

聚焦就业新赛道，高校微专业火了

教育部近期印发通知，部署实施高校学生就业能力提升“双干”计划，推动全国范围内开设1000个微专业或专业课程群以及1000个职业能力培训课程。微专业到底是什么？如何看待微专业背后的人才培养趋势？

►内蒙古师范大学“智能传播”微专业的学生参加实践教学



避免一拥而上 高质量发展仍待破题

微专业打破了学科专业间的壁垒，也打通了学校和企业间的人才培养通道，受到多方欢迎，众多高校纷纷开设。在微专业遍地开花的同时，也要注意教育教学的精细化、特色化和规范化，推动微专业高质量发展。

部分高校微专业教学效果参差不齐，面临课时少、课程系统性弱、授课深度浅等问题，需做好精细化、定制化教学。江苏一所省属高校教务部门负责人告诉记者，学校对已开设的微专业进行教学质量监测后发现，部分微专业办学效果不尽理想。为保证微专业教学效果，有必要对微专业授课进行差异化设计，以精细化、定制化教学提升学生修读获得感。

警惕微专业立项追逐热度、一拥而上。微专业虽然聚焦于热门行业、前沿领域，但是一哄而上追热门并不利于长远发展。严长杰认为，微专业的设立应紧密结合国家战略，顺应时代发展需求，建议各高校建立微专业动态进入和退出机制，合理控制立项总量，及时调整或取消不适应行业发展的微专业。

整合资源，避免微专业设置单打独斗、重复摸索。高校是微专业建设的主体，当前大部分高校对此仍处于摸索阶段。业内人士建议，各地探索搭建微专业领域教育教学资源共享和信息交流平台。

此外，诸如一些高校对微专业没有明确收费标准，修习微专业获得的证书不能作为学历证明，社会认可度有待提升等问题，也有待进一步探索破解之法。

据半月谈

小而精，微专业人气爆棚

进入大二下学期，内蒙古师范大学网络与新媒体专业学生杜宛蓉比之前忙碌不少。除了主修课程，杜宛蓉周末还要上智能传播理论、数据分析与挖掘等“智能传播”微专业课程。

时下，周末去上微专业的风潮，正在不少高校流行开来。微专业是高校在本科专业目录之外，围绕特定专业领域、研究方向或者核心素养开设的一组小而精的课程，一般属于非学历教育，具有学习周期短、学习时间灵活等特点。

内蒙古师范大学以“人工智能+”赋能本科教育教学，将人工智能与传统专业融合开设微专业，支持学生跨界学习。“微专业将人工智能等新技术和传统新闻专业结合，课堂上既有校内老师，也有来自新媒体协会、融媒体中心的外校专家，大大拓宽了我们的眼界。”杜宛蓉说。

在安徽师范大学教育科学

学院“智慧教育”微专业的课堂上，学生们正在收集学生课堂互动记录、在线学习轨迹和作业反馈等多种类型的教学数据，并根据教育领域的经典理论，运用智能算法对学生的特点展开分析。教育科学学院副院长韩建涛表示，“智慧教育”微专业是为响应国家教育数字化发展战略，应对人工智能全面融入教育的新趋势而设立的。

一些微专业走出校园，为社会人士提供学习机会。2023年起，苏州大学部分微专业面向社会开放共享。其中，“教育领导+”微专业面向陕西蓝田、云南宣威、贵州松桃和江西上饶等中西部地区的中小学教师免费开放，以提升中西部教师教学水平和综合能力；“精准放射医学”微专业则面向国内开设放射医学专业的9所高校开放共享，为放射医学本科教育搭建合作交流平台。

融合实用，创新人才培养模式

微专业的课程内容多为学科前沿或交叉内容，突出融合导向、实用导向，可成为新工科、新文科、新医科、新农科的落地实践。

微专业注重学科融合，有望成为高校人才培养的创新“轻骑兵”。“微专业已成为打破学科专业壁垒的一大尝试。”内蒙古师范大学新闻传播学院院长张芸对此深有感触，近年来人工智能快速发展，给传统新闻行业带来较大冲击，正当张芸和同事们思考新闻专业本科教育未来如何发展时，与人工智能相结合的微专业为他们提供了新的方向。

微专业的设置，助推高校人才培养工作，紧跟产业发展趋势。扬州大学教务处处长严长杰表示，当前高校人才培养存在“天然滞后期”，申报新的专业至少需要两三年时间，等到专业正式开设还需4至5年的培养期，首届学生毕业可能早已赶不上行业风口；微专业的设置轻巧灵活，一些反响好的微专业有望成为传统专业的有效补充，

未来可能发展成为正式专业。

在助力学生提升就业能力的同时，企业也可以通过微专业深度参与人才培养，实现专业教育与职业需求的“双向奔赴”。

插画、茶艺、客房创意服务……在黄山学院旅游学院开设的“民宿康养和数字化运营”微专业课堂上，更多的是实战性操作。黄山学院旅游学院党委副书记姚李忠表示，在有关民宿的微专业课上，民宿老板和学生交流互动，不少学生在课堂上找到了就业方向。

微专业的设置，还有助于及时培养市场急需人才。针对“双碳”背景下对相关领域人才的需求，内蒙古科技大学于2023年开设“碳中和”微专业，为学生从事“双碳”工作提供必需的基础理论知识和初步实践经验。

内蒙古师范大学新闻传播学院党委书记宋磊说，微专业将新技术、新产业引进课堂，可以让学生第一时间接触行业发展趋势，帮助学生补齐知识和技能短板，为就业助力。

互联网保险“百万”保额，可能只是噱头

在各类电商或资讯平台上的保险广告中，不乏“百万”保额、“保障上百种重疾”“限时优惠即将结束”等颇具吸引力的用语。这些“看上去很美”的保险产品，究竟是“玩噱头”还是“真有料”？

为了全面评估互联网保险产品真实情况，上海市消保委近日联合复旦大学针对互联网保险产品开展测评。课题组选取了10家市场主流的互联网保险销售平台和头部保险中介机构，并从中选取了35家保险公司共计150款保险产品样本，其中医疗险产品80款、重疾险产品30款、意外险产品40款，尽可能还原市场现状并为行业健康发展提出针对性改进措施。



百万意外险“百万”实为 报销上限

测评结果显示，某平台销售的天天保百万意外险，宣称的“百万”实为意外医疗费用补偿责任，而医疗费用补偿是报销模式，不超过实际医疗费用，所谓的“百万”为报销上限，且免赔额高达5000元，而该产品的意外身故及残疾保额仅有1万元。

复旦大学保险应用创新研究院副院长许闲指出，互联网保险销售

页面普遍以强调“高保额、低保费、快理赔”为卖点，快速建立用户购买意愿。同时用营销语义设计高度强化用户感知利益，比如某些互联网中介平台在推广保险产品时，采用“饥饿营销”手段，在产品销售页面标注“今日仅剩××单”等信息提示，制造紧迫感催促消费者下单，导致用户在没有全面了解和评估产品信息的情况下做出决策。

“这类‘轻量化’设计虽可以提升承保效率，却放大了用户对保障边界的理解误差，用户在实际使用

中常出现保障不匹配或不适用的情况。同时，产品在销售端的界面展示相对简洁，难以解释清楚免赔条款、健康告知、等待期等专业化的保险内容，普通消费者在无专业人员协助的情况下易造成理解偏差。”课题组成员表示。

保障范围难判断，人工 客服缺位

许闲介绍，很多保险产品在销售页面仅模糊表述“保障100/120

种重大疾病”，并未提供完整的疾病清单或疾病示例，具体的疾病种类只能到保险条款中查询，消费者难以快速判断保障范围；某些意外险产品包含意外医疗责任，但没有明显标注可报销医院范围，导致消费者误以为所有医院均可理赔，而实际上部分高端或民营医院可能被排除在外。

人工客服的缺失也是消费者着重反映的痛点。课题组成员指出，人工客服应在关键节点承担解释条款、回应疑问与处理争议的责任。然而在实际运营中，人工客服严重缺位，不仅削弱了产品解释和协商能力，也阻断了与用户建立信任的机会。

记者试用后发现，部分平台的产品人工客服咨询入口存在缺失；部分产品声称提供人工客服，但消费者实际咨询时，发现只能使用AI问答系统，部分平台咨询入口流程复杂，要求消费者扫码关注公众号、注册账户、提供手机号或微信号等个人信息，才能进入客服界面。

强化信息透明度，保障 消费者知情权

消费者需要怎样的互联网保险

产品？上海市消保委副秘书长唐健盛表示，应当强化互联网保险信息透明度，保障消费者知情权。不能仅依赖投保协议文档形式满足监管要求，尤其是在免赔额、保障责任、续保条款等方面，监管部门可推动行业标准建立，明确信息展示的行为规则，防止重要内容以默认折叠、文字淡化等方式弱化用户认知。

许闲提出，当前互联网保险销售平台以用户转化率为主要考核指标，容易造成“用户理解不足”。应推动销售路径设计转向“用户充分理解+自主决策”的双保障逻辑。同时，建议平台引入“关键条款确认”“多步展示与确认”机制，引导用户逐步理解保险产品而非一键完成交易，将销售行为融入保险教育过程，使“用户理解”成为销售流程中的重要环节。

在优化产品结构与服务设计，提升投保体验与精准响应能力之外，唐健盛提到，应加强客户信任建设，从服务细节到持续运营形成正循环，特别是客服机制在信任构建中扮演关键角色，建议在关键节点增加人工服务入口，避免出现“流程完结即服务终止”的服务僵局。

据工人日报