

職能單元代碼	AVA4R2157v2
職能單元名稱	進行品牌及辨識度的平面設計
領域類別	藝文與影音傳播 / 視覺藝術
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、詮釋創作說明</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依據<u>品牌及辨識度目標</u>【註1】規劃設計構想 2. 蒐集更<u>廣泛情境</u>【註2】素材以增進設計作品之參考 3. 諮詢<u>適當人員</u>【註3】對於<u>品牌或辨識度作品的範圍和性質</u>【註4】的建議 4. 協商及確認實際考量，包含時程及預算需求 <p>二、評估品牌及辨識度的潛在方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 考量<u>品牌及辨識度</u>【註5】的現有及新興趨勢和構想 2. 分析市場客群對<u>品牌辨識方法及品牌策略</u>【註6】 3. 確認影響品牌及辨識度的產品因素 4. 評估及回應關於<u>品牌及辨識度設計的法規限制</u>【註7】考量 <p>三、提出及評估構想</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 確認和取得<u>品牌及辨識度參考資料</u>【註8】 2. 發掘鞏固<u>品牌及辨識度設計的關鍵問題</u>【註9】 3. 嘗試不同技術及媒介為提出構想必要條件 4. 提出支持客戶主要目標的設計構想 5. 透過共同合作提出構想 6. 反思關於技術、創意與預算的構想 7. 改善及選擇最能平衡整體需求的方法 <p>四、發展支持品牌及辨識度的設計</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依據初步概念發展設計，確保所有產品及設計因素皆納入考量 2. 透過充分運用<u>設計元素及原則</u>【註10】和<u>考量生產因素</u>【註11】，實現初步構想的設計 3. 將概念及技術專業合併到設計的解決方法中 4. 於設計過程參與進行中的測試，共同<u>創意協作及改善</u>【註12】程序 5. 與其他領域的專家【註13】連繫關於技術、法規與

	<p>商業需求</p> <p>五、完成設計</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 協商及同意設計所需的修改及調整 2. 建立正確及完整的<u>文件</u>【註14】以支援生產過程 3. 向適當人員展現及確認設計完成品 <p>六、評估設計作品及程序</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依據設定的目標評估設計完成品 2. 依據創意、技術與商業考量...等評估作品 3. 分析及評估客戶和其他人的回饋 4. 反思自我在設計過程的角色並記錄後續需改善處 5. 規劃個人未來在技能發展的策略
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、品牌及辨識度領域的現行和新興趨勢及概念</p> <p>二、參與品牌及辨識度設計工作的主要人員及其角色、責任與相互關聯</p> <p>三、各類型品牌及辨識度的設計專案及所應用的特殊考量</p> <p>四、消費者對於不同類型產品和服務的品牌及辨識度的反應方法</p> <p>五、各種平面及數位媒體的設計類型的生產因素</p> <p>六、關於品牌及辨識度設計的構想來源</p> <p>七、正規的設計原則及元素</p> <p>八、平面設計使用的協作程序</p> <p>九、使用於設計過程的主要及創意思考技術</p> <p>十、關於品牌及辨識度設計的智慧財產權議題及法規</p> <p>十一、品牌及辨識度設計的<u>永續性考量</u>【註15】</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、溝通技能：清楚說明書面提案及創意說明、在複雜構想及專案團隊合作、為討論和回饋提出構想、產出正確及詳細的設計文件...等</p> <p>二、分析性思考及分析技能：評估品牌及辨識度需求並提出精緻的設計方法、自複雜及各種資訊和構想改善主要想法和方法</p> <p>三、讀寫技能：閱讀相關參考資料與文件之技能</p> <p>四、自我管理技能：設計挑戰的新式和創意方法機會</p>

	<p>五、問題分析與解決技能：處理複雜技術及概念挑戰，發展創意解決方式</p> <p>六、科技技能：使用現行平面設計軟體程式的進階特色、使用網路作為研究工具...等</p>
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 構想及創作出關於品牌及辨識度的專業平面設計解決方法2. 使用設計元素及原則於各種品牌及辨識度的專案3. 在創意、技術與組織議題...等的團隊合作 <p>二、評量情境與資源：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 取得產業現有設計相關技術2. 與其他人合作所展現的設計過程 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 評估受評者對於產業專業發展的設計解決方法2. 評估受評者發展完成的作品3. 評估受評者構想、規劃與完成作品...等的程序4. 評估關於按時完工且符合預算的專案管理證明的成效5. 評估受評者日誌或其它展現設計發展...等的文件6. 提問和與受評者討論其目的及作品成果7. 檢視作品集8. 檢視由具經驗的從業人員所提供的第三方報告

說明與補充事項	<p>【註1】品牌及辨識度目標：包含企業辨識度、企業品牌、產品品牌。</p> <p>【註2】廣泛情境：包含廣泛市場目標、客戶偏好及看法、成本限制、組織內企業品牌及辨識度的現行方法、產品或組織現階段在市場上的位置、產業趨勢專案的主要關係、組織的整體方向及理念、設計師的角色開始及結束。</p> <p>【註3】適當人員：包含藝術總監、客戶、創意總監、雇主、影像專家、資訊科技專家、經銷商、指導者、其它藝術家及設計師、潛在客戶、公共關係顧問、管理者。</p> <p>【註4】品牌或辨識度作品的範圍和性質：包含企業素材設計（例如：品牌及辨識度的標準及手冊、文具用品）、數位設計（例如：內部網路、行動電話、平板電腦、網站）、遊戲設計、商標設計、招牌設計、特定產品品牌。</p> <p>【註5】品牌及辨識度：包含改變消費者行為、改變社會習慣、消費者的成熟度、人口統計模式、科技影響、品牌、辨識度與商業之間的關係、各類型圖像。</p> <p>【註6】品牌策略：包含品牌（例如：建築、社區、文化、公平、本質、擴展）、聯合品牌、企業品牌及產品品牌...等。</p> <p>【註7】法規限制：包含競賽活動、智慧財產權、著作權。</p> <p>【註8】參考資料：包含數位影像、影片及錄影、網路、模型、市場數據、個人經驗、產品資訊、攝影、先前的作品、參考書籍、期刊與教科書、劇本、科技數據、其他設計師作品、寫作。</p> <p>【註9】問題：包含該設計如何反映組織的價值及理念、該設計如何展現組織關注的事物、該設計如何脫穎而出、客戶欲達成的目標為何、實際需考量的因素為何、該設計尋求建立的關係為何、該設計</p>
---------	--

	<p>的目標對象及目標對象對於圖片和文字的反應為何。</p> <p>【註10】設計元素及原則：包含校準、平衡、連貫性、色彩、構圖、對比、方向、支配性、重點、形式、線條、動態、圖案、正負空間、比例、相似性、副本、律動、形狀、簡易或複雜、附屬性、結構、一致性。</p> <p>【註11】生產因素：包含印刷需求、各種媒體使用的作品...等。</p> <p>【註12】創意協作及改善：包含客戶諮詢、與同儕的非正式會議、模型、技術討論、座談會構想。</p> <p>【註13】其他領域的專家：包含廣告、影像、資訊科技、市場、公共關係、研究、寫作</p> <p>【註14】文件：包含創意基本原理、藝術完成品、印表機說明書、產品規範、技術數據。</p> <p>【註15】<u>永續性考量</u>：產品設計時的延用性考量。</p>
--	--

更新紀錄

2020年修訂職能內容。