# 100 年工業局設計人才培訓性別分析統計表報告

壹、目標

一、為強化設計加值服務重點產業，提升台灣產業設計競爭力，透過產業人才供需調查等工具，逐步縮短設計人才供給與產業界用人期待間落差，建立設計相關重點產業職能基準，促進各重點產業與設計領域進行更深化之專業整合，適時為產業發展提供關鍵設計人才，並以設計為中心樞紐，帶動不同行業間的整合，以創造新產品或新服務的可能性。

二、針對高階設計菁英，持續促進國內設計人才與國際接軌，結合前瞻趨勢應用、國際視野培養及海外市場開拓等培訓理念，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。

三、為促進設計 T 型人才發展，深化設計與非設計領域專業人才交流，以經營人才互動溝通平台。一方面協助非設計專業人才，跨足設計流程、方法、策略及創意管理等領域；另一方面亦延伸跨領域培訓，補強學校設計教育之不足，培養全方位設計人才，以強化設計人才服務能量，持續精進設計整體戰力。

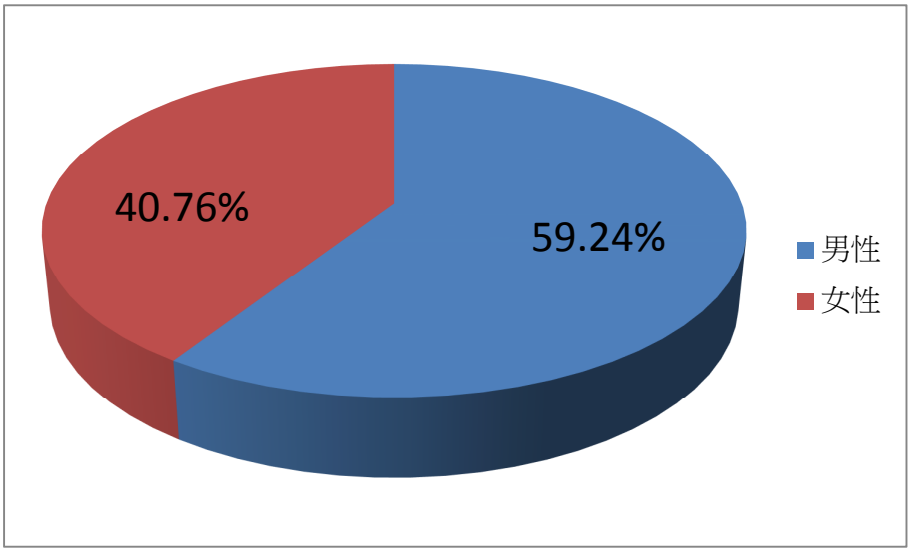
貳、培訓人數統計

| 「台灣設計產業翱翔計畫」辦理 100 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 | | 144 | 5 | 211 | 125 (59.24%) | 86 (40.76%) | |
| 100/06/04~100/06/26 | 設計流程與設計方法 | 24 | 1 | 51 | 34 (66.67%) | 17 (33.33%) | 邀請業界講師分享實務上操作設計案的流程與方法，使學員於受訓後得以應用於職場上。 |
| 100/06/22~100/07/03 | 法式品牌的設計魔力 | 48 | 1 | 10 | 3 (30%) | 7 (70%) | 與 Activecreative Design 合作規劃系列課程，將法國設計界最新趨 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | 勢及知識引進國內。 |
| 100/07/02~100/07/23 | 工業設計整合與養成 | 24 | 1 | 50 | 32<br>(64%) | 18<br>(36%) | 創意設計是產業市場競爭力的重要關鍵,透過研究如 iphone 等國際知名科技產品設計案例,探討全球性知名企業對設計師的養成，引為國內參考。 |
| 100/11/05~100/11/19 | 流行達人 in house | 24 | 1 | 50 | 27<br>(54%) | 23<br>(46%) | 本課程精選與生活息息相關當今最火紅的設計產品,藉由熱門商品延伸到設計理念、製程、色彩計畫、人因等面向的探討,使學員對設計有更進一步的了解。 |
| 100/11/06~100/11/20 | 設計大秘辛 | 24 | 1 | 50 | 29<br>(58%) | 21<br>(42%) | 設計業外表看似光鮮亮麗,然而在如夢似幻的鎂光燈下,又是多少不為人知的汗水與心血成就的呢?本課程為學員揭開設計不為人知的面紗。 |

參、性別比例彙整

將 100 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

100 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男性高於女性，但並無特別不均，未來將持續朝兩性平等之方向推動。