

數位時代的招生策略

駐波士頓辦事處教育組

本篇文章係說明美國大學在招收國際學生上面臨了一個複雜的挑戰。雖然今年全美國際生增加了 3.4%，總數超過一百萬人，但成長比例比之前 5~10% 的成長來得低。更糟糕的是，部分學生數的成長來自於選擇性實習訓練(OPT: Optional Practical Training)的延長，而非招收了更多新生。在 2016 年使用 OPT 工作的畢業生成長了 20%，但新生卻減少了 3%。在非文憑的短期課程，學生數下降了超過 10%，導致了財務危機。另一方面，Hotcourses Insights Tool 分析了國際課程搜尋網站的訪問次數，指出印度是潛在的學生來源，而美國課程的搜尋熱度還在上升中。根據 IDP Education 的統計，美國還是學生認知中最好的留學地點。但事實上數據充滿著分歧，妄下單一結論是相當危險的。美國的高等教育應該如何在這競爭的世界繼續吸引學生呢？關鍵是要了解現在的學生。

下一代的學生生活在數位時代，他們期望由科技主導他們學生生涯，從選擇學校開始，直到他們畢業為止。現在的社會每個人可以發表文章，這些學生每天都被大量的資訊給轟炸，這些虛擬的聲音淹沒了傳統的招生方式。為了吸引這些數位時代學生，必須要把好的文章放在正確的平台給正確的人看。根據 Cisco 的估計，在 2019 年，影片會占網路流量的 80%。Hotcourses 在 2018 年把網站內容改成以影片為主，結果學生停留在網頁的時間加倍了。投資在高品質的照片以及影片，根據不同地區的學生顯示出客製化的內容，都是有效的辦法。優化手機版網頁也是相當重要的。98% 的數位時代學生有智慧型手機，而手機是他們最重要的上網裝置。在英國的 Whatuni 開發出人工智能來幫忙回答問題以及搜集資訊，讓學生不再需要無止境的瀏覽搜尋結果。但是，數位優先的策略並不等於只有數位世界。傳統的教育展，全球的迎新活動，還有其他面對面的活動還是有存在的必要。家長們是出資者以及作決定者，他們並不像數位時代小孩依賴數位化，還是傾向直接與人接觸。

毫無疑問地，網路還是國際學生搜尋學校的主要工具。區域客製化，容易被搜尋，手機瀏覽優化，大量使用影片都是數位時代的基本要求。高等教育學校如果沒有了解並迅速做出反應，將容易被邊緣化。反之，如果學校能夠平衡數位資訊以及傳統努力，將能夠繼續佔有一席之地。

撰稿人/譯稿人：陳怡君摘錄

資料來源：Ryan Fleming, IDP Education” Staying Relevant in the Digital Age: Designing a Strategy for Digital Success” Retrieved from <https://www.chronicle.com/paid-article/Staying-Relevant-in-the/133>

