



2017 年内培训师培训班项目策划 书

2017 年 01 月

目录 Contents

- 一、项目背景.....
02
- 二、项目设计.....
03
- 三、课程及讲师简介.....
03
- 四、组织实施.....
10
- 五、费用服务.....
13

第一部分 项目背景

一、项目背景

随着企业内训体系逐渐完善，一支高素质、专业化的团队将成为企业在激烈的市场竞争中赢得先机的关键，内训师不仅是企业人力资源培训的重要资源，而且是建立学习型组织的助推器。但内训师普遍存在着实战性不强、培训技巧不够、培训素养有待加强等方面的问题。

基于以上情况，我公司经过前期的充分沟通、深入调研，结合企业实际情况和要求，制定了本培训方案。课程内容包含内训师常用的现场掌控、语言表达技巧、课件制作及材料组织技巧等，帮助学员快速掌握培训师讲台呈现的多种技法。

二、培训目的

通过本次培训，帮助企业内训师实现如下目标：

- 锤炼语言，提升内训基础；
- 2、形象塑造，打造师资仪态；
- 3、传授技巧，课件制作创新；

三、培训对象及时间

【培训对象】：企业内训师。

【培训时间】：4天*6课时/天=24课时（半天为3课时，1天为6课时，讲师授课2天，试讲1天，评审1天）。

第一部分 项目设计

本次项目采用**项目管理**的方式，以**行动学习计划**为方针，严格把控项目过程，通过讲授法、引导式、互动式、案例式、体验式、角色扮演等教学方法授课；让学员了解项目、参与项目、设立期望、实施步骤、对自我负责；实现“学习与实践”的结合、“**培训与培养**”的结合，切实解决实际工作中面临的问题。

课程内容	讲师	课长
企业内训师深度提升培训	王清莹老师	24 课时

第三部分 课程及老师介绍

讲师：王清莹老师 课长：24 课时

(一) 王清莹老师简介

- ✚ 结构化思维培训专家
- ✚ 结构化 TTT 版权课程创始人
- ✚ DISC 型格特质国际认证讲师&顾问
- ✚ 国家一级人力资源管理师
- ✚ 中国我是好讲师比赛 最高荣誉全国 30 强
- ✚ TWC 世界咖啡/行动学习实践者与倡导者
- ✚ 曾任某省级卫视电视台主持人、专家嘉宾
- ✚ 厦门大学、中山大学 EMBA、国家电网特聘讲师



王清莹老师，国内 TTT 领域专家，一直致力于商务人士的思维、表达力、TTT 全面训练与提升，她曾在国内标杆房地产企业新广集团任培训经理，知名培训公司任培训总监、分公司总经理。目前已为上千位中高管、企业家及商务人士提供了 TTT 全面解决方案和系统的培训，深受企业客户和受众的认可与好评。曾先后被多家商业期刊、南方电视台、广东电视台、湖北电视台、黑龙江经济频道等媒体采访报道并担任节目专家嘉宾。

(二) 课程内容简介

通过 4 天的课程帮助内训师由中级技能向高级技能提升，帮助内训师从材料收集、课件设计、经典教学方法设计入手，注重课堂互动、研讨教学。三个模块课程将根据学员情况与需求进行搭配安排。

第一模块：内训师初级核心修炼

一、内训师定位与自我管理

1、内训师的五员定位

(1) 内训师自我学习能力提升

2、内训师能力构成要素-五关三圈

(1) 台上的自我管理

(2) 为故事找观点,为观点找故事

(3) 一触即发

(4) 四个一表达结构

(5) 像营销一样讲课

□Mini 课堂 1 分钟

3、内训师非语言表达要素

(1) 眼神、手势、站姿

(2) 话筒、道具、PPT

4、压力与情绪：

- (1) 情绪与压力的来源
- (2) 训练的心理准备
- (3) 训练的身理准备

5、克服训练压力的关键技术

6、建立情绪力量库

7、如何进行训练预演

- (1) 课堂语言运用技巧
- (2) 眼神运用技巧
- (3) 手势运用技巧

二、为观点找故事，为故事找观点

1、内训师内容管理

- (1) 教学结构 – 理性了解
- (2) 教学结构 – 感性认知

□示例：如何进行理性与感性结合的讲解

2、为观点找故事，为故事找观点

3、案例演练 1：不一样的小贩

4、案例演练 2：九段秘书

5、点评：

- (1) 观点不应该是真理
- (2) 从论点论据，从论据到论点
- (3) 收集身边的小故事
- (4) 同一个故事，不同观点
- (5) 同一观点，正反故事

6、互动技能

- (1) 现场学员提问的处理
- (2) 如何促成互动的完成
- (3) 提问的套路技能

三、一触即发与亮点提炼

1、一触即发

- (1) 让案例生活化
- (2) 发散性思维的利弊分析与模拟
- (3) 逆向思维与临场发挥

2、闯关演练

3、分析点评

- (1) 一触即发时间分配 3 : 7 原则
- (2) 突破既定的思维框架
- (3) 上推
- (4) 平行
- (5) 下切
- (6) 回归生活，回归主题

4、应用：

- (1) 如何让一次交流按既定的方向继续
- (2) 成为课程主线的引导者，而非跟随者
- (3) 掌控每次交流方向

5、思路呈现

- (1) 金字塔结构的呈现
- (2) 呈现刺激的途径：修辞、故事、游戏

(3) 确保刺激有效的法则

四、四个一表达结构与课程设计

1、一次成功的课程均是故事的贯串与升华

2、演绎故事

(1) 成为故事高手

(2) 选择故事与提炼观点

3、“四个一”表达方式

(1) 一个观点

(2) 一个感性素材

(3) 一个实际应用

(4) 一个总结

□实景演练——

4、演练点评：

(1) 适合看的故事必定不适合讲

(2) 内训师如何修改故事

(3) 从小品中学习抖包袱

(4) 结构串联

(5) 凤头，猪肚，豹尾

(6) 颠倒故事发展

(7) 故事角色体验

(8) 现象提问的几种方式

5、针对学员的刺激构建

(1) 四个一的应用设计

(2) 课程开发与讲授八步法套路

(3) 如何制造“问题”，而产生“需求”

五、像营销一样讲课

1、营销的逻辑梳理

(1) 卖产品与卖观点

(2) 制造需求与塑造内训师风格

2、课程内容设计

(1) 授课就是观点营销

(2) 如何在短时间内制造学员的需求

(3) MINI 型课程的讲授要素拆解

3、工具应用

□课程结构呈现

4、课程开发工具应用

(1) 课程结构与思维导图

(2) 工作实战——案例演练

(3) 课件制作的七个要点

5、内训师工具包应用说明

第二模块：内训师中级核心修炼

六、探究发现 PPT 价值所在？

1、案例导入：优秀 PPT 的设计欣赏

2、研讨：怎样的 PPT 才能合适为宜？

七、鉴别 PPT 是否有说服的魅力？

1、常见 PPT 设计七宗罪--- Word 搬家、堆积图表、乱用颜色、滥用模板、瞎用特效、风格杂乱、角色错位

2、优秀 PPT 三大要素---利益、易懂、趣味

3、优秀的 PPT 所经历的三个步骤---阐述、同意、行动

(本阶段成果：认识当今 PPT 设计存在的问题，提高设计者对 PPT 的鉴赏能力)

八、树立全新的设计理念

1、系统，说服的生态管理基础---信息、视觉故事、传达

2、布局，内涵的创造者---对比、流程、层次、一致、距离、留白

3、思维，五维全局结构搭建---针对性、统一性、逻辑性、简约性、创意性

4、【测试】左右脑思维结构的案例测试

5、设计，五步流程规划运行---设定脚本、导入 PPT、模版套用、创意设计、正式宣讲

(本阶段成果：为 PPT 设计注入新的系统性思维，为后面视觉元素等设计奠定理论基础)

九、执行视觉元素设计 (A)

1、背景，还真得当回事---给观众留点呼吸与想象的空间

2、颜色，最为纠结时尚元素---色彩的意见与配色法则

3、文字，“痛苦”的约束---清楚原则、极简主义、三秒定律

4、【实战】从广告公司的文案法则看 PPT 中的文字设计

(本阶段成果：视觉元素的基础学习，学会极简法的运用)

十、执行视觉元素设计 (B)

1、图片，画龙点睛的作用---主题性、美观性、故事性，让图片会说话的三大法则

2、【实战】七大技巧的运用

3、表格，也能生成活虎---三大结构：抽象概念表格、实际概念表格、综合运用表格

4、【实战】由理性化为感性，视觉化、形象化思维结构的运用

5、动画，吸引观众的利器---醒目原则、自然原则、简洁原则、适当原则、创意原则

6、【实战】从蜜蜂及时钟的运行轨迹探究动画的原理，从酷炫的动画作品中探究其存在的意义与价值。

(本阶段成果：由简入繁，化繁为简，以实战辅导为主)

十一、提升效率最佳通道

1、模版，高效率的最佳载体---模板规范、品牌运作

2、母版，看不见的背后---全局性、素材点

3、【实战】母版的搭建及技巧分析

4、快捷，节约时间的生命键---内容布局化、设计标准化、键盘快捷化、视觉工具化

5、工具，只为效率而生---天才 SMARTART 视觉化运用

6、【实战】SMARTART 工具的学习与运用

(本阶段成果：PPT 设计兴趣点的进一步挖掘，提高设计的效率，培养设计者的成就感)

十二、创意彰显个性形成品牌

1、创意性，PPT 设计中的灵魂---100%突破你的思维！

2、【案例分析】从 4A 广告公司的经典作品看 PPT 的创意性

3、故事性，PPT 设计中的身躯

4、发现，身边的设计之美---大自然是最美的摄影师

5、学习，向乔布斯一样的思考

(本阶段成果：彰显个性、塑造品牌、为 PPT 的设计呈现形成风格)

第三模块：内训师高级核心修炼

十三、万般之源，在“需”问宗—需求分析

1、常问自己：我为什么要讲这个课程—待开发课程的卖点与买点分析

2、品牌课程的必要性：审视稀缺性与影响程度

3、“无问题不培训”从何说起—培训问题与培训师问题的较量

□ 练习：培训活动全景评估—从最不重要的到最重要的

□ 案例分析与小组展示：苏经理的烦恼

4、面条理论：课程设计的缺失不在面条而在佐料（31 种课程“佐料”分析）

5、公式：如何计算课程的生动性—效果是设计出来的

(本阶段成果：课程需求分析，设定课程目标，课程的生动性计算标准)

十四、品牌之路，从“名”开始—破题命名

1、品牌课程破题的三个关键词—主题、角度、方向

2、课程命名的七字法则—精准、优雅、冲击力（常见命名误区分析）

3、品牌课程命名的五种经典方法—模型量化、以小见大、真知酌见、形象比喻、问题悬念

□ 分组讨论：这些课名为什么吸引人？—最佳课程命名案例展示

□ 现场演示：通讯/金融/汽车行业如何为面向一线营业场所销售人员的销售技巧课程命名

□ 分组讨论与小组展示：我的课程我作主

(本阶段成果：破题词及品牌化的课程命名)

十、完美龙身，以“纲”为骨—大纲结构

1、课程结构的四级目录—根目录、干目录、支目录、叶目录

2、虎头立威、龙身丰满、豹尾精短的表现手法

3、课程结构布局的六种方法—流程法、要素法、英文组合、汉字结构、情景演绎、借喻

4、三级目录的三色分布及分配比例

5、MECE 原则的运用在二、三级目录的运用

6、由点到面，或由面到点的构建课程金字塔

□ 练习：画出品牌课程的“思维导图”

(本阶段成果：项目课程的四级大纲—电子版)

十五、浩瀚知海，“点”滴成材—素材收集

1、坚不可摧的“蜂窝”矩阵：单元课程的“四点三线”

2、一键操作：培训素材库的关键索引

3、百宝箱=书箱、音乐箱、工具箱、模版箱、案例箱、视频箱、故事箱、游戏箱

4、分组讨论：佐料的收集、咖啡豆的分类

□ 例子：大海捞针与点滴汇海

□ 用方法点说明内容点：用论据论证论点

(本阶段成果：项目课程的素材库建立，每个课题至少 20 个方法点—电子版)

十六、精心布局，“计”上心头—课程设计

1、教学方法设计的原点：刺激右脑的“三化”途径

- 2、S-C-Q-A 模型法：以情景带出观点
- 3、情景演绎法：用“生活”串起“专业”
- 4、比较冲突法：深刻印象来自冲突刺激
- 5、蒙太奇手法：“错位”带来美感
- 6、真相揭示法：用“问题”层层剥开内容真相
- 7、体验教学法：心身参与，双向互动
- 8、开场设计的基本原素和常见组合
- 9、结尾设计的四种形式
- 10、课后跟进计划的设计思路及常见量表工具

□ 练习：我的导论、结论设计

(本阶段成果：为每一个教学单位配置对应的教学素材，并掌握六大经典教法的开发技巧)

十七、标准课件，化“简”去繁——课件设计

1、课件设计的三个核心：色彩、版式、动画

2、色彩搭配及使用禁忌——对角线原理、背景颜色管理、文字及页面颜色

3、立竿见影的版式设计要诀：加、减、乘、除；衡、正、序、齐、空；8800 原则

4、动画呈现，让结构活起来——动画组合、路径设计、外部资源的插入链接、动画语言的运用

5、简单才是真美——终版课件（PPT）优化

6、讲师手册设计的标准格式及运用

7、悬念导向：学员稿的整理及设计

□ 练习：现场设计课件封面、绘制参考线、母版模版、标题及内容

设计

(本阶段成果：将四级大纲通过一键操作，转化成 PPT 格式，并进行美化处理，收获标准课件、讲师手册初稿、课程学员稿)

十八、精彩呈现，“演”出传奇——试讲准备

(如果时间压缩或之前已接受过呈现技巧的培训，此部分则可以略讲或省去，亦可借助最后毕业呈现时间完成此部分内容)

1、除了“是那么回事”还要“像那么回事”

2、备则倍：为高分做彩排

3、上台前的四准备：参训对象、现场环境、方法盘点、情绪酝酿

□ 练习：七件套汇总整理（电子档）

□ 点评：成果汇报及限时互评

(本阶段成果：课程七件套汇总整理，并为后续试讲准备工具箱)

十九、结论：学员分享，毕业呈现

评审或作业布置

第四部分 组织实施

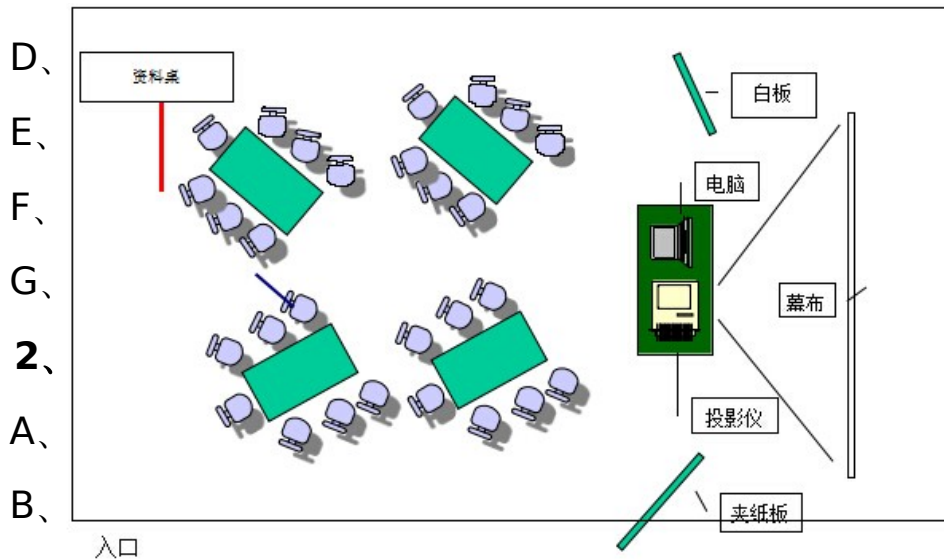
一、工作职责

1、企业工作内容：

A、配合公司培训调研工作；

B、专人负责学员日常管理；

C、负责安排讲师及工作人员食宿；



- C、负责组织培训具体工作；
- D、配合完成培训学员管理；
- E、负责培训效果评估、培训后续服务

(二) 培训物资准备要求

项目	备注	准备要求
电脑	笔记本电脑 1 部	备用
投影仪	投影仪一部	需要
电源插板	电源插板两套	需要
音响设备	音响设备一套	需要
音频线	1 条，连接便携电脑（放视频）	需要
无线麦	无线麦克风 2 个	需要
白板	白板 1 座	需要
白板笔	白板笔 5 只（三色）	需要
笔	学员每人一只	需要
餐纸（毛巾）	讲师用	需要
学员手册	学员手册（人手一份）	需要
小奖品	10 份左右	需要
学员花名册	学员花名册一本，互动用	需要
扑克	两副	需要
助教	助教 1 人或 2 人，辅助教学	需要

(三) 培训教室布置图

(四) 各阶段工作明细

1、第一阶段——培训准备阶段

日期	工作内容及要求	负责人
培训前 20 天	◆ 通过多种方法进行调研，收集信息，设计针对性教材	公司
培训前 10 天	发通知，告知学员培训流程安排、时间地点等。	企业
培训前 7 天	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 与培训师再次确定培训内容和目标； ◆ 打印学员讲义； ◆ 准备学员文具； ◆ 设计并制作学员培训调查问卷； ◆ 培训师、工作人员落实并召开动员会议； ◆ 落实培训师行程安排。 	公司
培训前 1 天	接机并安排讲师住宿，沟通培训单位情况、参训人员情况及培训要求。	共同完成
	会场布置、调试教学设备、文具摆放、学员分组	企业

2、第二阶段——培训实施阶段

日期	时间	工作内容及要求	讲师	责任人
第一天	8:30	开班仪式、领导致辞、宣布班级纪律及宣誓		共同完成
	9:00-12:00	内训师试讲	王清莹老师	公司
	14:30-17:30			
	17:30	晚餐		共同完成
第二天	9:00-12:00	内训师深度提升培训（一）、（二）	王清莹老师	公司
	14:30-17:30			

	17:30	晚餐		共同完成
第三天	9:00-12:00	内训师深度提升培训（三）、（四）	王清莹 老师	公司
	14:30-17:30			
	17:30	晚餐		共同完成
第四天	9:00-12:00	内训师评审	王清莹 老师	公司
	14:30-17:30			
	17:30以后	收集调查问卷，根据情况老师住宿或返程		共同完成

第五部分 费用及服务

项目	具体安排
课程培训	讲师现场授课。
教程讲义	学员教材。
教学物资	协助提供部分教学道具。
课后服务	提供现场评估总结报告。
交通费用	讲师及助教的往返交通费用。
总价（含税）：	
注：费用不包含培训场地及布置、老师（助教）及学员食宿费。	

第六部分 企业介绍