

# 高等教育慕课市场的认证机制研究

邱伟华

(华东师范大学 公共管理学院, 上海 200062)

**[摘要]** 慕课利用信息技术打破了面对面教学的时空限制, 具有为亿万人提供优质高等教育的潜力。但由于教育和劳动力市场存在信息不对称, 慕课质量和学习者成就需要通过认证才能获得社会承认。大学是一个具有教育和认证功能的组织, 必须向学习者保证服务质量并帮助其向雇主证明自己的能力。高等教育认证是大学获得学生和雇主信任的基石。目前的高等教育认证主要通过计算有形资源和学术成果对学校和专业进行评价, 但慕课认证需要对课程和学习者做出评价。依据学习者的需求, 高等教育慕课市场可细分为大学慕课市场和职业慕课市场。大学慕课认证的关键在于组建大学联盟, 制定慕课认证标准, 集体认可慕课学分。职业慕课认证的关键在于借用慕课开发者的信誉、颁发信息详细的电子证书, 向雇主发送优质信号。美国一流大学的卓越声誉有利于职业慕课得到雇主认可, 但学校间的利益冲突影响慕课进入大学校园。中国高等教育发展落后于美国, 中国大学比美国大学更愿意承认和引进慕课, 所以中国大学慕课认证应当侧重于遴选优质课程, 职业慕课认证应当组建大学和企业联盟, 通过权威认证促进市场成长。

**[关键词]** 慕课; 认证机制; 高等教育市场

**[中图分类号]** G40-058.1

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1007-2179(2015)03-0040-07

## 一、引言

众多学子都渴望得到良师的教诲, 因为教育的确可以改变人生。然而良师非常稀缺, 面对面教学也限制了良师所能指导的学生数。即使是在高等教育普及化的今天, 也只有少数学子能有幸获得优质高等教育。2012年, 美国斯坦福大学等世界一流大学发动的慕课革命, 借助互联网技术将优质教育带入量产时代。2013年, 英国、德国、中国、澳大利亚也纷纷成立本国的大型慕课平台, 一个打破学校壁垒、跨越地域限制的高等教育慕课市场已然形成。

2015年4月, 美国最大的慕课平台 Coursera 与世界 117 所大学合作, 推出 1024 门课程, 注册会员超过 1200 万。中国最大的慕课平台 icourse163 的用户人数突破 100 万, 与其合作的 31 所大学共推出 352 门课程。大量免费的名校慕课无疑激发了学习者的热情, 许多课程的修读人数常常达到两三万人。但与慕课的高注册率相比, 平均低于 10% 的课程完

成率似乎成了制约慕课进一步发展的瓶颈(Perna et al., 2014)。批评者认为慕课缺乏人际互动, 要求学习者具备很强的主动性与自觉性等, 因此慕课无法取代传统大学教育。支持者则认为慕课可以大幅降低教育成本, 只要解决学习者如何获得学分学位等问题, 慕课将会颠覆传统大学教育。

从产品层次角度看, 慕课和大学不是一种取代或颠覆的关系。大学的产品是学位, 慕课的产品是课程, 慕课革命的本质在于创造了一个进入高等教育学位市场的课程市场(李明华, 2013)。如果把学位看作最终产品, 课程就是用于制造学位的零部件。慕课的出现意味着大学可以像制造业公司一样, 从外部市场购买质量更高价格更低的零部件, 提升大学的产品质量。不少研究发现, 引进名校慕课加上本校教师面授的混合教学模式能够提高学生的学习效果(MIT, 2014)。慕课更深远的影响在于创造了直接利用慕课生产学位的新型网络大学, 满足更多人对高等教育的需求。

**[收稿日期]** 2015-04-12

**[修回日期]** 2015-05-03

**[DOI 编码]** 10.13966/j.cnki.kfjyyj.2015.03.005

**[基金项目]** 全国教育科学“十二五”规划 2014 年度教育部重点课题“慕课提升高等教育质量的机制设计研究”(DIA140306)。

**[作者简介]** 邱伟华, 经济学博士, 华东师范大学公共管理学院讲师, 研究方向: 教育制度分析(whqiu@cpa.ecnu.edu.cn)。

分工专业化导致教育市场和劳动力市场普遍存在信息不对称。无论在慕课出现前还是出现后,高等教育学习者都面临两个基本问题:一是所学课程的质量能否让学习者获得足够的知识和技能,二是完成学业后如何向雇主证明自己的能力。大学本质上是一个同时兼具教育和认证功能的组织,除了传道授业,还通过专业认证和学校认证解决上述信息不对称问题。目前,一流大学推出的优质慕课可以替代普通大学的教育功能,但不能取代普通大学的认证功能。反过来讲,如果不能建立与之相应的认证机制,慕课将很难获得长足发展。

## 二、高等教育和慕课的认证逻辑

大学毕业生求职时,毕业学校的声誉会受到招聘方的重视,通常学校声誉越高毕业生的薪酬也越高。如果不知道学生的毕业学校,单凭简历和面试来鉴别求职者的能力并非易事。招聘中普遍存在的“学校歧视”现象表明,大学声誉是劳动力市场雇主判断毕业生质量的重要信号。大学声誉同样也成为高等教育市场学生判断专业课程质量的重要信号。学生入学前对所学专业 and 课程知之甚少,他们以考入高次位的大学为目标,基于大学的声誉相信其教育质量是有保障的。由于知识和人才的度量费用远高于普通商品,建立良好的声誉是进入高等教育市场的关键。例如,为把“文凭工厂”淘汰出局,世界各国普遍通过认证来保证大学的质量。达到认证标准的大学才可以颁发文凭,未被认证的学校则难以获得市场的信任。雇主对毕业生能力的信任、学生对专业课程质量的信任都是基于大学通过认证这一事实而建立的。目前尽管许多慕课给通过考核的学习者颁发结业证书,但证书的效力还难以被广泛承认。究其根源,慕课作为一种高等教育产品,还没有解决学习者面临的信息不对称问题。慕课亟需有效的认证机制为其建立质量声誉,否则还谈不上为学习者授予学分或学位。

高等教育产品的质量比普通商品更难度量,理论上所有利益相关者都参加认证标准的制定并提供各自掌握的信息,才可能对产品做出准确评价。但实际上不同群体拥有的信息存在差异,其评价能力和参与意愿也有差别。例如,学生拥有大学教育的一手信息,但尚不完全具备评价大学教育的能力。

企业最有能力评价大学毕业生的质量,但缺少大学教育的一手信息。对大学进行评价要求了解学校的信息,学生和企业都没有动力去承担这些工作。政府和大学是最有可能激励开展评价工作的利益相关者。政府用公共财政支持大学开展教学与科研活动,因而希望衡量大学的绩效。大学则希望通过评价确立声誉,吸引更优质的生源、获得更多来自政府和社会的资助。对政府和大学而言,易于评价和获取的资料是大学的有形资源(如经费、人数)和学术成果(如论文、著作)。前者可以计算比较,后者可以量化排序,因此资源统计和学术考核成为评价大学最重要的指标。从人才培养角度看,基于资源和学术的评价体系只是对投入的度量。前者衡量大学的财力,后者衡量教师的智力,两者都不是对大学产品(课程和毕业生)的直接评价。目前高等教育认证的基本逻辑是以对投入的度量代替对产出的度量。这种认证方式并不适用于慕课市场,因为慕课需要对课程直接进行评价。

什么样的认证才适合慕课,这需要考虑谁是慕课的利益相关者,及其拥有的信息、评价能力和参与意愿。从慕课的发展潜力看,它是一个比大学教育更广阔的市场。不同客户群意味着不同的细分市场,慕课认证的关键在于切中细分市场客户需求的痛点并协调相关者的利益矛盾。慕课目前有两类典型的潜在客户:一是在校大学生,他们希望用优质的外校慕课代替本校同类课程,加强对专业知识的理解;二是职场人士,他们希望快速获得某专业领域的知识并掌握实用的工作技能。第一类客户构成大学慕课市场(MOOCs for university),认证目标是保证课程达到高质量标准,激励教师不断改进课程。第二类客户构成职业慕课市场(MOOCs for career development),认证目标是让专业课程得到企业认可,帮助学习者获得面试与工作机会。究竟应该如何对两类慕课市场进行课程认证,我们可以从国际慕课平台采用的认证策略理解其内在逻辑。

## 三、国际高等教育慕课平台的认证策略

学习者完成慕课后可以获得授课教师或慕课平台签发的结业证书。这张证书到底有何用处是学习者关心又困惑的。虽然媒体报道过有人因为学习慕课而被著名大学录取或被知名公司录用的事例,

但慕课证书的价值对多数人而言仍不甚明了。用慕课换取大学承认的学分是一个自然而然的想法,但慕课进入大学的道路还有诸多障碍。首先,现有高等教育认证机构主要从事专业认证和学校认证,谁来对数量庞大的慕课进行质量认证是个悬而未决的问题。其次,不同慕课的学习时间、作业数量、内容深度、考试难度甚至讲授质量迥异,按什么标准对慕课认证也是有待解决的问题。最后慕课认证会引起大学间潜在的利益冲突。如果把大学类比成国家,慕课认证和承认学分意味着要求开放市场推动贸易自由化。大学慕课市场需要一个类似 WTO 的多边组织来制定规则建立次序。

2013年2月,美国大学委员会向大学推荐了5门值得授予学分的 Coursera 慕课,然而直到今天,认可 Courera 慕课换取学分的大学还十分有限。edX 已有许多慕课被其他大学纳入线上和线下结合的混合教育模式,但同意修读 edX 在线慕课就可获得学分的大学非常少(Rosenberg, 2015)。大学对慕课授予学分的谨慎态度表明,慕课认证有待探索。2014年12月,美国大学委员会启动替代性学分联盟(Alternative Credit Consortium)试点项目。参加联盟的25所大学将协助制定标准并挑选约100门免费或低成本但有质量的网络课程,学校将承认这些课程的学分(ACE, 2014)。该项目由比尔和梅琳达·盖茨(Bill & Melinda Gates)基金会资助,旨在帮助那些修过大学课程但没有获得学位或证书的成年人,其中许多人来自低收入或无人上过大学的家庭。加入联盟的大学将向美国大学委员会报告他们承认的学分数以及学生的学习进展。

与美国相比,欧洲承认慕课学分的道路更顺畅。欧洲大学比美国大学更愿意尝试慕课,也更愿意为慕课授予学分,欧盟委员会和欧洲各国政府都提供资金支持慕课发展(EADTU, 2015)。欧洲29国为推进高等教育一体化早在21世纪初就建立了欧洲学分互认体系(ECTS)。这一制度安排为欧洲大学承认慕课学分提供了法律依据,美国则还没有国家层面的学分转换机制。欧洲高等教育经费主要来自公共财政,承认慕课学分不会影响大学的收入,但学费是美国大学收入的重要来源。许多美国大学担心学习者互评作业和在线考试无法真实衡量学生的学习,欧洲大学则打算通过线下考试解决这一问题。

例如,德国最大的慕课平台iversity于2013年10月宣布,只要学生完成课程并通过线下考试就可获得ECTS承认的学分。为保证推出课程的质量,iversity计划组建欧洲大学慕课联盟,每所大学建设若干门慕课和线下考试中心,共同对课程进行认证,确保达到ECTS的学分授予标准(Chung, 2015)。

认证和学分转换障碍导致美国的大学慕课市场难以发展,Coursera、edX和Udacity等三大慕课平台转向职业慕课市场。对某些职业人士而言,能不能获得大学承认学分并不重要,他们关心的是能不能从课程中学到有用的知识和技能,以及如何向雇主证明自己的能力。职业人士为更新知识和技能也常常需要就某一领域进行系统学习,有明确专业方向的系列化课程包比分散的多门课程更具吸引力。多数职业人士不会再回到大学校园学习,慕课平台可以向他们推出提升职业能力的慕课并颁发证书或学位。只要职业慕课能够真正提高他们的专业技能,他们就愿意付费,职业慕课证书和职业慕课学位也会得到越来越多雇主的承认。一旦职业慕课在职业人士中建立起声誉,它将对大学学位市场造成冲击。未来的年轻人也许可以不用再上传统大学,而利用免费的慕课先学习原理性知识,付费获得职业慕课学位开始自己的职业生涯。

2013年初,Coursera率先推出签名认证服务(signature track),为购买者提供具有独特编号的电子证书。学习者注册时需要通过摄像头拍照、打字节奏和官方身份证等三种方式确认身份,每次提交作业也需要重新打字和拍照验证身份。学习者付费后即可使用Coursera网站提供的链接向雇主或他人展示自己的学习成就。签名认证服务得到市场的积极反应,不少学员愿意购买,每门课程约50美元的定价为Coursera带来可观的收益。2013年9月,edX率先推出名为X系列(Xseries)证书,学习者付费学习系列课程并通过考核即可获得证书。2014年1月,Coursera也推出名为专项课程(specialization)的证书。学习者付费学习课程后用掌握的技能完成一个毕业项目(capstone project)即可获得专项课程证书。为使课程更贴近业界需求,2015年起Coursera与Google等知名公司合作开发专项课程毕业项目。目前Coursera已推出28个专项课程证书,每个定价五百美元左右。Udacity和AT&T公司

2014年10月推出名为微学位(Nano Degree)证书,学习者按每月200美元的价格付费,可在9至12个月完成规定的全部课程和项目。为提高微学位的可信度,2015年3月,Udacity与Accredible公司合作为微学位学习者提供学习证明。Accredible公司通过对学习数据进行分析,生成在线教育电子证书,真实呈现学生的全部学习过程。雇主查看证书时可以了解学习者观看视频、完成作业、参与讨论、课堂报告、学习成绩、教师评语、课程项目等情况(Accredible, 2015)。Accredible公司的电子证书能让雇主全面了解学习者的综合能力,解决慕课学习缺乏有效认证的困境。

X系列、专项课程、微学位捕捉到了职业人士终身学习的需求,同时也为慕课进入企业培训市场开辟了道路。企业面临和需要解决的问题随行业、市场和发展阶段的不同而有很大差异,找到贴近企业问题的培训项目和课程并非易事。目前慕课平台正在通过与知名企业或组织合作,向培训市场渗透。例如,edX与微软公司合作提供IT发展课程,与国际货币基金组织(IMF)签约为政府提供宏观经济学和金融课程。Coursera和Instagram、Snapdeal, Udacity和谷歌、脸谱也已建立员工培训合作(Murray, 2015)。从长远看慕课会促进大学和企业间的知识流动,创造没有边界的知识社会。

#### 四、促进中国慕课市场发展的认证策略

中国慕课市场在过去两年和美国一样迅速成长,例如清华大学学堂在线发布的慕课数量(413门)已和edX(468门)相当。不过,美国超过三分之二的慕课学习者已拥有本科及以上学历(Nesterko et al., 2015),但中国的慕课学习者主要由在校大学生构成(果壳网, 2014)。中国大学比美国大学更愿意引进慕课,也更倾向于承认慕课学分,但与美国职业慕课市场进展相比,中国的职业慕课市场才刚刚萌芽。这些有趣的对照表明,中美的高等教育处于不同的发展阶段,两国的慕课需求也大不相同。中国大部分大学的教育质量远落后于美国的普通大学,中国大学生对优质课程的需求远比美国大学生迫切。既然中国大学学位的含金量不高,年轻员工主要通过边干边学积累人力资本,他们对大学慕课的需求自然较低。因此,中国慕课认证的目标与美

国迥异,美国着眼于推动大学授予慕课学分,中国则应侧重于遴选高质量课程,即用一流大学的慕课代替普通大学的同类课程,以快速提升中国高等教育质量。

教育部可先从通识教育课程和专业基础课程入手制定慕课标准,从学习内容、课程难度、作业考试等方面对慕课的设计和制作提出指导性建议。慕课平台与其合作大学成立专业认证委员会,对课程进行认证确保达到质量标准。引进慕课的大学成立专业选课委员会,负责推荐适合本校学生修习的慕课。学生学完课程后,慕课平台基于学生学习数据对学习过程进行评价,同时学生亦从知识性、趣味性和启发性方面对教学效果进行评价。综合课程认证、课程评估、过程评价、学生评价等信息生成的慕课质量报告,供未来选课的学生参考。为激励教师不断改进课程,可建立类似足球联赛的慕课分级竞争机制。认证合格的慕课经过两年可以申请优秀慕课评估,优秀慕课的有效期也为两年,到期后需要重新评估,没有达标的慕课则被降级。在课程质量、教学效果、修课人数和收入之间建立联系,课程得分越高,开发团队获得的报酬也越高。

目前中国已进入中等收入国家行列,经济增速下降会导致就业岗位减少,未来的经济增长和就业关键依靠技术进步推动产业升级。中国高等教育也因此正在进行相应调整,加快培养适应技术进步和产业升级的应用技术型人才。2015年教育部启动地方本科高校转型试点,意味着中国大学将产生对职业慕课的巨大需求。组建中国应用技术型大学MOOC平台,鼓励大学与知名企业合作开发职业慕课、专项课程证书或微学位项目。教育部可以聘请资深行业专家对课程进行认证。职业慕课不仅有助于解决大学生就业问题,还可惠及人数庞大的新生代农民工。由于时间、收入、交通、信息等限制,传统高等教育体系无法覆盖农民工群体(李明华, 2011),慕课的出现为他们提供了新的学习契机。2013年,中国高等教育毛入学率只有34.5%,意味着至少还有两亿18至35岁的成年人没有接受过高等教育。对职业慕课进行权威认证、颁发基于慕课的学位将会点燃这个市场的需求。我们期待任何人在任何时间任何地点都能上大学的梦想,在不久的将来因为慕课而变成现实。

## 五、讨论和结论

慕课可以为千万人提供优质的高等教育,如何让潜在的需求者变成实际的购买者是慕课发展的关键。如果授课教师、大学和慕课平台不能盈利,慕课的免费模式终将难以持续。本文基于慕课学习者面临的信息不对称问题,阐述了慕课认证的必要性。慕课平台采用的多种认证策略表明,有效的认证才能为慕课带来收入。从商业角度看,慕课的盈利前景推动美国慕课平台进行认证机制创新。如果慕课能给大学带来更多生源和可观收入,就会有大学愿意认可慕课学分。2015年4月,edX和亚利桑那州立大学联合推出全球新生学院(Global Freshman Academy,简称GFA),允许任何人修读该校在edX发布的大学一年级通识教育课程。学习者可以在通过课程后决定是否付45美元获得edX颁发的课程证书,或按200美元一学分的价格付费获取该校授予的学分。这样,完成大学一年级教育(通常为8门3学分课程)的费用约为5000美元,远低于目前普通大学25000美元/年的学费。学习者获得的成绩单和学分与在校生没有差别,亚利桑那州立大学甚至允许学生入学前先从全球新生学院修课以节省上大学的费用和时间(Lewin, 2015)。虽然目前还不知道有多少学生会学习,但考虑到美国超过40%的四年制大学生六年内没有取得学位这一事实,全球新生学院的优惠价格、学分认可和零风险(学成后付费)无疑开创了慕课进入大学学位市场的新模式。

与世界大多数国家相比,美国高等教育非常开放,大学享有独立的自治权和招生权。从制度演化的角度看,美国大学和慕课平台享有的自由允许它们尝试各种可能的机制创新,学习者和雇主的反应能够快速筛选出适合美国高等教育市场的认证机制。观察美国的慕课认证进展可以帮助我们理解慕课认证的内在逻辑,但中美高等教育的制度差异会影响认证机制的设计。例如,中国大学还不具有独立的设置权和专业授予权。中国慕课不会局限于分散的一门门课程,必然会发展出专项课程和微专业。慕课专项课程与微专业由教育部按统一标准认证,还是允许大学和慕课平台根据市场需求进行调整?校外学习者和在校生完成同样的一系列课程,会获得什么样的学位?慕课学位与现行学位体

系如何衔接?慕课学历能否得到国家承认?这些问题都会影响慕课的质量以及慕课对学习者的吸引力。由于中国慕课刚刚起步仍然处于市场试探期,本文仅根据慕课在中国市场的潜在需求对认证机制进行初步探索,还未考虑认证机制与现有高等教育制度的兼容性问题。

中国高等教育是一个受政府严格管制的市场,高等教育慕课却是全球性的竞争市场。中国的慕课学习者可以选择在国内或国外平台学习,中国的优秀教师也可以到国外平台授课。外国的优秀慕课配上中文字幕和翻译就可进入中国市场,国外平台甚至还可以特别开发适合中国市场的慕课。如果外国慕课证书在教育和劳动力市场上具有更高的认可度,多数中国慕课学习者就会选择学习外国慕课。为了提高中国慕课质量和在世界高等教育市场的竞争力,慕课认证机制的顶层设计需要积极创新,赋予大学与慕课平台更多的自由去满足中国高等教育市场的多样化需求。

### [参考文献]

- [1] ACE (2014). Twenty-Five institutions to participate in ACE Alternative Credit Project [EB/OL]. [2014-12-15]. <http://www.acenet.edu/news-room/Pages/Twenty-Five-Institutions-to-Participate-in-ACE-Alternative-Credit-Project.aspx>.
- [2] Accredible (2015). Accredible manages your organization's certificates for you, from issuing, to editing, to analytics [EB/OL]. [Not Known]. <https://accredible.com/certificates>.
- [3] Chung, C. (2015). iversity plots a new path for European MOOCs [EB/OL]. [2014-12-08]. <https://www.class-central.com/report/iversity-european-moocs/>.
- [4] EADTU (2015). Institutional MOOC strategies in Europe [EB/OL]. [2015-02-01]. [http://www.eadtu.eu/documents/Publications/OEenM/Institutional\\_MOOC\\_strategies\\_in\\_Europe.pdf](http://www.eadtu.eu/documents/Publications/OEenM/Institutional_MOOC_strategies_in_Europe.pdf)
- [5] 果壳网 (2014). 2014年慕课学习者调查报告. [EB/OL]. [2014-08-11]. <http://mooc.guokr.com/post/610674/>.
- [6] 李明华 (2011). 农民工高等教育需求、供给和认证制度研究 [M]. 中国言实出版社: 128-135.
- [7] 李明华 (2013). MOOCs 革命: 独立课程市场形成和高等教育世界市场新格局. [J] 开放教育研究, (6): 11-29.
- [8] MIT (2014). Institute-wide task force on the future of MIT education. [EB/OL]. [2014-07-28]. [http://web.mit.edu/future-report/TaskForceFinal\\_July28.pdf](http://web.mit.edu/future-report/TaskForceFinal_July28.pdf).
- [9] Nesterko, S. O., Seaton, D. T., Kashin, K., Han, Q., Reich, J., Waldo, J., Chuang I., & Ho, A. D. (2015). Education levels composition (HarvardX Insights). [EB/OL]. [2015-04-19].

<http://harvardx.harvard.edu/harvardx-insights/education-levels-composition>.

[10] Lewin, T. (2015). Promising full college credit, Arizona State University offers online freshman program [EB/OL]. [2015-04-22]. <http://www.nytimes.com/2015/04/23/us/arizona-state-university-to-offer-online-freshman-academy.html>.

[11] Murray, S. (2015). Online learning revolution pushes further into corporate training [EB/OL]. [2015-03-23]. <http://www.businessbecause.com/news/mba-distance-learning/3177/online-learning-revolution-in-corporate-training>.

[12] Rosenberg, J. (2015). Much more about MOOCs [EB/OL]. [2015-04-01]. <http://harvardmagazine.com/2015/04/harvard-mooc-online-learning-lessons-from-edx>.

[13] Perna, L. W., Ruby, A., Boruch, R. F., Wang, N., Scull, J., Ahmad, S., & Evans, C. (2014). Moving through MOOCs: Understanding the progression of users in Massive Open Online Courses. [J]. *Educational Researcher*, 43(9): 421-432.

(编辑:魏志慧)

## Accreditation Mechanism of MOOC in Higher Education Market

QIU Weihua

( School of Public Administration, East China Normal University, Shanghai 200062, China )

**Abstract:** *Through applying information technology, MOOCs are breaking down the barrier of space and time in face-to-face teaching and making it possible to provide high quality education for billions of people. However, because of asymmetric information in education and labor market, the quality of MOOC and learners' achievements can not be acknowledged by the public without accreditation. Conventionally, universities are both as educators and accreditors simultaneously. A university must assure learners the quality of its services and convince employers of the abilities of its graduates. Learners' and employers' trust in a university is built on the fact of its having been accredited. The present accreditations of higher education consist of college accreditation and program accreditation on which are based on the evaluation of physical resources and academic publications. However, the MOOC accreditation needs to evaluate both the courses and the learning outcome, therefore the three major MOOC platforms in the United States have adopted several innovative strategies to make MOOCs credible. According to learners' needs, MOOCs in higher education can be divided into two categories, MOOCs for university and MOOCs for career development. College students wish to replace or supplement their local courses with high quality MOOCs and thus enhance the outcome of their learning. The effective accreditation of MOOCs for universities requires forming a credit consortium who enact the standard for MOOC accreditation and coordinate collective recognitions of MOOC credits. Professionals wish that MOOC learning can help them quickly master the knowledge and skills, and secure opportunities of job interview and employment. The effective accreditation of MOOCs for career development depends on the prestige of MOOC developers and the informative digitally verified certificates that can be considered as signals of high quality. The outstanding reputation of top universities facilitates the acceptance of MOOC by employers but the conflicts among colleges hinder the entrance of MOOC to campus. Because higher education in China lags behind that of the US, Chinese colleges are more willing to accept and introduce MOOCs. So the accreditation of MOOCs for universities in China should emphasize on selection of courses with high quality. The accreditation of Chinese MOOCs for career developments should rely on a consortium of colleges and enterprises as well as the authoritative approval from the government to promote the growth of MOOC market. The open and competitive higher education market in the United States is conducive to discover the best accreditation mechanism for MOOC. And we believe in order to improve the quality and competence of Chinese MOOCs, government should give universities and MOOC platforms more freedom to design innovative accreditation mechanisms to meet the demand of higher education in China.*

**Key words:** MOOC; accreditation mechanism; higher education market