

表 A7 專業相關知能分析表

服飾設計管理系所需專業相關知能			
所需職責	所需任務	專業技術知識	專業基礎知識
P-1-1 服飾創意設計 思維發想	P-1-1-1 創新思考	1. 創意設計思維	1. 培養創新思考的習慣 2. 了解創造力研究發展與創意思考方法的形成背景
	P-1-1-2 進行創意評價	1. 歸納創意構思發展	1. 能分析創意的思維結構 2. 能分析設計作品 3. 瞭解思考策略
	P-1-1-3 熟悉設計方法與策略	1. 理解各種創意思考方法的運用過程與操作步驟	具備基礎設計能力
	P-1-1-4 進行視覺藝術化表現	1. 能具體描述創意 2. 能繪製創意草圖	具備基礎設計能力 造型能力與經驗
P-1-2 服裝描繪	P-1-2-1 使用不同的彩繪媒材	1. 熟悉炭筆、鉛筆素描特性 2. 熟悉廣告顏料、水彩等繪畫特性	1. 熟悉基礎素描技巧及理論
	P-1-2-2 描繪人體	1. 人物繪畫與速寫 2. 洞悉人物性格動作	1. 熟悉人體結構比例 2. 理解人物表情及肢體語言
	P-1-2-3 描繪場景	1. 捕捉場景調性 2. 熟悉風景畫表現	1. 熟悉圖學透視原理 2. 基礎表現手繪能力
	P-1-2-4 描繪物件	1. 熟悉靜物畫表現 2. 繪製設計素描	素描基礎
	P-1-2-5 嫻熟應用繪畫技巧	1. 能分析繪畫形式原則 2. 應用繪畫進行概念表現 3. 具創作分析能力	1. 熟悉基礎繪圖技巧及理論 2. 了解進階創作形式
P-1-3 基礎設計能力 與觀念養成	P-1-3-1 能使用各種設計工具與製圖儀器	1. 操作一般電腦繪圖設計軟體 2. 使用一般製圖儀器 3. 瞭解設計工具使用表現方式	1. 瞭解電腦輔助設計特性
	P-1-3-2 具設計美感敏銳度	1. 評價設計作品 2. 掌控美感品質 3. 閱讀理解文案 4. 有判讀媒體的能力	1. 熟悉中西服裝史 2. 熟悉美學批判方式 3. 具備造型及色彩美感之設計能力 4. 理解藝術與設計史的意義 5. 瞭解平面設計史基本概論
	P-1-3-3 應用各設計媒體特性	1. 具陳列展示設計基礎認知 2. 具整體造型設計基礎認知 3. 具備色彩計劃與應用發展之能力	1. 熟悉基礎設計理論 2. 具備設計學科基礎知識 3. 瞭解流行設計與行銷原理 4. 瞭解色彩的基本原理

P-1-4 服裝構成設計 能力與觀念養成	P-1-4-1 服裝構成原理	1. 評價設計作品 2. 掌控美感品質 3. 有判讀媒體的能力	1. 熟悉基礎構成理論 2. 具備設計學科基礎知識 3. 瞭解流行設計原理
	P-1-4-2 服裝樣版構成原理	1. 理解各種技巧方法的運用過程與操作步驟	1. 熟悉人體結構比例 2. 熟悉基礎繪圖技巧及理論
	P-1-4-3 執行服裝構成流程	1. 具備服裝製作的能力	1. 具備製成過程之理論
	P-1-4-4 操作服裝構成軟體	1. 了解服裝構成電腦工具表現技巧	1. 瞭解電腦輔助設計特
P-1-5 服裝設計	P-1-5-1 服裝構成原理	1. 掌握人體結構比例 2. 熟悉基本製圖技巧	1. 熟悉人體結構比例 2. 瞭解平面製作基本概論
	P-1-5-2 服裝設計與企劃	1. 有判讀流行資訊的能力 2. 理解各種服裝設計與企劃創意思考方法的運用過程操作步驟	1. 具備造型及色彩美感之設計能力 2. 熟悉中西服裝設計概論 3. 流行資訊的分析能力
	P-1-5-3 執行服裝設計流程	1. 具備服裝設計與製作的能力	1. 瞭解服裝設計的能力
	P-1-5-4 操作服裝設計軟體	1. 操作一般電腦繪圖設計軟體 2. 使用一般製圖儀器 3. 瞭解設計工具使用表現方式	1. 瞭解電腦輔助設計特
P-2-1 行銷與管理的 研究分析	P-2-2-1 行銷市場管理定位	1. 確認公司行銷定位程序 2. 蒐集市場市場競爭者及顧客資訊 3. 進行行銷策略定位各階段分析	1. 瞭解資訊蒐集方法
	P-2-2-2 企業管理理論與架構	1. 選定評估行銷策略可行性的標準 2. 根據組織外行銷環境因素，評估行銷策略的可行性 3. 根據組織內的人力資源及實體資源分析行銷策略的可行性	1. 瞭解組織外行銷環境的因素(社會、人口、經濟、科技…等) 2. 瞭解組織內可用的行銷資源
	P-2-2-3 行銷之市場現況與研究	1. 熟悉收集市場資料之調查方法 2. 確認出公司產品之市場競爭者 3. 透過各種管道蒐集競爭品之產品、價格市場資料	1. 瞭解市場資訊研究方法
	P-2-2-4 流行行銷計劃	1. 分析消費者購買行為與購買決策 2. 執行消費者決策過程 3. 分析消費者購買後	1. 瞭解消費者購買行為與決策 2. 瞭解消費者決策過程 3. 瞭解消費者購買後行為

		行為 4. 分析及歸納不同消費者之消費屬性	
	P-2-2-5 規劃及選擇適當的行銷策略	1. 根據策略分析程序執行目標市場之策略分析 2. 進行市場機會點分析 3. 運用行銷組合概念、產品組合矩陣及策略機會矩陣進行策略規劃 4. 建立最佳策略選擇準則以選擇策略	1. 瞭解組織競爭策略理論知識 2. 瞭解組織經營策略理論知識 3. 瞭解目標市場策略內容 4. 瞭解行銷研究計畫進行步驟 5. 瞭解市場機會點分析、行銷組合概念、產品組合矩陣、策略機會矩陣
P-2-2 流行商品展示企劃	P-2-2-1 流行商品展示企劃	1. 蒐集目標顧客的相關資訊 2. 確認出目標顧客的需求 3. 分析出目標顧客尚未被滿足的需求	1. 瞭解目標顧客與市場區隔
	P-2-2-2 流行商品展示企劃之執行	1. 撰寫分析報告書 2. 將內外部環境分析結果作有系統的陳述	1. 商品展示企劃
	P-2-2-3 評估行銷廣告的效能	1. 建立評估行銷廣告效能的效標 2. 分辨不同評估廣告效能的模式	1. 瞭解廣告與市佔率、消費者、品牌忠誠度、商品屬性間的關係 2. 瞭解及選定評估廣告效能的模式
P-2-3 經營管理規劃	P-2-3-1 根據組織策略，進行各部門的經營策略之內容規劃	1. 針對企業內作業與資訊流程進行分析 2. 根據組織策略規劃部門政策 3. 協調與整合各部門經營策略	1. 瞭解企業內作業與資訊流程 2. 具備協調各部門經營策略的能力
	P-2-3-2 安排及規劃部門，工作職責與任務	1. 各種規劃的工具、理論與技術 2. 安排及指派人員工作職責 3. 劃分各部門工作職責	1. 瞭解流程規劃理論 2. 具備運用各種規劃的工具與技術的能力
檢核項目			是否符合
1. 是否有列表 A5 中專業能力所有的職責與任務……			是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>
2. 每項任務是否儘量列出所需的專業技術及安全知識…			是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>
3. 每項任務是否儘量列出所需的專業基礎知識……			是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>