

全新網路大學將由廣告商負擔免費學位

駐波士頓臺北經濟文化辦事處文化組

在高等教育費用節節升高的壓力下，「窮則變，變則通」的創業模式也被運用在教育創新上。將於今年秋季開放的世界教育大學(World Education University) 會成為第一所嘗試由廣告客戶驅動運作以支持提供免費課程內容並授予學位的網路教學機構。該大學的行政首長，史考特·海因斯指出，「任何矽谷創業家都會告訴你，如果你能吸引帶動足夠的網眾到你的網站，你就可以利用這優勢並從中獲利。我們的運作方式是非常透明化。學生明白他們的網上教育通常是由廣告商在提供支持的。」

廣告客戶將付費請學生回答涉及到他們的產品的市調問題。例如，當學生登錄到學習管理系統，他們可能被詢問“你經常跑步嗎？”，如果一個學生點答「是」，他或她將隨後在主頁上看到某品牌跑鞋的廣告。

世界教育大學還將允許公司公開資助學生，然後告知學生這項資助及關聯。據海因斯先生的說明，這種做法對廣告商有很強的吸引力，因為這有助於及早建立品牌忠誠度。

該校財務第三個主要來源是來自一個「集點制度」。學業成績表現良好或完成某些課程的學生將獲得一定點數。然後，他們將能夠累積點數兌換合作夥伴廣告商提供的獎品和服務。其他收入的來源包括計時收費的課外輔導服務和需收費的高階優質課程內容。

海因斯先生表示，創校初期的課程內容材料，如教學影片和課程綱要，正在由兩所與該大學有保密協議的大學製作提供。這兩所大學願意幫助他的大學，但希望保持匿名，因為他們擔心認證機構會採取報復動作。不過，一旦運行穩定後，該校計劃提供包括藝術史，心理學，工商管理等領域的 120 至 150 個網上課程，並開發自己的課程內容，而不是與現有的大學形成夥伴關係。

海因斯先生確認「獲得大學認證是世界教育大學要奮鬥的目標」。他認為目前的認證制度，並不真正的支持教育革新。該大學正在尋求從區域、國家（包括美國教育部）以及國際機構的認可。這所大學也有興趣推動創訂一套注重培養能力的認證模式，讓企業合作夥伴為妥善準備能在自己行業工作學生的大學背書認可。

譯稿人:姚君佩

參考資料:08/02/2012 高教紀事報