

111年校務研究計成果發表

計畫名稱：明志品牌價值與聯登錄取志願序之關係 以經營系為例
教師科系：經營系 計畫教師：陳世民

【前言】

組織藉由媒體管道將其理念與文化傳達給目標消費族群，藉以建立品牌形象(Brand Image)進而提升在消費者心目中的品牌價值(Brand Value)，藉以開發潛在客戶及留著舊客戶，期能為組織帶來更大的市場份額及利潤。

在少子化的壓力下，私立技專校院無不使出渾身解數，致力於潛在生源開發。除透過各類媒體尋求曝光，積極參與高職端所舉辦之升學博覽會及入班宣導藉以將其辦學理念傳達給潛在生源，舉辦各類營隊或邀請參訪吸引高職端學生入校了解教學設施及就學環境，協助高職端開設進階課程或指導小論題參加全國競賽等，藉以提升該校在潛在生源心目中的品牌價值。而技專校院的努力均反映在潛在生源於各類招生管道所選填志願序。

聯合登記則無選填志願數量之限制，但所填志願順序卻是有優先及排他。而所填之志願序則是代表該校品牌價值在潛在生源的認知地位，雖說最終花落誰家與分數有著直接關係，然相同分數卻有數間學校可以選，因此如何能讓品牌價值高於其他可選院校實為重點。

本校近幾年除透過平面媒體持續與潛在生源家長進行品牌溝通藉以擦亮家長所認知的明志品牌價值，也透過社群媒體持續與潛在生源進行理念與文化的傳遞，用以提升明志在其心目中的地位。然這些努力卻仍不敵大環境的改變，因此如何由在校生成中找出明志品牌之於在校生成之意義，並將此意涵傳達於潛在生源，期盼能有效提升潛在生源對明志品牌認知則為本研究之目的。

本研究將利用深入訪談方式蒐集研究對象對於志願序之決策過程與訊息來源及其參考依據，並將所得結果彙整分析後，尋求合適對象拍成VLOG透過新媒體與潛在生源進行溝通，以期能提升潛在生源對於明志品牌的認真並將其反應於志願序上，並於聯合登記分發榜後驗證是否有其成效。

【資料來源】

本研究之主要目的是了解聯合登記分發入學之在校生成其志願序之決策過程，因此以110 111入學之經營系學生，110 111 新生因疫情已致訪談中斷，志願序資料來源則是 招策會提供之110 111 錄取考生資料。

【招生管道及目標學群】

目前經營系入學管道主要的計有特殊選才、繁星入學、推薦甄選及聯合登記分發等四個主要管道。招生學群除商業類群外，還有外語及設計兩學群。

【111入學新生管道分析】

➢ 特殊選才

依據報名及錄取榜單分析，特殊選才管道主要生源為羅東高商，該校有計畫的培育選手參加全國技能競賽外加為偏鄉高職入學以繁星收費吸引羅商學生報名。

➢ 繁星入學

本次總計招收3位，錄取名單分別是 新北三家非本校偏鄉名單私立高職經深入了解多來至經濟弱勢家庭，同學需打工方能支應日常所需。

➢ 推薦甄選

主要生源為宜商及振聲，均為入班宣導及師長推薦。其中不乏因入學獎學金而來。然在第一階段參倍率篩選人數滿招，但確有接近1/3 生源未參加第二階段以及超過1/3名列榜單考生選擇放棄且約有1/3 考生選擇競爭對手。

➢ 登記分發

聯合登記分發則是依據統測成績及考生所填志願依序進行分發，111學年榜單來看，錄取分數落差甚大且多非主要生源之高職。

【111入學新生訪談彙總】

針對111入學新生利用晚自習時間進行全面訪談，開放式的問答，未免新生抗拒採取不錄音及錄影方式進行，旁邊有學姊協助記錄及回答新生適應及學習上的問題，實以條列式的方式呈現訪談結果

➢ 設計群

統測成績報不上工設視傳先選經營等待轉科

對設計以無熱情轉念商科，非跨考

多有師長推薦及實習

➢ 外語群

若非對語言或文學有興趣 不然高職老師多會跟學生交代轉念其他學群

英文程度好的 多申請普大或 科大外語

轉念商業學群較多

選擇明志原因 親朋好友介紹 師長推薦 實習 團報(高分低就)

➢ 商業群

❖ 北部

離家近 但不想住家裡(少數)

師長及親朋好友推薦(宜商 壠商)

入學獎學金(男生)

死黨閨密

❖ 南部

陌生

家長及親朋好友推薦

學長姐入班宣導

➢ 共同性

榮譽學程獎學金對於減輕就讀負擔有明顯幫助

部分學生認為競爭學校的生活機能較本校為佳

部分學生選擇放棄推甄，看看是否能透過登記分發錄取國立學校，因此產生缺額流回登記分發

志願的決定 公立多為考生 私立 多為家長

【重點議題分析】

經上述訪談分析不難發現，入學獎學金的激勵 競爭對手的便利性以及中南部相對資訊缺乏為重點，以下將深入分析

➢ 入學獎學金的激勵

由下表發現，111學年獲得入學獎學金多來自商業學群，以推薦甄選管對錄取居多，生源學校則是振聲及宜商，且是以第一志願方式選擇本校，顯示入學獎學金對考生是有一定的吸引力，但在聯合登管道卻無其他生源學校，且偏鄉僅有石碇及羅商兩校顯是在宣導時應多加力道宣傳本校所提供之各項獎學金

系別	組別	科系	錄取名額	人數	佔比
經濟學系	管理組	經濟學系	28	178	63.57%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	68	20.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	71	21.33%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%
經濟學系	管理組	經濟學系	1	17	5.00%

➢ 競爭對手的便利性

由於推薦甄選第二階段及榜單出現大量缺額，經交叉比對後發現超過1/3的考生放棄本校選擇就讀，經與新生訪談後了解高職端大多認為就讀明志便利。下表為藉由電訪了解聯登未報到考生之理由，多數選擇就近入學，然其背後所考量因素多為離鄉背景求學伴隨而來的學費 生活費 住宿費等經濟壓力。

姓名	年齡	戶籍	報到理由	未報到理由
張姓	20	彰化	因聯合登記分發榜單公布後，因志願學校錄取名額有限未能錄取	選擇他校就讀
林姓	20	桃園市	覺得自己的成績不理想，因此今年準備報考他校	準備他校
陳姓	20	新北市	覺得個人能力及大學課程困難	選擇他校就讀
林姓	20	桃園市	因志願學校中科大專業系錄取	選擇他校就讀
王姓	20	彰化縣	經濟困難家人討論後，決定最後選擇在在就讀(轉報他校)	選擇他校就讀
王姓	20	彰化市	覺得中大的課程比較難，所以決定報他校	選擇他校就讀
陳姓	20	高縣	於22-26分區考區試試生報考，但招生名額沒有錄取	未知
陳姓	20	屏東	因參加聯登，個人中報科系內設計未錄取，有錄取生未來可以轉報本校	選擇他校就讀
陳姓	20	新竹	經濟困難家人討論後，決定最後選擇在在就讀(轉報他校)	選擇他校就讀

➢ 中南部相對資訊缺乏

來自中南部新生表示，對於本校的資訊來源多由親朋好友介紹及推薦而來，而高職輔導室並無本校文宣及無法提供本校資訊，轉請考生自行上網搜尋。雖說部份學校會邀約參加升學博覽會，然高職輔導室卻無法提供任何資訊供考生參考。

【重新擦亮招牌】

綜合以上所述，全體住宿為明志的堅持，有薪實習為考生最關注的點而經濟因素卻是離鄉背井考生考慮的重點，因此將以此三點來發展招生策略。藉以重新擦亮明志招牌。以下將就文宣主軸_安心求學，生源標準及斷尾方案進行討論

➢ 安心求學

由於中南部學生缺乏本校資訊且於登分時發現大多數考生來自非目標生源，顯示本校重要相關文宣應能轉化為紙本型式提供給目標生源輔導室供考生索取參考，且需透過不同的主題提供不同的素材透過社群媒體傳達至目標生源，方能收其功效。

➢ 招生管道生源擴大

不同的管道應有不同的目標生源學校方能達到分散來源，特殊選才及繁星入學應是以相對經濟弱勢的編鄉學校為主，藉由提供偏鄉獎學金吸引程度較好學生入學，推薦甄選及聯登入學則是透過偏鄉學校吸引需離鄉背井求學之考生認同

➢ 藉由斷尾提高落點

如訪談結論所述，考生會因同儕而有高低就讀現象，且聯登出現長尾導致分數下降，因此可藉由提供學伴及志願序獎學金改變明志於考生心中的順序方能收提高落點