

## 臺灣國際招生之精進－國際觀點及啟示

王如哲

國立臺中教育大學特聘教授

國立彰化師範大學講座教授

韓國首爾國立大學研究訪問教授（2023）

### 一、前言

國際生的入學日趨重要且具有挑戰性。由於全球化的影響，大學必須建立更為國際化之學生組成，這正是世界各地正在發生之情況（Amirali, & Bakken, 2015）。招收國際生是全球化高等教育機構和促進校園多元性的重要因素。國際生不僅為大學的文化和多元人才作出貢獻，還可帶來經濟效益。他們的學費和生活費通常有助於經濟上支撐大學。在預算減少的時代，許多大學正面臨吸引高素質學生之激烈競爭，且能同時維持課程的品質和效益（Amirali, & Bakken, 2015）。本文從國際觀點分析國際生招生策略並進一步提出對精進臺灣國際招生之啟示。

### 二、招收國際生之重要性和原因

#### （一）招收國際生的重要性

高等教育的國際化是近幾十年來的全球趨勢。隨著世界日益緊密相連，高等教育機構在促進國際了解和合作的角色上變得更為重要。招收國際生是國際化過程之一項要素。McKibben（2018）研究指出高等教育機構的本地招生人數下降和教育經費減少，迫使這些機構尋找替代之收入來源，國際招生因國際生可為校園帶來的教育、文化和經濟效益而受到關注。McKibben（2018）之研究有三個重要發現為：(1)從國際生招生的角度來看，國際生對高等教育機構的重要性在於可帶來經濟、文化和教育之利益；(2)國際生對高等教育機構以及地方、州、國家經濟的貢獻是非常重要的；(3)高等教育機構在招生標準和招生管理計畫上需要相關積極措施，以確保招生學生之素質。

#### 1. 經濟影響（Economic Impact）

招收國際生最直接和具體的好處之一是對高等教育機構之經濟影響。國際生在許多國家支付的學費高於國內學生，這有助於為大學創造收入（Levent, 2016）。此外，他們通常透過住宿、飲食、交通和其他生活費用對當地經濟產生貢獻。根據NAFSA（2020）的一項研究，2019-2020 學年，國際生為美國經濟貢獻超過 390 億美元。

#### 2. 多樣性和跨文化交流（Diversity and Cross-Cultural Exchange）

招收國際生可透過增加文化和多元人才豐富校園環境。接觸不同的觀點和經

歷對所有學生都有益處，促進更具包容性和全球化之學習環境。還可以提供跨文化交流和合作的機會，這在當今全球就業市場中是不可或缺之技能（Rose-Redwood, 2010）。

### 3. 構建全球網絡（Building Global Networks）

完成學業後，國際生通常會回到自己的祖國。在世界各地建立校友網絡對大學很有價值。這些校友可以擔任學校招生大使，幫助招收新的國際生，建立研究合作，並在全球範圍內提高機構之聲譽（Pandit, 2009）。

#### （二）招收國際生之原因

來自世界不同地區的許多高等教育機構對國際化，尤其是國際生招收感興趣，有各種原因。這些原因包括增加機構的收入、獲得國際地位、增加多樣性，以及根據國家、機構類型和市場地位的認識而有所不同。高等教育機構朝向全球化和國際化邁進背後的三個動機因素（Gök & Gümüş, 2018）：(1)商業化（將國際生視為一個收入來源）；(2)創建無國界的國際學者社群（無國界的社群）；和(3)增加多樣性。營利型大學主要關注第一個原因，因為將國際生視為收入來源或廉價的勞工，其他大學也關注國際生對聲譽、發展和多样性，以及財務激勵的影響。

## 三、招收國際生的挑戰與障礙

#### （一）招收國際生的挑戰

儘管招收國際生可提供眾多好處，但高等教育機構在過程中面臨一些挑戰。

最常觀察到的挑戰包括（Amirali & Bakken, 2015）：國際生抵達前後的溝通、語言障礙、尋找住宿、適應新文化、獲得適當的財務支撐，以及融入教育體系（課程）。

#### 1. 簽證和移民法規（Visa and Immigration Regulations）

複雜的簽證和移民法規是主要挑戰之一。國際生需要獲取適當的簽證才能在外國學習。這些法規可能令人困惑且經常更改，這使大學需要保持最新訊息並為其潛在學生提供指引（Bordoloi, 2015）。

#### 2. 競爭（Competition）

對高等教育的全球需求正加劇吸引國際生的競爭。大學必須區分自己與競爭對手，並提供足以吸引的原因，使學生選擇其課程（Weeks, Filion & Luna, 1997）。

### 3. 語言和文化障礙（Language and Cultural Barriers）

語言和文化障礙可能是阻礙吸引國際生的重要障礙。潛在入學學生可能會對在不懂母語或對當地文化不熟悉的國家學習而感到猶豫（Abdulai, Roosalu & Wagoner, 2021）。

### 4. 財務考慮（Financial Considerations）

學費、生活費和醫療費用的成本對許多國際生而言可能是阻礙。獎學金和財務資助之普遍取得機會，對高等教育就讀學生非常重要（Mesidor & Sly, 2016）。

### 5. 國際行銷（International Marketing）

有效的國際行銷對於觸及潛在學生甚為重要。大學需要投資於能夠觸及國際接收者並傳達其特色之行銷策略（Wu & Naidoo, 2016）。

## （二）招收國際生的障礙

招生的障礙可分為三類，亦即學生人口統計、政治和經濟（McFadden, Maahs-Fladung & Mallett, 2015）：

### 1. 國際生的人口統計特徵

在過去十年中發生變化，國際生的人口統計特徵直接影響招生和留校繼續攻讀計畫（McFadden, Maahs-Fladung & Mallett, 2015）。來自中產家庭的傳統年齡學生成為許多國家之主要國際生團體。由於這些攻讀學士學位的年輕學生，他們通常不確定想要的學習領域，這使得招生工作變得較為耗費人力。國際研究生對專業和機構選擇則較為明確。不同文化之間的差異通常會為招生人員帶來障礙，例如美國是一個社會和宗教寬容的國家，但許多其他國家則較不開放。性別角色、宗教實務和道德價值觀之不同可能會在國際生考慮出國留學時有負面的情緒。例如，宗教保守派可能會對異性教師和混合宿舍感到不舒服。

### 2. 政治障礙

在美國，包括 2001 年 911 恐怖攻擊事件後實施的嚴格政府政策和法規。國土安全部（Homeland Security, DHS）和隨後的學生和交換訪問者系統（Student and Exchange Visitor Program, SEVIS）是在這個背景下建立的，最初對進入美國的國際生產生影響。SEVIS 是一個基於網絡的資料收集和報告系統，用於監控國際生和交換訪客的入學狀況。國際生的入學人數在 2003-2004 學年首次下降 2.9%，並且由於 SEVIS 的限訂，國際生不再願意申請進入美國的機構。但自 2006 年開始，國際生人數則每年都有所增加。

### 3. 經濟障礙

可以進一步分為機構和/或全球。機構障礙可能包括不足的大學部獎學金和可用的財政資助、國際生的學費增加，以及國際生的州外學費成本、招生人員的海外差旅預算有限、與聯邦合規法規相關的工作量增加，以及人力資源未能因應變化的學生人口。其他國家已認識到為經濟發展需要招收國際生，並提供獎學金作為激勵措施。除上述之外，2021 年以來新冠疫情（COVID-19）亦造成全球高教國際生流動之障礙，所幸現在疫情之後此一障礙已逐漸消失。

## 四、招收國際生的策略（Recruiting Strategies for International Students）

根據綜合經驗和專家分享的招生實務，Choudaha, Chang & Kono（2013）建議一個強調科技、合作夥伴關係和研究互動的回應策略架構（圖 1）。為實現最佳的招生成果，高等教育機構應當同時採用此三項關鍵實務，以實現積極和高效的招生成長。在這個架構內，透過在招生過程中衡量和調整招生措施，來優先考慮使用的有效措施，以及運用更具成本效益的策略。同樣地，合作模式可以擴大透過社群媒體和面對面溝通放大效應之正面口碑，以增加對潛在學生的接觸。

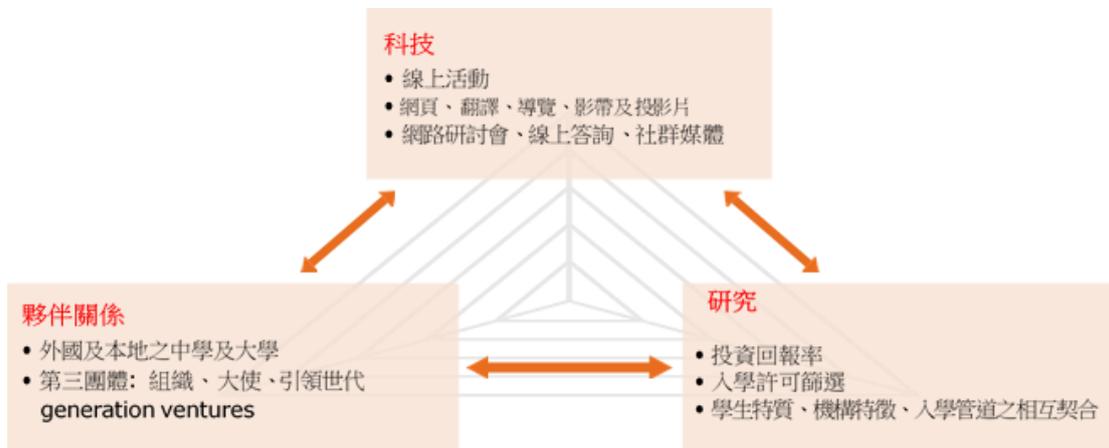


圖 1 回應策略之交互作用（The Interplay of Responsive Strategies）

資料來源：Choudaha, Chang & Kono, 2013, p. 14

為了以較具成本效益的方式實現國際招生目標，而不妨礙國際化理念，高等教育機構需要瞭解當代的國際大學部學生群體之選擇大學決定過程、需求和偏好（Choudaha, Chang & Kono, 2013），例如地點、父母、支援服務，以及社群媒體口碑。他們的流動模式和偏好也不同于國際研究生。高等教育機構不能單純地將針對招收研究生設計的實務擴展到這個獨特且新興的大學部學生群體。採用與學生需求相符的回應性機構策略和實務：國際招生策略只有在與目標學生群體的具體需求和偏好保持一致時才能有效且永續。積極主動的大學和學院可以透過發展內部能力，並實施一個基於科技、合作夥伴關係和研究之間的交互作用策略，有

效因應資金充足的國際大學部生之增加。

Gök & Gümüş (2018) 層探討土耳其大學對國際生的招生政策和策略。指出隨著世界各地的大學競爭學生流動市場的人數，土耳其大學一直在努力措施吸引來自各國的學生。他們的研究結果發現，土耳其大學使用國際上大學常用的策略，包括參加展覽和活動，透過科技、網絡和社群媒體進行宣傳，以及使用代理商。然而，土耳其學校還開發其獨特的機制，如拜訪當前國際生的父母、高中訪問和夏令營。具體而言，以下是六項常見之招生策略 (Gök & Gümüş, 2018)：

1. 參加國際教育展覽和活動：土耳其的大學使用參加國際展覽和活動作為招收國際生的一種策略。
2. 使用媒體和科技進行廣告宣傳：土耳其的大學透過網站、社群媒體和線上平台等方式進行廣告宣傳。
3. 與招生代理合作：土耳其的大學與招生代理機構合作，透過他們的幫助來吸引國際生。
4. 使用過去和現有的國際生作為招收代理：一些土耳其的大學利用他們現有的國際生來宣傳和招收新的國際生。
5. 與目標國家的學校合作：土耳其的大學與目標國家的學校進行高中拜訪或發送宣傳資料。
6. 邀請國際生家長參觀和舉辦特殊活動：一些土耳其的大學邀請國際生的家長參觀學校，或者舉辦針對目標學生群體的特殊活動，如夏令營等。

這些策略是土耳其大學吸引國際生的主要方法之一，並且這些策略在全球的大學中也常被使用。

除了上述之外，為因應挑戰並充分利用招收國際生的機會，大學採用各種策略。

#### 1. 建立國際辦公室 (Establishing International Offices)

許多大學建立專門的國際辦公室或部門，以協調和簡化國際生的招生過程。這些辦公室通常提供簽證指引、學術輔導和文化支援服務，以幫助國際生融入機構的學術和社群生活 (Briggs & Ammigan, 2017)。

#### 2. 線上存在 (Online Presence)

在現今數位時代，線上存在甚為重要。大學可以創建資訊豐富且足以吸引的

網站和社群媒體檔案，以展現課程、校園生活和整體學生體驗。這種線上存在應該提供多種語言版本，以迎合國際接收者之多元需求（Rijt, 2021）。

### 3. 有針對性的招生會展和活動（Targeted Recruitment Fairs and Events）

參加國際招生會展和活動允許大學直接與潛在國際生互動。這些會展為大學提供一個平台，以展示其課程、回答問題並與潛在申請人建立關係（Green & Koch, 2015）。

### 4. 獎學金計畫（Scholarship Programs）

為減輕財務擔憂，大學經常向國際生提供獎學金和財務資助計畫。獎學金可以基於學術成績、財務需求或二者結合而設立。這些計畫可以幫助更多學生獲得資助（Schröder, 2014）。

### 5. 交換計畫（Exchange Programs）

與其他國家的合作伙伴機構建立交換計畫可能是吸引國際生的有效方式。這些計畫允許學生在國外學習一個學期或一年，可以在機構之間創建互惠關係（Llewellyn-Smith & McCabe, 2008）。

### 6. 校友參與（Engaging Alumni）

校友可以在招生國際生方面發揮關鍵作用。大學可以運用其國際校友網絡來宣傳其課程並分享他們的積極經驗。校友可以擔任學校招生大使，協助新的國際生，並成為他們的諮詢導師（Agbonlahor, 2023）。

### 7. 文化和語言支援（Cultural and Language Support）

為因應語言和文化障礙，大學可以提供語言課程和文化導向課程。這些措施有助於國際生適應新環境，並在學術生涯中感到較為自在（Michelotti, 2009）。

### 8. 與教育代理合作（Collaboration with Educational Agents）

許多國際生依賴教育代理或顧問來指引他們完成申請過程。大學可以與聲譽良好的代理合作，擴大覆蓋範圍，並為國際生提供準確的訊息和支持（Hulme,, Thomson, Hulme & Doughty, 2014）。

### 9. 增進研究合作夥伴關係（Research Partnerships）

與其他國家的大學和機構建立研究合作夥伴關係也可以吸引國際生。有機會與知名教師一起參與尖端研究項目對於尋求研究機會的潛在學生而言可能是一個重要吸引因素（Harder, Windenbach & Rosser, 2007）。

## 10. 促進國際化（Promoting Internationalization）

要建立一個全球化機構的聲譽，大學應積極宣傳國際化作為一項核心價值觀。這包括將國際觀點整合到課程中，鼓勵教職員工作和學生交流，並在整個機構中培養全球化思維（Cantu, 2013；Rosyidah & Rosyidi, 2020）。

## 五、個案研究

Ozturgut（2013）指出最佳實務的三個重點是：提供學術支援和利用校園資源，包括提供學業支援和利用校園資源，以幫助國際生適應學習環境和課程要求。參加和參與國際教育會展和招生活動，以吸引和招收國際生。與其他機構合作，包括與非營利機構、高中、政府機構和其他大學合作，以吸引和招收國際生。在實務中的應用，有一些成功招生國際生的大學的案例研究。

### 1. 墨爾本大學

澳洲的墨爾本大學（University of Melbourne, Australia）在招收國際生甚為成功。該大學設有專門的國際事務辦公室，提供多種服務，包括簽證支援、學術諮詢以及文化支援服務，以幫助國際生融入該機構的學術和社群生活。還為國際生提供多種獎學金，根據學術成績，進一步激勵申請。該大學強大的線上存在，具有多種語言版本的網站和活躍的社群媒體檔案，有助於與國際接收者建立聯繫。此外，墨爾本大學與一個教育代理網絡合作，並與世界各地的合作伙伴機構建立交換計畫（Hawthorne, Minas & Singh, 2004）。

### 2. 英屬哥倫比亞大學

加拿大的英屬哥倫比亞大學（University of British Columbia, Canada, UBC）致力於國際化。UBC 提供眾多的獎學金機會，包括「國際領袖獎學金」，該獎學金表彰優秀的國際生並提供財務支撐。UBC 積極參與其校友，其中許多是國際生，以宣傳該大學的課程並指引新生。該大學與世界各地的機構建立廣泛的研究合作夥伴關係，吸引尋求研究機會的國際生（Wylie, 2020）。

### 3. 新加坡國立大學

新加坡國立大學（National University of Singapore, NUS）擁有全面的招收國際生策略。NUS 提供各種獎學金機會，包括「NUS 全球優秀獎學金」，涵蓋學費和生活費的費用（Collins, Sidhu, Lewis, & Yeoh, 2014）。

基於上述可知，成功大學招收國際生的關鍵：提供多元獎學金、校友參與、建立合作夥伴關係，並提供全面支援，如簽證、學術和文化支援。除上述之外，Ozturgut（2013）討論美國校園上國際生人數的增加，以及在招收和留住這些學

生方面需要的最佳實務。提到國際生對國際化非常重要，他們在校園上的存在非常重要。強調美國的國際生人數正在成長，以及國際生對美國經濟數十億美元之貢獻。然而，亦指出美國在招收和留住國際生方面缺乏全面的國家政策。並認為許多學校在錄取國際生時並不完全解他們的目的，以及他們在學校中的適應情況。該研究旨在透過探索擁有大量國際生的特定學校的做法，確定在美國的校園上招收和留住國際生的最佳實務方法，而且提供成功的國際生招生工作的例子，例如明尼蘇達大學和教育代理人的使用。該研究的結果可以為其他學校和政策訂定者提供關於美國國際生計畫的優點和缺點的訊息。美國大學校院日趨意識到國際生對於其國際化努力措施的貢獻。在招收和留住國際生時，其關鍵在於能夠「在參與互動的個體之間有效地建立關聯和溝通，即使這些個體之間沒有共享相同的文化、種族、語言或其他重要變項」。此調查亦顯示，國際生在美國校園的存在意義重大，這些學院提供最好的服務，使這些學生感到受歡迎。國際生不僅是這些大學校院為他們提供的服務的接受者，而且還是相互受益的合作夥伴。然而，缺少的是首先需要訂定一項國家國際生招收政策，因為「最優秀和最聰明的」學生可能會選擇其他目的地，比如澳洲和英國，這些國家採取「有針對性的招收措施」。其次，為利用國際生的經驗，使他們在返回自己的國家時擔任大使，他們在接待院校中接受到最好的服務非常重要。這尤其重要，自從 9/11 攻擊事件以來，需要重新建立與世界各地國家的關係，以改善美國之形象。

## 六、對精進臺灣國際招生之啟示

根據本文之探討以下提出對臺灣招收國際生之五項啟示：

### 1. 提高國際生的多樣性和跨文化交流

招收國際生不僅豐富校園的多元性，也促進跨文化交流和了解。學生們能夠在課堂和校外場合接觸不同國家和文化的同學，這有助於擴展他們的視野，增進對世界的了解，並培養跨文化溝通和合作的技巧。同時，這種多樣性也可以為研究和學術領域帶來新的觀點和想法，以促進創新和知識交流

### 2. 擴大國際招生策略並與教育代理合作

為了吸引更多國際學生，高等教育機構需要訂定綜合的國際招生策略。這包括發展多元宣傳和宣傳管道，以提高學校的知名度和吸引力。社群媒體和網站是有效的宣傳工具，可以用來展現課程、校園生活和學生成功故事。還有與優質的教育代理合作也是一個重要的策略，因為這樣可以擴大對潛在國際學生的接觸面，提供準確的申請和入學訊息，並提供需要之支持。

### 3. 提供財務資助和獎學金機會

許多國際學生面臨經濟障礙，因此提供財務支援和獎學金機會是吸引他們入學的關鍵。這些支援計畫包括學術獎學金、需求本位之財務資助，或者是其他形式的援助，例如兼職工作機會或校內工作。這些計畫不僅可幫助國際學生負擔高等教育費用，還可鼓勵他們選擇臺灣作為攻讀學位之目的地。

### 4. 解決簽證和移民法規的問題

國際學生往往需要處理簽證和移民法規的問題，這可能是一個繁瑣和困難的過程。高等教育機構可以提供準確的簽證和移民法規指引，以協助學生順利完成申請和入學程序。機構還可以提供支援，以處理在臺灣的居住和學習過程中可能出現的簽證相關問題。這種支援可以包括提供簽證延期的建議、處理文件和申請程序，以及協助應對可能出現之緊急情況。

### 5. 加強國際行銷和校友參與

有效的國際行銷對於提高招生效果至為重要。高等教育機構可以透過宣傳課程、研究成果和學生生活來吸引國際學生。在行銷方面，使用多種語言版本的官方網站和活躍的社群媒體平台，以便與全球潛在學生建立聯繫。此外，校友參與也是一個關鍵因素，校友可以成為學校的招生宣傳大使，分享他們的成功故事，指引新的國際學生，並在招生活動中參與。校友網絡的積極參與有助於建立更緊密的社群，以吸引更多國際學生前來就讀。

總之，以上這些啟示提供一個全面的架構，以協助臺灣的高等教育機構訂定更好的招收國際學生策略。這將有助於提高成功招生的機會，並進一步推動臺灣之國際教育發展。

## 參考文獻

■ Abdulai, M., Roosalu, T., & Wagoner, B. (2021). Cultural barriers and enablers of integrating educational migrants from the Global South: The case of graduate students in Europe. *International Journal of Educational Development*, 86, 102479. Retrieved form <https://doi.org/10.1016/J.IJEDUDEV.2021.102479>

■ Agbonlahor, O. (2023). Book Review: Engaging International Alumni as Strategic Partners.. *Journal of Educational Research and Practice*. Retrieved form <https://doi.org/10.5590/jerap.2023.13.1.02>

■ Amirali, S., & Bakken, J. P. (2015). Trends and challenges of recruiting and

retaining international graduate students: An internal perspective. *Journal of Education Research*, 9(4).

■ Bordoloi, S. (2015). “I Am Standing Still”: The Impact of Immigration Regulations on the Career Aspirations of Wives of International Students in the USA. *Journal of International Migration and Integration*, 16, 607-624. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/S12134-014-0354-4>

■ Briggs, P., & Ammigan, R. (2017). A Collaborative Programming and Outreach Model for International Student Support Offices. *Journal of International Students*, 7, 1080-1095.

■ Cantu, M. P. (2013). Three effective strategies of internationalization in American universities. *Journal of International Education and Leadership*, 3(3), n3.

■ Choudaha, R., Chang, L., & Kono, Y. (2013). International student mobility trends 2013: Towards responsive recruitment strategies. *World Education News & Reviews*, 26(2).

■ Collins, F., Sidhu, R., Lewis, N., & Yeoh, B. (2014). Mobility and desire: international students and Asian regionalism in aspirational Singapore. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 35, 661 - 676. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/01596306.2014.921996>.

■ Gök, E., & Gümüş, S. (2018). International student recruitment efforts of Turkish universities: Rationales and strategies. *Annual review of comparative and international education 2017*, 231-255.

■ Green, M., & Koch, K. (2015). Competition for International Students. *International higher education*. Retrieved from <https://doi.org/10.6017/IHE.2010.59.84>  
80

■ Harder, A., Windenbach, G., & Rosser, M. (2007). Developing International Research Partnerships. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 14. Retrieved from <https://doi.org/10.5191/JIAEE.2007.14306>

■ Hawthorne, L., Minas, I., & Singh, B. (2004). A case study in the globalization of medical education: assisting overseas-born students at the University of Melbourne.

*Medical Teacher*, 26, 150 - 159. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/0142159032000150539>

■ Hudzik, J. K. (2011). *Comprehensive internationalization: From concept to action*. NAFSA.

■ Hulme, M., Thomson, A., Hulme, R., & Doughty, G. (2014). Trading places: The role of agents in international student recruitment from Africa. *Journal of Further and Higher Education*, 38, 674 - 689. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/0309877X.2013.778965>

■ Levent, F. (2016). The economic impacts of international student mobility in the globalization process. *Journal of New Results in Science*, 13, 3853-3870. Retrieved from <https://doi.org/10.14687/JHS.V13I3.3877>

■ Llewellyn-Smith, C., & McCabe, V. (2008). What is the attraction for exchange students: the host destination or host university? Empirical evidence from a study of an Australian university. *International Journal of Tourism Research*, 10, 593-607. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/JTR.692>

■ McFadden, C., Maahs-Fladung, C., & Mallett, W. (2015). Recruiting international students to your campus. *Journal of International Students 2012*, 2(2), 157.

■ McKibben, B. (2018). *The importance of recruiting and retaining international students* (Doctoral dissertation, Murray State University).

■ Mesidor, J., & Sly, K. (2016). Factors That Contribute to the Adjustment of International Students. *Journal of International Students*, 6, 262-282.

■ Michelotti, S. (2009). Responding to Multiculturalism in Higher Education: English Language Support in one British University. *Recherche et pratiques pédagogiques en langues de spécialité. Cahiers de l'Aplut*, 28(2), 52-62.

■ NAFSA - Association of International Educators. (2020). *Economic Value of International Students: A Comparison of Foreign and U.S. Student Contributions to the U.S. Economy*. Retrieved from <https://www.nafsa.org/policy-and-advocacy/policy-resources/nafsa-international-student-economic-value-toolkit>

- National University of Singapore. (n.d.). *Scholarships for Undergraduate Studies*. Retrieved from <http://www.nus.edu.sg/oam/scholarships/undergraduate/>
- Ozturgut, O. (2013). Best practices in recruiting and retaining international students in the US. *Current Issues in Education*, 16(2).
- Pandit, K. (2009). Leading Internationalization. *Annals of the Association of American Geographers*, 99, 645 - 656. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/00045600903120552>
- Rijt, P. (2021). Framing in International Student Recruitment: A Cross-Country Comparison of the Online Corporate Identity of Universities. *Journal of Studies in International Education*. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/10283153211042087>
- Rose-Redwood, C. (2010). The Challenge of Fostering Cross-Cultural Interactions: A Case Study of International Graduate Students' Perceptions of Diversity Initiatives.. *College Student Journal*, 44, 389-399.
- Rosyidah, N., & Rosyidi, U. (2020). Internationalization in Higher Education: University's Effective Promotion Strategies in Building International Trust. *European Journal of Educational Research*, 9(1), 351-361.
- Schröder, B. R. (2014). IFP from a comparative international development perspective. In *Leadership for Social Justice in Higher Education: The Legacy of the Ford Foundation International Fellowships Program* (pp. 35-46). New York: Palgrave Macmillan US.
- University of British Columbia. (n.d.). *International Scholarships*. Retrieved from <https://you.ubc.ca/tuition-scholarships/scholarships-awards/international-scholars/>
- University of Melbourne. (n.d.). *International Students - Home*. Retrieved from <https://study.unimelb.edu.au/explore/international-students>
- Weeks, W., Filion, M., & Luna, G. (1997). Enhancing Sales Skills and Cultural Awareness: An International Competition Approach. *Marketing Education Review*, 7, 67-79. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/10528008.1997.11488594>
- Wu, T., & Naidoo, V. (2016). *The Role of International Marketing in Higher*

*Education*, 3-9. Retrieved form [https://doi.org/10.1057/978-1-137-54291-5\\_1](https://doi.org/10.1057/978-1-137-54291-5_1)

- Wylie, P. (2020). University of British Columbia's International Student Initiative: Implications for Provincial Public Higher Education. *Critical Education*, 11, 1-21. Retrieved form <https://doi.org/10.14288/CE.V11I2.186462>

