

## 國立水里商工觀光事業科 SWOT 分析

內部條件       外部環境	優勢(Strengths)	劣勢(Weaknesses)
	S1: 專業教室設備齊全，學生充分練習，實務能力佳。 S2: 訓練雙外語能力，培養國際觀，深具發展潛力。 S3: 課程能與在地產業及各項活動相結合。 S4: 畢業升學率 100%。 S5: 證照取得率九成以上。	W1: 十二年國教在地就學，較難吸引外縣市優秀學子。 W2: 地處偏遠交通不便，學生缺乏至產業界實習之實務經驗。 W3: 城鄉差異，缺乏文化刺激，學生較無競爭力。
機會(Opportunities)	SO(增長性策略)	WO(扭轉性策略)
O1: 南投縣為觀光大縣，有利特色課程發展與學生參訪學習。 O2: 觀光產業品質提升、多元化與精緻化，需要更多觀光專才。 O3: 旅遊產業發展蓬勃，陸客來台人數激增，就業機會提升。	1. 提升本科實習輔導機制，加強與產業界之互動連結。 2. 推動本科校本位特色課程，深化學生特色課程實務能力。 3. 善用實習設備，強化學生實務操作能力。 4. 加強雙外語能力，提高升學及就業能力。	1. 遴聘產業界專業人士，以專業成長及協同模式，使學生與職場接軌，掌握職場脈動。 2. 善用外部單位(策略聯盟或產業界)提供之資源，促進學生學習，強化實作能力。 3. 加強教師專業發展與能力，提升教學成效。
威脅(Threats)	ST(多元性策略)	WT(防禦性策略)
T1: 水里地區地處偏遠，交通不便。 T2: 受限於職業學校群科課程規範，與餐飲科課程重疊相近，缺乏明顯之特色課程。 T3: 鄰近私校增設觀光科，及少子化影響，競爭激烈招生不易。	1. 與在地產業緊密結合，增加校外參訪學習機會。 2. 建立策略聯盟學校，提供學生廣泛的學習機會。 3. 配合學校政策與活動，增進與家長、學生之關係，達良好口碑行銷。	1. 推動並強化專業實務課程，提高學生學習興趣。 2. 建立有別於他校之科特色，吸引優秀學生就讀。 3. 配合教育政策與學校願景目標，適時調整擬定科指標及課程規劃，符應需求。