

102 年度工業局設計人才培訓課程性別統計分析報告

壹、目標

一、辦理設計菁英前瞻趨勢國際培訓

針對在職中高階設計菁英等第一線產業人才戰力，持續經營國際設計交流培訓平台，促進國內設計人才與國際接軌，前往全球市場及國際成功企業所在地等第一現場，即時進行觀察、導入觀念、應用前瞻趨勢、培養國際視野、進而成功開拓海外市場。徹底實踐「設計學習」所秉持之現場精神，辦理國際培訓業務，培養與國際並駕齊驅之頂尖設計團隊或管理人才，提升設計美學國力。

二、辦理設計整合人才培訓

- (一) 以經濟部所進行之「2012~2014 設計服務產業專業人才供需調查」結論及建議對策為藍本，規劃符合當前產業培訓需求之內容，協助企業整備並滿足其人才需求條件。
- (二) 推動設計思維導入非設計產業及其領域人才，促進多角化人才發展，深化設計與非設計領域專業人才交流，協助非設計專業人才跨足設計流程、方法、策略及創意管理等，使非設計師亦能具備設計思維，提升企業整體戰力。
- (三) 縮短設計人才供給與產業用人期待間落差，補強學校設計教育難以面面俱到之實務整合思維，深化設計導入各專業領域之關鍵應用實務培訓，儲備產業未來戰力，精進推廣設計能量。

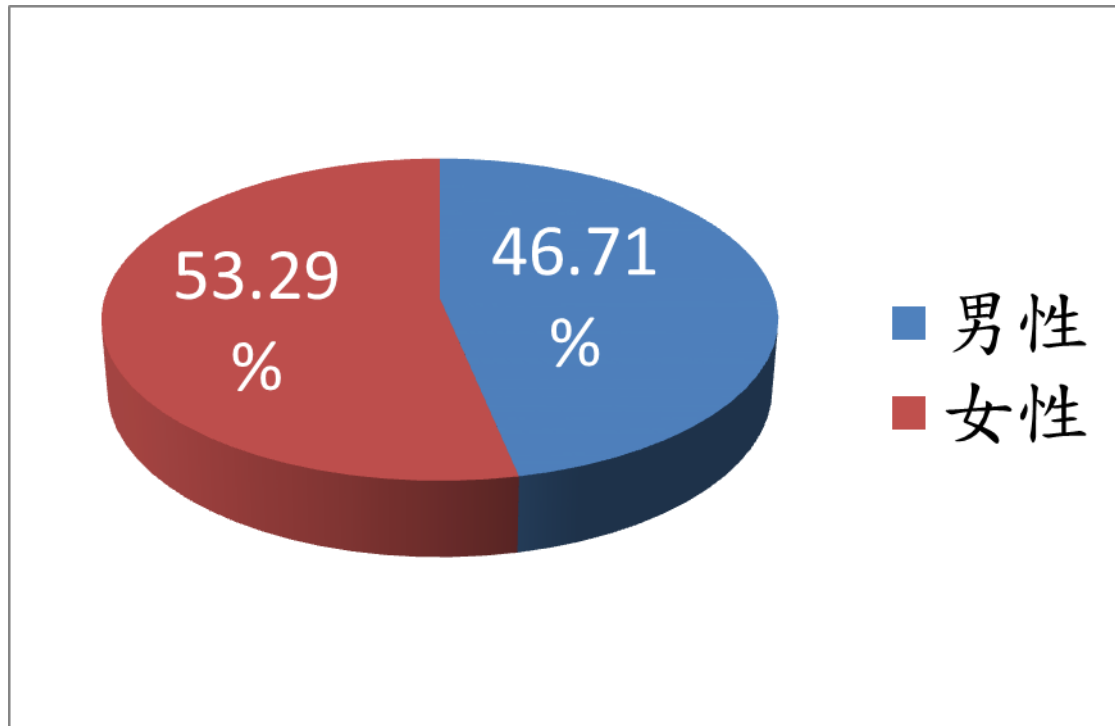
貳、培訓人數統計

「台灣設計產業翱翔計畫」辦理 102 年度設計人才培訓計畫							
辦理日期	課程名稱	課程 時數 (時)	課程 班次 (班)	培訓人數(人)			課程內容大綱
				總 計	男性	女性	
總 計		206	9	304	142 (46.71%)	162 (53.29%)	
102/06/03~ 102/06/09	日本班【設計通路學 市場經營術】	40	1	11	2	9	邀請日本當紅創意總監及買家山田遊代表講授日本市場經營訣竅，並以其敏銳眼光及豐富經驗給予學員商品提供意見。
102/06/21~ 102/07/02	法國【法式品牌的設計魔力】	40	1	11	1	10	歐洲和台灣一樣以中小企業為主，但是企業的品牌價值蘊含量及品牌操作能力遠遠為台灣所不及，本課程可促成台灣廠商師法國外的機會。
102/06/29~ 102/06/30	商品熱銷大秘辛-一堂專門為設計師打造的攝影課	12	1	22	11	11	本課程由淺入深，以設計觀點解析相機造型、照片構圖美感培養以及透過商業攝影加持產品價值，讓創意商品更有吸引力。
102/07/20~ 102/07/27	打開服務設計的秘密	12	1	31	13	18	培養國內設計師具備服務設計的能量。
102/08/24~ 102/09/24	關於創業，設計師，你準備好了嗎？	12	1	94	53	41	設計相關行業面試妙招，如何準備作品集，本課程以有志前往大型設計公司、公司部門或傳統產業設計部門的學員為主，傳授面試訣竅。
102/08/29~ 102/09/27	讓產品說話-產品行銷術	12	1	74	39	35	再好的商品沒有好的行銷手法也只能叫好不叫

							座，課程邀請工業設計、文創產業、平面攝影、設計精品行銷等專家，教導學員行銷的知識與經驗。
102/08/31~ 102/09/28	產品設計的革新 技術 3D 列印	14	1	20	10	10	講座課程讓學員對於 3D 列印能快速了解，並有利於後續的實作課程；3D 列印實際操作課程，由講師親自示範。
102/09/04~ 102/09/12	工業設計實戰培訓	24	1	32	11	21	自 2010 年起，開始辦理「包裝達人全方位培訓」課程，受到業界一致好評，更填補了學校教育對於包裝設計的匱乏。
102/09/23~ 102/10/02	美國【品牌行銷的 風格實踐】	40	1	9	2	7	全美唯一導入設計美學與品牌經營的商業實務課程，商業設計溝通零界線，與國際品牌大師 Dan Formos 進行交流。

參、性別比例彙整

將 102 年的培訓計畫參與課程的男女比例以 Pie 圖呈現如下：



肆、結論

102 年培訓計畫在推廣課程內容時，採取線上報名機制，並無性別篩選，而培訓課程學員性別女性略高於男性，並無特別不均，未來將持續朝兩性平等之方向推動。