

美國私立大學年會 定位私校未來發展走向

駐波士頓臺北經濟文化辦事處文化組

在私立大學成群的环境之中，只有將自己的品牌清楚定位的學校，才能在眾多競爭者當中脫穎而出。許多學者聚集在國際獨立大學協會（National Association of Independent Colleges and Universities）的年會中，對這項議題進行密切的討論。

近年來許多大學校長也秉持同樣的信念，學校或機關團體唯有建立自己品牌的獨創性，才得以在經濟衰退的大環境下創造生機。品牌獨創性包含設定長期、中期、短期目標，淘汰無法符合既定目標的課程，協助高等教育行銷的企業史塔馬茲(Stamatz)資深副總裁羅伯特·塞維爾(Robert A. Sevier)指出，更現實的是從教職員中去蕪存菁。

在他的演講專題中提到「六種對時間的挑戰與機會」策略，經濟危機其實提供給私立大學另一線生機，藉著整併無法自立更生的學校，可促進私立大學的整體發展。事實上，塞維爾先生認為現在正是好時機！他建議大學負責人從研究或合約著手來募取經費，並仔細審核目前現有的經費預算。

另一場演講專題是關於「形象就是一切」，一位品牌行銷顧問建議參加會議的學者好好經營自己的學校機關所給人的印象，希望除了傳遞一致的訊息外，也能給人共鳴。辛普森史卡布洛(SimpsonScarborough)集團執行長，伊莉莎白·史卡布洛(Elizabeth Scarborough)表示，個別的學術單位所發展的招募及行銷企畫，無法與組織的整體發展同步是一般常見的現象，此外，組織的形象管理需由一位代表領導統整，像是不同部門傾向創造不圖的 Logo 標誌與其他不分作為區分，但其實一個品牌形象良好的組織企業，絕不會擅易更動 Logo 標誌的顏色或形狀，但這種現象在校園裡十分常見。

在組織領導的演講專題裡，前任 Beloit 大學及紐約聯合大學校長羅傑·霍爾(Roger H. Hull)，同時也是紐約 Schenectady 青年基金會的執行長，在他的著作「領導或離開—給大學校長和董事會成員的入門秘笈」提到幾項訣竅：

- 從事大學教育事業應避免住高級房屋或開高級車，因為投資人會認為他們所投資的前並沒有被合宜的花用。霍爾先生的名言是「為工作而生活，而非為生活而工作」，他負擔自己所選擇居住和使用的房子與車子。
- 必須接受自己成為大學校長後所接受的社會輿論壓力，你就像是生活在水族箱裡的金魚，要確定你的配偶也與你的生活步調一致，否則也會像我一樣犧牲婚姻生活。
- 要隨時敞開大門，也要主動向外發展，瞭解外面的世界。

- 如果某場會議你只能待上一會兒，寧可在會議結束前到場，也不要提早離場。晚來代表你忙於其他會議，早走代表你對這會議沒興趣。
 - 試著回覆每一封電子郵件，可將潛在性的衝突對立遲早化解。如果你發現員工會議裡有不滿的意見，試圖找不滿的員工談談，看看能否將大事化小、小事化無。
- 記得休假。除了自我充電以外，也可觀察當你不在時，組織是否能夠運行得當。

參考資料:摘譯至 2011 年 2 月 1 日高等教育論壇報

