

麻州大學安城校區商學院，網路教育經濟個案實例

駐波士頓臺北經濟文化辦事處文化組

遠距教學對於位於麻州安城的麻州大學商學院來說是非常有「利」的，更精確來說，網路 MBA 課程是該校的「金雞母」。這個已進行了 11 年的網路課程招入麻州大學艾森伯格管理學院中超過四分之一的學生，所帶來的收入佔該學院年度預算 2500 萬美元的 40%，在麻州大學安城校區推動網路課程之後，為其內部的行銷機構以及其他單位的經濟緊縮情況帶來紓解。我們可從這個商學院的個案實例中瞭解到遠距教學所帶來的商機以及一個學校如何使用網路教學來改善其經濟狀況。

擁有總數 4830 名學生，包含 3400 名大學生、100 名校內 MBA 學生和 80 名博士候選人，以及 105 名教職員的艾森伯格管理學院，在每個學生身上的平均花費是 5175 美元，而只有 1250 名學生的網路 MBA 課程，就帶入約 1 千萬美元的淨收入，或是說每個學生貢獻 8000 美元，這幾乎是該學院其他學生及收入來源平均的兩倍。該學院院長馬克·富勒教授表示，網路課程的利潤其實跟科技授課低成本無關，而是因為學生們對於著名學院所提供的 MBA 課程有大量的需求，而且該學院透過科技可以在學生要求的方式及時間提供學習機會所達成的。他認為，主要關鍵是因為這是一項新的教育產品。網路 MBA 課程每學分要價 750 美元(雖然商學院僅得到其中的 60%)，學生只需修 39 學分，相對於每學分 482 美元需修 55 學分的實體教學 MBA 課程，學校能藉此得到較高附加價值。

除了不需要提供教室及空調維護，其實學校提供網路課程比起實體教室未必比較省錢，在某些情況下，在科技上的花費和提供給學生的支援甚至是超過線上課程所節省的經費。不過各校仍有方法來提高網路課程的利潤，像是學校可以不需擔心硬體環境的人數限制，將更多的學生集中在同一課程中，相對每一門課會帶進更多學費收入；學校可用較低的成本雇用兼職的教職員來教授已經設計好的課程；學校也可以使用便宜的學習管理或服務系統來提供遠距學生服務。

艾森伯格學院只有一組教職員工教授該學院所開設的課程(網路及實體)，網路課程的規模並不比其他課程大。大部分情況下，所有教授都會教大學部、研究所課程以及網路課程。富勒教授指出，該學院嘗試為所有學生創造相同的學習經驗。大部分上 MBA 課程的學生都採用線上學習，但是他們也可以選擇有些學分在麻州大學安城校區上課。富勒教授表示該學院課程的價格都跟其他學校的網路 MBA 課程差不多，甚至更低。在這個前提之下，整個商學院參與了網路課程推動，而整個學校都受利。這個網路教育的商業模式也考慮了其他成本，10%的毛利分給了「線上麻州大學」辦公室(UMass Online)因為這辦

公室協助促銷網路課程並提供學習管理系統的維護，安城校區行政單位也分得一些利潤，包含支付經常性的管理費以及涉及全校性的計畫花費。最終，艾森伯格學院可獲得保 60% 的線上課程利潤，富勒教授仍然認為這收入這對學院來說已經相當足夠。他表示，網路課程開啟了新市場，特別是針對那些高素質且擁有工作經驗的非傳統型學生，該學院有將近 20% 的學生是醫生或是其他醫療相關業界，其他還有很多是律師或是工程師，尤其是一些不可能辭職搬來安城就學的人。富勒先生指出，該校網路 MBA 課程的入學人數自 2009 年開始成長了 20%，而且在過去五年以來，線上課程的收入佔學院預算從 20% 到最近的 40%。雖然市場隨時可能有變化，學生們追求像是南加州大學、杜克大學或是北卡羅萊大學這樣的名校 MBA 的風潮不會快速消退，這個市場將只會變得越來越具競爭性。

譯稿人:潘宜欣

參考資料:10/1/2012 高教紀事報

