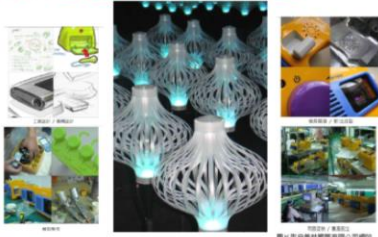


分項計畫名稱	提昇資訊力
活動名稱	就業職能圖書推廣活動/職能相關考試之講座(1)
活動日期	104年5月21日
執行情況 (活動辦理情形摘要)	
<p>本次活動「實踐設計玩商品，兩人也能撐起創意天地」，邀請工設系的校友游伯勳先生擔任講者，在職場的十多年自我磨練中，輾轉設計、企劃、國際業務、製造等職位，而後成立美鈦國際有限公司，建立了一個具有「概念→設計→模型→開模→射出→量產」各階段皆可切入或單獨執行的單一窗口業務模式。客戶只要找到他，就可以經由溝通，逐步到量產，毋須在不同階段尋找不同窗口，耗費資源。</p> <p>講座內容</p> <p>主講人開公司之後一個人扮演許多角色，包括設計師、工程師、產品經理、銷售業務等，工業設計、產品企劃、行銷企劃、國際行銷等能力都是在就業期間累積起來的，最後才能自立門戶，成立公司並運用前述能力提供客戶「設計製造一體化」的服務；並且要持續進修、終身學習。</p> <p>工業設計師應該知道的八個神秘密碼：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 不斷自我挑戰，達到顛峰：以 Dyson 設計師為例，從概念到量產埋首改進產品功能、必須忍受孤獨與旁人冷嘲熱諷。5 年內共製作 5,127 個模型，反覆功能驗證、持續改進、直到完美，方能達到全英所有 1/3 家庭使用 dyson 吸塵器的成就。 ● 工業設計師、平面設計師與漫畫家三者的差別：漫畫家提供的是一時還無法實現的夢想例如任意門、平面設計師無法以實體的產品增進人類福祉、只有工業設計師能對人類生活福祉產生直接影響。 ● 逆轉勝：人生充滿挑戰，設計的道路也充滿艱辛，遇到困境與危機時，必須學習逆轉勝。 ● 死亡曲線：為自己或公司所開發的產品，不會下週一就上架進賣場開始銷售。它會耗掉一段不算短的時間。開發一個新產品，從概念到量產約需 9 個月時間，因此開發時競爭對手並非目前市場上的產品，而是九個月後的、有更多功能、或是已降價的產品。 ● 5 個步驟 2 個階段：無論開發什麼新產品，程序都大同小異：概念 > 企劃 > 驗證 > 設計 > 量產 ● 利害關係人：無論開發什麼產品，都需要先弄清楚設計給誰用、更重要是付錢買單的人。誰最終會掏錢買，比設計給誰用重要。 ● 利用群眾募資：想實現夢想，但缺乏資金時，除了尋求 3F（家人、朋友、傻瓜）之外，還可以透過群眾募資網站籌款，只要創意能打動人心，錢就不是問題。 ● 利用跨領域協作：當自己的專業、視野有限，可以適時請教專家協助，縮短產品開發流程，站在巨人的肩膀上可以看得更遠、也為自己灌頂。跨領域合作的團隊可以彌補自己的不足、拓展自己的視野。 	

實踐設計玩商品

兩人也能撐起創意天地



2015年5月21日 (週四) PM7:00-9:30

圖書館四樓開放式演講區 美鈦國際 游伯勳

該公司除了進行醫療產品的開發外，主要業務是從設計製造一體化的整合性產品開發服務，輔助客戶將概念轉化為產品。



聯絡人 圖書館 柯文琪 29089699#4294
 報名網址: <http://goo.gl/R4Nyy4C>
 參與之同學，將協助申請圖書公假



設計者系級：圖書館

姓名：柯文琪

