت بسته‌ها • معرفی طرح برنده در شبکه‌های اجتماعی بسته‌ها • قرار گرفتن در معرض خبرگزاری‌ها و رسانه‌های خبری

راهنمای آماده‌سازی تصاویر و توضیحات

آماده‌سازی تصاویر | تصویر اصلی

شما می‌توانید تا ۵ عکس یا رندر دیجیتال از بسته‌بندی خودتان تهیه و آنها را در مرحله‌ی ثبت‌نام به دلخواه بارگزاری کنید. مشاهده‌ی نتیجه‌ی نظرات و شیوه‌ی امتیازدهی داوران در چند دوره قبل نشان می‌دهد که نقش تصویر اصلی در تصمیم‌گیری نهایی برای میزان امتیازی که هر داور برای کار شما در نظر می‌گیرد بسیار مهم است. پس بهتر است بیشترین زمان را برای آماده‌کردن تصویر اصلی صرف کنید.

آماده‌سازی تصاویر | مشخصات فنی

در هنگام آماده‌سازی باید به نکات فنی و مشخصات فایل دقت کنید. اغلب شرکت‌کنندگانی که در مرحله‌ی اول شانسشان را از دست می‌دهند، طراحی هستند که به نکات فنی دقت نکرده‌اند و در نتیجه امتیاز کافی را دریافت نکرده‌اند. شما باید تصویر یا رندر دیجیتال بسته‌بندی را در اندازه 3600x3600 Pixel با رزولشن 72 ppi مد رنگی RGB در فرمت JPEG و حداکثر حجم فایل 5MB آماده و ارسال کنید.

آماده‌سازی تصاویر | تهیه تصاویر

برای تهیه‌ی تصویر مناسب نکاتی وجود دارد که با رعایت کردن آنها می‌توانید تصویر بهتری را تهیه کنید تا در صورتی که کار شما امتیاز لازم برای حضور در نمایشگاه و ورود به کتاب طراحی بسته‌بندی را به دست آورد، اثر شما به عالی‌ترین شکل ممکن به مخاطبان نمایش داده شود. در واقع این یک راهنمای فنی برای اطمینان از چاپ و انتشار صحیح تصاویر آثار شماست.

راهنمای آماده‌سازی تصاویر و توضیحات

آماده‌سازی تصاویر | عکاسی

ما به شرکت‌کنندگان پیشنهاد می‌کنیم برای تهیه عکس از یک عکاس حرفه‌ای و یا استودیوی عکاسی حرفه‌ای کمک بگیرند و یا در صورتی که می‌خواهند این کار را خودشان انجام دهند، از نورپردازی حرفه‌ای در هنگام عکاسی استفاده کنند تا تمام جزئیات و رنگ‌ها به بهترین شکل در تصویر ثبت شود.

آماده‌سازی تصاویر | رندر دیجیتال

حتما به خاطر داشته باشید زمانی که می‌خواهید از کارتان با استفاده از یک نرم‌افزار سه‌بعدی تصویری تهیه کنید، متریال بسته‌بندی را به درستی انتخاب کنید و سعی کنید جزئیات بسته‌بندی به خوبی در رندر نهایی دیده شود. همچنین باید توجه داشته باشید که رنگ‌های کارتان غیر واقعی نباشد و تا حد امکان تصویر نهایی با واقعیت بسته‌بندی شبیه باشد.

آماده‌سازی تصاویر | کادربندی

شما می‌توانید از اثرتان در زاویه‌های مختلف تصویر ارائه کنید. اما یادتان باشد که به مقیاس‌ها و محل قرارگیری تصویر در کادر دقت کنید. هرچقدر که اثر شما به واقعیت نزدیک تر باشد قابل درک‌تر است. پیشنهاد می‌کنیم تصویر کارتان را به حواشی کادر نزدیک نکنید و یا قسمتی از آن را از کادر خارج نکنید. این نکته در زمان صفحه‌آرایی کتاب دست ما را باز گذاشته و امکانات بیشتری را به ما می‌دهد.

راهنمای آماده‌سازی تصاویر و توضیحات

آماده‌سازی تصاویر | رنگ پس‌زمینه

پیشنهاد می‌کنیم از رنگ سفید و یا رنگ‌های تخت برای پس‌زمینه تصویر خود استفاده کنید. استفاده از رنگ سفید و یا رنگ‌های تخت، تمرکز بر روی طرح را بیشتر می‌کند. استفاده از انواع بافت (چوب، فلز، آجر، مقوا و ...) ممکن است باعث زیبایی تصویر شما شود اما در صورتی که این بافت‌ها به درستی انتخاب نشده باشند می‌تواند به میزان اثرگذاری تصویر شما لطمه وارد کند.

آماده‌سازی تصاویر | متن، لوگو و علامت‌های توصیفی

لطفاً از به‌کار بردن هرگونه متن، لوگو، نام طراح، نام محصول، توضیحات مربوط به شیوه‌ی استفاده و سایر المان‌ها در تصویر پرهیز کنید و هر توضیحی را که می‌خواهید در مورد کارتان ارائه دهید را در قسمت توضیحات مربوط به اثر بنویسید.

آماده‌سازی تصاویر | تنوع بسته‌بندی

در برخی موارد نیاز است که تعداد زیادی بسته‌بندی را در یک کادر نشان دهید. برای این کار می‌توانید تمام بسته‌بندی‌ها را در کنار هم با کمی فاصله بچینید و یا یک چیدمان کلی در نظر بگیرید و از این چیدمان عکاسی کنید. نکته‌ای که در اینجا مورد توجه داوران قرار می‌گیرد، میزان مهارت شما در گسترش یک طرح برای محصولات متنوع یک برند است.

راهنمای آماده‌سازی تصاویر و توضیحات

آماده‌سازی تصاویر | عملکرد و تعامل احساسی

در بیشتر مواقع این تصویر شماست که تمام جزئیات کار شما را به داوران و مخاطبان نشان می‌دهد. اگر دیزاین شما نوع خاصی از عملکرد را شامل می‌شود، حتما سعی کنید این نکته را به گونه‌ای در تصاویر ارسالی نشان دهید اما از اغراق کردن و ارسال اتوهای دستی و توضیحات متنی در کنار تصویر به شدت پرهیز کنید.

راهنمای نگارش توضیحات اثر

توضیحات متنی شما می‌تواند نقش کامل کننده‌ای در مسیر درک اثر ارسالی شما داشته باشد. این توضیحات در مراحل بعدی به همراه کار شما ارائه می‌شوند و به فهم مخاطب از ایده و مسیر دیزاین شما کمک می‌کنند.

راهنمای نگارش توضیحات اثر | نام‌گذاری پروژه

عنوان پروژه‌تان چه می‌گذارید؟ بهترین حالتی که می‌توانید پروژه‌تان را نام‌گذاری کنید این است که عنوان محصول و نام برند (X) را در کنار هم بگویید. به عنوان مثال: شکلات X، آب‌میوه‌ی X و ...
یادتان باشد که حتما باید برای اثر ارسالی‌تان یک نام در نظر بگیرید و مطمئن باشید نام پروژه‌ی شما از نظر اجتماعی مطلوب و جذاب باشد و همچنین طبقات حقوقی برایتان نداشته باشد.

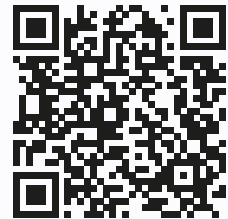
راهنمای آماده‌سازی تصاویر و توضیحات

راهنمای نگارش توضیحات اثر | توصیف پروژه

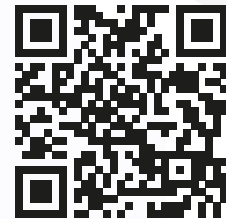
هنگام توضیح طرح خود از زبان اول شخص، اصطلاحات عامیانه یا اصطلاحات سنگین استفاده نکنید. از گفتن اطلاعات غیر ضروری پرهیز کنید و برای موثر بودن متن لطفاً به معیارهای در نظر گرفته شده برای داوری آثار مراجعه کنید. در اینجا بهتر است توضیحاتی را درباره‌ی مسیر دیزاین و نکاتی که در مسیر طراحی به آنها توجه ویژه‌ای داشتید را بنویسید. از این فرصت برای توصیف پروژه و میزان تبحر خودتان در طراحی استفاده کنید و صرفاً برای پر کردن فضای در نظر گرفته شده چیزی ننویسید. متواضع باشید و میزان علاقه‌مندی و اشتیاقاتان به طرحتان را کنترل کنید و از تعریف و تمجید اغراق‌گونه پرهیزید و بیشتر سعی کنید خودتان را در جایگاه مخاطب قرار داده و جمله‌ها و نکته‌هایی را بنویسید که چیزی به آنچه که در تصویر می‌بیند اضافه کند.

راهنمای نگارش توضیحات اثر | زبان

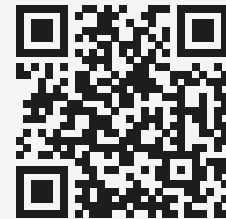
از آنجایی که هیات داوران دوسالانه بین‌المللی هستند و همچنین به دلیل امکان به اشتراک گذاری کتاب و متون با مخاطبان بین‌المللی، تمامی متون می‌بایست به دو زبان فارسی و انگلیسی (برای شرکت کنندگان ایرانی) و انگلیسی (برای شرکت کنندگان بین‌المللی) نوشته شوند.



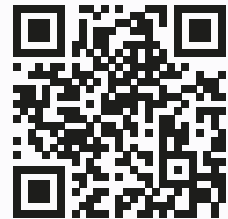
 **INSTAGRAM**



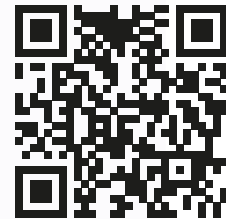
 **LINKEDIN**



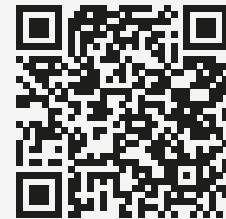
 **TELEGRAM**



 **APARAT**



 **THREADS**



 **FACEBOOK**



The **5th** BASTEHA International Packaging Design
Biennial Competition 2024

GOOD LUCK

If you have any questions, sponsorship enquiries
or any news you'd like to share, please email us
at info@basteha.com