

101 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、串起學校教育與企業需求之間的鴻溝，擬辦理本計畫加強設計師本職學能，使設計服務業這個以人才素質為產業核心競爭力的產業得以成長茁壯。一來可縮短設計新鮮人得以於企業內獨當一面的時間，一來可強化設計從業人員特定專業技能（例如：包裝設計），使其於職場充分發揮，帶動整體產業之進步。
- 二、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。
- 三、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。
- 四、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。

貳、培訓人數統計

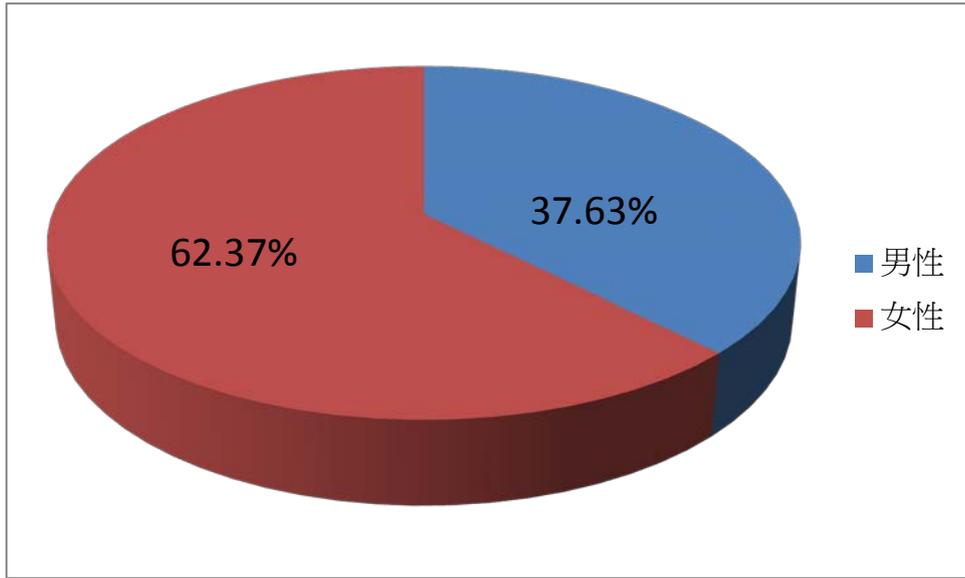
「台灣設計產業翱翔計畫」辦理 101 年度設計人才培訓計畫							
辦理日期	課程名稱	課程時數(時)	課程班次(班)	培訓人數(人)			課程內容大綱
				總計	男性	女性	
總計		334	10	295	111 (37.63%)	184 (62.37%)	
101/04/14~101/05/05	2012【設計整合人才培訓—設計職場的第一課】	24	1	41	10 (24.39%)	31 (75.61%)	專為初入社會或社會資歷尚淺的設計師所設計之課程，內容除作品集製作、成功簡報的要件、面試的致勝密訣…等，亦邀請不同產業之設計師分享學員各自產業身為設計師的甘苦談及業界生態。
101/05/12~101/06/02	2012【設計整合人才培訓—小資創業的設計實務】	24	1	56	26 (46.43%)	30 (53.57%)	因應經濟長期不景氣，小本創業的風氣益加興盛，許多文化创意產業背景的新創公司亦如雨後春筍般紛紛成立。上述這些小成本成立的新創文創公司，其行銷推廣礙於有限的預算，需強調以創意出奇致勝，也因此於店面設計、櫥窗設計、網頁設計…等不同面向之設計實務處理產生不同之面貌，本課程擬邀請小資本創業家實際現身說法進行分享，協助新創小資本文創公司成長茁壯。
101/05/17~101/05/27	紐約設計現場	40	1	8	3 (37.5%)	5 (62.5%)	搭配美國最大設計類展覽 2012 紐約當代國際家具展，辦理紐約參訪團活動。

101/06/09~10 1/07/07	2012【設計整合人 才培訓—商品呈 現的畫龍點睛術】	24	1	45	9 (20%)	36 (80%)	商品的成功,除了「先天」 功能及外觀的條件,也需 靠「後天」視覺呈現的努 力,專業的商品照讓商品 更吸睛,本課程即在教授 上述訣竅,使學員得以於 職場發揮。
101/06/22~10 1/07/03	法式品牌的設計 魔力 vol. 2	40	1	13	4 (30.77%)	9 (69.23%)	本計畫前往法國巴黎研 習法式品牌的整體塑造 及設計策略扮演的重要 角色,從中引導學員有法 式設計的品牌視野。
101/07/14~10 1/07/22	2012【設計整合人 才培訓—小資創 業的設計實務 vol. 2】	24	1	27	10 (37.04%)	17 (62.96%)	因應經濟長期不景氣,小 本創業的風氣益加興 盛,許多文化创意產業背 景的新創公司亦如雨後 春筍般紛紛成立。上述這 些小成本成立的新創文 創公司,其行銷推廣礙於 有限的預算,需強調以創 意出奇致勝,也因此於店 面設計、櫥窗設計、網頁 設計…等不同面向之設 計實務處理產生不同之 面貌,本課程擬邀請小資 本創業家實際現身說法 進行分享,協助新創小資 本文創公司成長茁壯。
101/07/14~10 1/09/01	2012【設計整合人 才培訓—設計職 場的第一課 VOL. 2】	34	1	30	15 (50%)	15 (50%)	專為初入社會或社會資 歷尚淺的設計師所設計 之課程,內容除作品集製 作、成功簡報的要件、面 試的致勝密訣…等,亦邀 請不同產業之設計師分 享學員各自產業身為設 計師的甘苦談及業界生 態。
101/08/21~10	2012【設計整合人	24	1	26	7 (26.92%)	19 (73.08%)	培養有能力規劃、執行工

1/08/30	才培訓—工業包裝實戰培訓】						業包裝專案的包裝設計師，於專案執行時，不僅考慮產品的保護，舉凡環保、物流、包材運用、包裝安規及包裝測試皆列入考慮，真正成為一位全方位的工業包裝設計師。
101/09/08~101/12/15	2012【設計整合人才培訓—設計商品化的第一課】	60	1	40	20 (50%)	20 (50%)	協助設計新鮮人了解設計產業現況及相關產業生態、實際運作情形，並提升其進入設計職場的相關技能。
101/10/29~101/11/03	聰明設計安心學 Smart Design	40	1	9	7 (77.78%)	2 (22.22%)	本培訓班以【安心】為主軸，從企業觀點及使用者觀點等不同角度切入，邀請兼具實務經驗及教學專長的三位人氣講師，以實例講解搭配工作坊的方式，帶入日本最新設計流程工具，提升設計流程前段的思考效率，帶大家思考如何以【安心】創造設計價值。除了上述精彩講座外，期間亦搭配參觀日本人氣設計展【東京設計師週】及【DESIGNTIDE】，所有的課程設計希望學員可兼具理論與實務之面向，並將所學運用於工作上。

參、性別比例彙整

將 101 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

101 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。