

走進澳洲大學開放日

駐澳大利亞代表處教育組

通常在冬季結束初春的 2017 年 8 月澳洲各大學陸續開放校園辦理「開放日」(Open Day)或稱「招生日」,提供學生與家長最快速的途徑了解學校大小事,在籌備過程中重新整合資源凝聚認同感,各校無不卯足勁推出亮點,透過媒體行銷的機會建立品牌形象。

各大學官網設有「開放日」專屬網頁,搭配個性化應用 App 提供參加者線上登錄及下載,自行設計符合個人時間需求的參觀行程。此外,因應時代趨勢各校利用整合行銷活動、平面與電子廣告、社群媒體推播等以傳達辦學核心精神,外界亦可藉此一窺各校的招生特色。

首先從全國菁英畢業生首選的知名學府墨爾本大學說起,墨大開放日網頁的視覺設計中規中矩,傳達出悠久的傳統聲望不需要太多行銷花招,帶點嚴肅地闡述理念,倡導學習和生活一體,一種古典的教育哲學。除了提供非常豐富的課程資訊之外,其中的亮點在結合「城市行銷」發展出獨一無二的「墨大模式」(Melbourne Model),提供清晰的升學就業路徑指引,展現老品牌的新創意。

依照網頁指示先進入「墨大模式」閱讀,開場白訴求「位於全球最適宜人居的城市墨爾本,我們唯有提供最具全球前瞻性的教育,方可與墨大座落的城市相匹配——我們稱作『墨大模式』,在澳洲首創且獨一無二」,以強烈地域性的感性訴求,吸引對墨大有興趣的學子,探究蟬聯 7 年全球最宜居城市的面貌,創造雙贏的策略。

位於澳洲聯邦政府所在地首府坎培拉的澳洲國立大學,開放日網頁以「探索職業」作開場,底下依序列有「學生校園生活」及「探索當日校園活動」選項,最底端則平鋪直敘地列有當日各學院所提供的活動說明及時程,可應用智慧型手機「記事」功能組合個人化的「活動」、「諮詢」或「參觀行程」,整體印象傳達該校的務實性格。

「探索職業」依各學院分類;點擊後進入各學院專屬網頁,網頁底部則是夾雜各學院的環境介紹、學生經驗分享、校園用餐選擇、校園電視頻道與近期校友活動的推特影像等,猶如閱讀及時編輯電子報的效果,整體印象雖趨保守型的資訊提供,利用即時更新的校園動態凝聚教職員、學生與校友一體的強烈認同感。

南澳重鎮阿德雷德的南澳大學 2017 年開放日主打「全新」的「遠距學位」,總計有 80 種學程 20 個學科遠距教學,搶攻遠距學習的招生市場,除

了少數透過澳洲大學開放聯盟（Open Universities Australia）平臺授課，主要由南澳大學專屬遠距教學整合平臺提供。

據悉，南澳大學新制的遠距學位（UniS on-line degree）奠基在該校逾 25 年線上授課基礎，持續發展最新的線上教學技術創造更多樣的學習選擇，以一年 4 個學季每季 10 週的課程設計，每周 7 日全天候的線上課程支援服務，包括測驗在內均在線上完成，提供學子更靈活的職涯規劃，不需要進入校園修課，運用數位科技打破受限於地域限制的行銷訴求。

位於西澳首府柏斯的伊迪斯科文大學（Edith Cowan University）有全澳洲最快樂的大學生，在 2017 年聯邦教育暨訓練部的大學生滿意度調查中居全國首位，高達 86.1% 的學生肯定在校學習經驗，在就業率表現亦突出有高達 87% 的畢業生在 4 個月內就業，居全國之冠。

2017 年伊迪斯科文大學開放日邀請澳洲最長壽的實境節目「裝修街區大作戰」（The Block）主持人到校造勢，該節目每季邀請數個參賽團隊到選定的房屋進行改造翻修，將結束工程裝修完畢的房屋在市場競標喊價，最高者成為冠軍並獲獎金，似乎與該校主推靈活實用主義的校風不謀而合。

當「開放日」儼然成為全國各大學吸引新生的「競技場」，擁有黃金海岸 3 個海岸城鎮校區的南星大學（Southern Cross University）2017 年罕見地加入大學開放日的競技行列，在過去 10 年內未舉辦過開放日，招生的訊息傳播全倚靠口耳相傳，亦可稱獨樹一幟的另類校風。

資料來源：

澳洲獨立媒體《Campus Morning Mail》

墨爾本大學開放日網頁 <https://openday.unimelb.edu.au/>

澳洲國立大學開放日網頁

<http://www.anu.edu.au/study/choose-anu/anu-open-day-2017>

南澳大學遠距學位網頁 <http://study.unisa.edu.au/online/>

伊迪斯科文大學開放日網頁 <http://www.ecu.edu.au/future-students/open-day>

南星大學開放日網頁 <https://openday.scu.edu.au/>