

# 美国大学生为什么更优秀

热点关注

美国食品药品监督管理局是由美国联邦政府授权,专门从事食品与药品管理的最高执法机关。1983年之前,由于罕用药(又称孤儿药)市场需求小,商业价值不高,而且它的研发、测试和推广需要公司投入巨大的财力和精力,所以有很多制药企业不愿意从事罕用药的研究和开发。鉴于此现象,为了鼓励罕用药的研发,美国食品药品监督管理局于1983年颁布了罕用药法案。该法案的出台为罕用药市场的发展起到了巨大的推动作用。

南希·艾萨克是一名律师,专门帮助医药公司将产品推向市场。在她看来,政府颁布罕用药法案就是要通过一系列的激励措施,鼓励医药公司从事罕用药的研发。一般情况下,当某个医药公司率先研发出了一种新药,它对该药品只有2年或3年的市场独占期。但该法案将市场独占期的年限延长到了7年,也就是说,在7年内没有哪家医药公司能和它竞争,这对制药公司来说是个极大的诱惑。

最终,法案的公布,不仅促进了各大制药企业从事罕用药的开发,甚至还催生了专门生产罕用药的公司。

看到罕用药法案的巨大推动力,美国的儿童组织为了鼓励儿童用药的研究,决定说服国会增加一项新的激励措施:从事儿童用药研发的公司,不仅享有7年的市场独占权,还可以得到一份美国食品药品监督管理局批准提前上市的凭证,而且公司拥有该凭证的自由买卖权。一般情况下,公司研发出一种新药后,要排队等待好久才能收到美国食品药品监督管理局批准上市的通知。如果这个提议被国会接受的话,大型制药公司很可能愿意拿出千万美元来购买这份凭证,这将给儿童用药的

研发公司带来巨大的经济利益,从而促使医药公司进行儿童用药的研究。

不过很多时候,某些为了激励创新而出台的制度,却在实际操作中阻碍了创新。

由艾拉·格拉斯主持的芝加哥公共电台广播节目《美国生活》在2004年有一期纪录片式的节目。节目主要讲述了一名小学教师凯西·拉·鲁兹的故事。

自1993年到2004年的11年间,凯西都在芝加哥市的一家位于市中心的华盛顿·欧文小学教书。1994年,艾拉·格拉斯在制作芝加哥教育节目时第一次见到凯西,称她是自己见过的最优秀的老师。当时凯西给二年级的孩子上课,她爱那些学生,学生也喜欢她。但是11年后,凯西却准备从学校辞职。这让艾拉·格拉斯很吃惊,决定再次回到凯西所在的学校,弄清楚凯西辞职的原因。当艾拉·格拉斯再回到华盛顿·欧文小学时,眼前的巨大变化让他大吃一惊。

1994年,华盛顿·欧文小学是整个芝加哥市的模范小学。虽然当时学校面临着教育经费不足的问题,但这并没有阻碍学校的发展。学校的管理层希望能留住学生,激起学生的学习兴趣。为了实现这个目标,他们给教师很大自主权,允许他们自己掌握课堂教学。因此,老师们可以尝试各种各样的教学方法,帮助学生更好更快地掌握课堂知识。他们还经常召开家长会,了解学生在家的情况,和学生建立了良好的师生关系。师生都喜欢这样的自由环境,学生对学习产生了浓厚的兴趣,乐于待在学校里。

但是,11年后,曾经自由、活泼的学习氛围消失了,华盛顿·欧文小学完全变成了另一副模样。9个月

前,学校的校长换了。新校长为了加强教师的责任感,制定了一系列新的规定。比如,教师每天都要在教参的基础上,制定出详细的教学计划;每节课上课前把当天的教学重点写在黑板上等。这些规定的出发点是好的,但种种规定却严重扼杀了学校原有的自由氛围。一些像凯西·拉·鲁兹这样的优秀教师,在谈到大家要一起辞职时,都伤心地哭了。

在现实生活中,类似的事情在不断上演着。有些规定的初衷明明是为了改善人们的表现,却以扼杀创意思维收场。因此,我们在制定规则时一定要格外小心,认真考虑它可能带来的后果。切记,小小的规则变动都会对我们的认知和行为产生巨大影响。

如果你不认同这一点,那么仔细研究一下各国的大学入学制度对大学申请者的影响就会明白了。

以美国为例,录取学生时,大学不仅要看看学生高中阶段的成绩单、美国大学考试ACT或SAT的成绩单,还要参考学生在高中阶段的社会工作情况。因此,为了能够达到大学的录取要求,学生在高中阶段参加各种各样的社会活动,选修大量课程,有的甚至请专门的老师帮他们按特定大学的录取标准,制定详细的备考计划。

另外,大学有自己的录取方案。如果有大量的申请者,为了限制录取人数,大学就会提高录取标准,筛选出更优秀的学生。因此,为了收到尽可能多的申请书,各个大学就积极进行对外宣传。

随之而来的是,更多的学生提交了申请书,提高了淘汰率。为了保证有学校录取自己,学生往往同时申请几所不同的大学。这样就形成了美国独特的大学录取现象:一方面,学生在高中阶段大量选课,积极

参加课外活动,同时申请多所大学;另一方面,大学积极做好自己的宣传工作,大量接收学生的申请书,却严格控制录取率。

与美国大学录取制度不同,在有些国家,如智利,学生能否被大学录取完全取决于一场一年一次的入学考试。所有考生的成绩按高低顺序依次排开,排得靠前的学生进入重点院校,排在中间的学生被中等高校录取,排在最后的学生很可能被所有高校拒绝。正因为这样的录取制度,与美国高中生不同,智利的学生把所有的精力都用于平时的学习上,很少参加社会活动。

对学生如此,对老师来说也是一样。

斯坦福大学哈索·普拉特纳学院院长吉姆·普拉莫称,领导整个教师队伍就好比要看管一群喜欢独居的猫,一点儿也不轻松,而他的一个方法就是充分利用手中的“猫食”,让所有的教师一起为学院的发展努力。比如,有些活动是学院发展所必需的,但不一定是教师个人喜欢的,吉姆·普拉莫就制定了一系列激励制度,鼓励教员多参加此类活动。持久的创新能力是一个学院综合能力强的重要体现。为了鼓励教师大胆探索目前公认的未知领域,学院为从事此类研究的教师提供了启动资金,从而使很多教师放心地开展此类研究,这也是学院总有新研究成果出现的原因。

如果你想让人们富有创意思维,就尽可能地制定一些鼓励创意思维的制度;如果你想让团队创意不断,就及时对他们的工作给予反馈,让他们知道你重视创新;如果你想构建创新型团队,就要把企业管理看成是一种游戏,制定激励性的游戏规则,对员工的每次创新、每个贡献都积极地予以奖励。



[美]蒂娜·齐莉格 著  
吉林出版集团有限责任公司  
友情推荐

[内容简介]

本书由斯坦福大学著名创意课教授蒂娜·齐莉格的课程汇集而成。她的创意课严格控制人数,每次都人员爆满,全球只有斯坦福顶尖学生、商业领袖才有机会学习。全书用大量生动、真实的案例,揭示了全球著名企业培养创意人才的独到方法,及各行业世界顶级精英们的成功创意思维案例。这些创意方法,必能帮助你解放大脑、打破思维禁锢,以一种全新的视角和方法去发掘奇妙思想,碰撞出创意火花,开创更有发展潜力的未来。

[上期回顾]

在突发事件带来的巨大压力面前,工作时间被压缩,但人们潜在的创意思维往往会被激发出来,完成平时难以想象的任务。



战神天罡 著  
浙江大学出版社友情推荐

[内容简介]

闯骚宅男微博玩出事业爱情,惊心动魄的微博商战与搞怪无限的网络创意,你知道多少?穷小子爱上白富美,还不敢表白。邱宸用了最傻的方式——诉诸微博。被爱而不自知,常常互相伤害。夏知瑾不知道,在不远处,有个男人一直默默地爱着她。邱宸无心插柳,他的才华恰巧遇到微博商机。微博营销大战硝烟四起,与他对着干的那个,居然是夏知瑾?夏知瑾欣赏的那个“为你而微”,原来不是他?

[上期回顾]

邱宸和夏知瑾因为一个横空出世的微博账号而闹翻了。夏知瑾听了郭向平的话,认为邱宸是和BEBE联手整热麦。

# “有门”遭遇危机,邱宸被“人肉”

网络爱情

网传几家电商企业正考虑建立自己的配送网络,据说H公司已经在谈收购一家全国性的快递公司,降低配送成本。亲,你们说这是真的吗?这条微博的神奇就在于,它被微博界大亨转发了。邱宸看到微博,心说,鬼才信郭向平会收购快递公司,他放出烟雾弹,不过是想压低配送公司的成本。

邱宸直接用@有门微博进行了转发。@有门微博:郭总不是慈善家,股东更不是吃素的。收购快递公司,相当于把几千人的包袱背到自己身上。相信他更愿意以此为筹码,压低快递公司的配送价格。此言论仅代表本工作室观点,欢迎在友好热烈的氛围下,绅士讨论。@热麦官方微博@BEBE官方微博

夏知瑾看了这条微博,心想,开始挑衅了。郭向平说:“对方消息很灵通,我看多半来自BEBE,以邱宸现在的能力,他还拿不到那么多信息。”“郭总,我们这样很被动。”“现在还不清楚BEBE的意图,先拿有门工作室试试探探。自从去年热麦和BEBE联手,老牛看中有门两点,一个是微博营销的威力和前景,另一个是热麦前员工邱宸。于是,有门和BEBE达成协议,一方面替BEBE做微博营销,一方面抹黑热麦。”

夏知瑾对郭向平的推理无可挑剔,她觉得这是极有可能的。既然邱宸可以这么做,那你就别怪我商战中不念旧情。夏知瑾接手了@淡定123456的账号,选择猫起来,并停止了@淡定123456对有门工作室的进攻。然后,她找到了秦小曼,请她帮忙介绍一家做微博营销的工作室。秦小曼从朋友圈子里介绍了一家叫天方的工作室给夏知瑾。

秦小曼看微博上,邱宸也渐渐消停下来,就有意要创造机会,让邱宸出去放松一下。周末,秦小曼、邱

宸、袁胖子三个人,驱车去了湖州。大约一个半小时的车程,三人还没在车上聊够,车就到了高尔夫球场。从练习场下来的时候,邱宸老远就看见了郭向平。郭向平正和几个人谈笑风生。邱宸赶紧装作没看见,溜回了酒店客房。

前几天,秦小曼给夏知瑾介绍了天方策划,双方达成了合作协议。周四,天方的杜总盛情约郭向平去打高尔夫,郭总答应了,并让夏知瑾一起去,顺便谈一下双方合作的细节。夏知瑾没办法,只好跟着一行五人,去了湖州。

此时,郭向平一行人正往球场走去,迎面而来的是刚从练习场下来的邱宸、袁胖子和秦小曼。夏知瑾看到这一幕,心里暗叫惊险。还好,自己没跟郭向平一起,要是被那块木头看见,又不知怎么以为呢。可是,转念一想:哼,小曼姐,来这里都不跟我说一声,重色轻友的家伙。还有邱宸,你这块死木头,我恨你!你为什么天天跟小曼姐在一起!夏知瑾再也无心呆在这里看风景了,她给郭向平发了条抱歉短信。从这一刻起,夏知瑾已经确认自己对那块木头动了情。

袁胖子在秦小曼的介绍下,跟来打高尔夫的神牛集团策划部经理结识了。神牛听了袁胖子的介绍,同意和有门合作。郭向平的嗅觉是无与伦比的,他在湖州见到袁成刚和邱宸后,马上意识到,神牛老总会与们发生关系。夏知瑾让天方工作室去跟踪这件事,汇报的结果印证了郭向平的判断:这段时间,有门和神牛确实在谈合作。夏知瑾问天方如何应对。天方说静观其变。

其实,郭向平得知有门在与神牛接洽后,马上约见了天方。他要求天方想办法阻止这个合作。他绕过夏知瑾,单独安排了这件事。天方很

快得知,有门这次给神牛做的策划,主打公益牌。

有门和神牛的合作已经到了实施阶段。工作室上下都倍感振奋,立志要做一个轰动全国的大公益策划。这次公益,对神牛也是一次非常重要的策划。朱总专门给策划部开了会,并亲自赶赴第一个公益对象——青海达日县,与县领导谈合作,谈实施细节,谈所有内容。有门工作室为了这个策划,动用了所有资源。长期潜伏的所有账号,随时待命。不但如此,袁胖子还找到了MBA的同学,让他们不遗余力地帮推。工作室调整了策划方案,重点推出了三个公益板块。一是每年在一个贫困县建设十所神牛公益小学;二是每年招募50名志愿支教教师,与公益小学形成师资配套;三是向全县贫困地区的孩子每天中午提供一份午餐奶。

方案出来后,预算比之前翻了一番,预计每年至少需要1000万的投入。神牛眼皮都没眨,就通过了这个方案。这个方案做完后,有门工作室将获得80万的策划费。邱宸看重的,不仅仅是丰厚的利润回报。他在憧憬,此后@有门微博通过公益策划获得的正能量关注将是空前的。

这个策划,夏知瑾从一开始就十分关注。她几次都想正面告诉郭向平,不要在神牛西部公益这件事上,给有门和邱宸制造障碍,这不是明智之举。她喜欢邱宸的这个策划。有门的此次公益策划,获得了各方的关注,包括各种媒体。很多人关注@有门微博,就是从这次的公益推广开始的。

2011年12月1日,神牛第一批午餐奶被送到了孩子手中。一周后,一个名字叫@什么牛奶的微博账号,公布了一组图片。@什么牛奶:神牛打着西部公益的幌子,处理即

将过期的牛奶。有图为证。(附图片)

这条微博一石激起千层浪。神牛和有门,根本没有反应时间。一个小时内,这条微博的转发和评论均超过了3000条,来势汹汹。根据邱宸的判断,这个微博背后一定有强大的水军集团,才可以在短短一个小时内做到这么大的数据。邱宸马上和神牛的张经理取得联系,他很肯定地告诉张经理,这是一起有预谋的微博事件。但照片铁证如山,神牛确实将一批离保质期只剩一天的牛奶,送到了西部贫困山区孩子手中。人们有理由质疑,那些还没有来得及送达的,是不是已经过期了。

朱总得知此事后,大为火光,直接撤了当地经理的职务。邱宸给神牛出了一个解决方案。不捂不盖,不试图辩解,直接在官方微博郑重道歉。朱总认可了这个补救办法。

这条微博发出后,突然又杀出上百个账号,他们在神牛的官方微博上与爆料的@什么牛奶展开了对骂,看感情归属是完全站在了神牛一方,并把质疑神牛的所有人骂了个狗血淋头。

邱宸目睹了事件的突变,已经意识到,这些看似站在神牛一边的微博账号,其实跟@什么牛奶是一个团队的。还没等邱宸想出对策,对方又出招了。这次他们目标直指@有门微博。民众的口水是致命的,这是邱宸的直接感触。有门工作室甚至遭到了人身威胁和攻击,有人开始人肉邱宸和袁成刚。工作室束手无策。神牛张经理打电话问邱宸,那些起了反作用的水军,到底是不是他的人马,如果是,马上消失。邱宸坚决否认了,并告诉张经理,他们正反双方其实是一个水军集团的,目的就是让神牛和有门更被动。张经理慌不择言:“既然是这样,你就搞死他们!”怎么搞?没法搞。