

“如何行銷一所環境不佳的大學” “How to Market a College in a Troubled Locale”

駐芝加哥辦事處教育組

安東尼·加里波第 (Antoine M. Garibaldi) 猶記得在 2011 年接任校長後，看到高中生拜訪底特律梅西大學時的樣子。在該大學四周道路上有著骯髒的街道、生鏽的燈柱和不亮的燈泡。再兩年後，底特律市就宣布破產。最近在 Livernois 大街附近有著新的路燈和街景。在底特律梅西大學和韋恩州立大學附近的底特律市區正在改變，開始從其最低點反彈。雖然密西根州的高中畢業生人數持續下降，但前述兩所大學的新入學學生人數已止跌迴升了。

底特律梅西大學的招生和學生事務副主任 Deborah Stieffel 說：“不好的城市的形像對想進入城市學習的人來說是不利的。由於底特律市的改變，底特律梅西大學的入學人數首次升至 500 人以上；今年秋天更達招到 550 名新生。韋恩州立大學的全職新生人數也從 2016 年秋季的 2,588 人上升至 2017 年的 2,653 人。他們用一系列的努力來加強他們的招生能力，比如降低學生入學門檻，改變將他們周邊的地理環境從負資產轉變為正資產”韋恩州立大學招生管理副校長這麼說。

該兩校招生經理都知道，底特律梅西大學和韋恩州立大學大約 90% 的學生來自大底特律市鄰近 100 英哩以內地區。梅德利女士說，與其花費資源招攬遠來的學生不如用心去開發鄰近學區的學生。以梅西大學來說，最近已拜訪了該地區的二十多所天主教高中來招攬新生。韋恩州立大學則擬舉辦圖書館研討會讓更多高中師、生知道及使用該校的圖書館資源，提高該大學的知名度。

兩個機構都清楚地表明招生工作不能只落在少數幾個行政人員和招生顧問。大學入學率的提高是全校教職員的工作。韋恩州立大學已成立社區大使計劃，並培訓了 200 多名學生和教職員工來為大學提高知名度。

這兩所大學不僅向底特律地區的高中學生招手，而且還改變與學生交流的方式，比如說一次性地發送印刷傳單，如招生表格、助學貸款資訊、租屋開放邀請函等，來建立及拉近和未來學生間的關係。另

外該大學正在測試一個以人工智慧為主的聊天機器人，以便在任何時候回答學生的問題。憑藉著提醒、問候、回答問題及提供財務援助等建議，使該招生單位成為未來學生的一個支持系統。

韋恩州立大學除了擴大招生規模外，對低收入的學生已經開始免除學生的申請費，並重新檢視其他助學資源，以幫助最需要幫助的人。該校也創立一個名為韋恩訪問獎助的新方案來補足佩爾助學金(Pell Grants)和其他獎學金之間不足。底特律梅西大學最近宣布，為了讓就讀該大學的成本降低，將每年學費從 41,258 美元調整到了 28,000 美元。該大學希望就讀大學的成本拉降低到人們實際可能支付的價格。

那麼底特律本身的挑戰和機會在哪裡呢？Stieffel 副主任說：“災難/破產是很糟糕，但它們也為你提供了一些學習/改變的機會。”她明白底特律梅西大學需要改變才能擁有它的位置。她說，在底特律市生活和學習的想法吸引了 Z 世代的許多成員。“這些日子，我們發現，學生是被使命所驅使，他們非常有興趣在自己的社區工作，建立自己的社區環境。”

底特律梅西大學的畢業生馬特·薩頓 (Matt Sutton) 是建築學碩士生的候選人，他說，在 1967 年的底特律的暴動中，那時他父親的家離大學校園只有兩個街區。之後他們搬離底特律，搬到了郊區皇家橡樹 (Royal Oak)。當他開始要找就讀的大學時，他對底特律梅西大學建築學院感興趣，在拜訪問大學校園後，他驚喜地發現，這大學和其他大學校園有些相似。他說：底特律梅西大學對建築學生有特別的吸引力，因為該建築學院也投入重新建設新底特律計畫。他說：“對於學生來說，除了在校園內部進行練習外，他們也需要有機會來進行改善社區的練習及具備都市規劃的能力。”

資料來源：2018 年 1 月 1 日，The Chronicle of Higher Education 《高等教育紀事報》

https://www.chronicle.com/article/How-to-Market-a-College-in-a/242130?cid=wcontentgrid_article_bottom