

TTT 中阶：课程开发的道与术

课程背景：

作为内训师，是否遇到过以下场景：老板要求你设计一门课程，但不知从何下手；课件、资料五花八门，想要统一，那是个大工程；课程开发出来，但效果参差不齐，不能满足业务部门的需求；课程结构混乱，学员难理解、记不住；课程设计没有方法，枯燥无味；课件设计粗糙，让人不忍直视；道为术之灵，术为道之体；以道统术，以术得道。

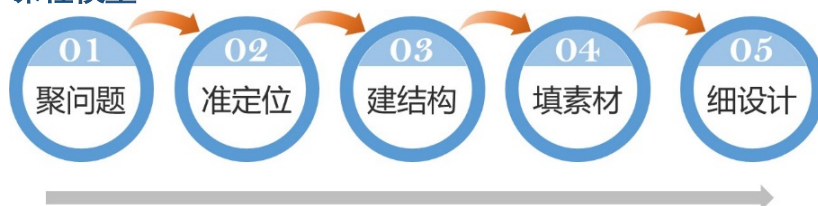
“道”是理念、是规律、是原则、是技术的理论框架。“术”是能力，是知识、方法、策略和经验的集合体，是可以提高效果和效率的技巧。只有道术结合才能将知识的底层逻辑与方法逻辑有效结合，让学习即有深度又有效果。大道至简，找对方法才能起到四两拨千斤的作用，才能将所学运用到实际工作中去。课程开发是企业经验沉淀非常重要的工作，掌握了有效的方法才能将组织经验传承下去。

课程收益：

通过本课程的学习，可以让学员掌握：

- 以终为始——掌握培训需求分析
- 结构为骨——掌握课程结构设计
- 内容为肉——掌握素材内容填充
- 生动有趣——掌握教学活动设计
- 清晰简洁——掌握课件美化设计

课程模型：



课程设计路径

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：公司培训部员工、公司内训师、需要内化企业经验的员工及管理人员

课程方式：公开课/内训：面授、指导、练习、研讨、实战、互动游戏、视频分析

课程大纲

第一讲：认知培训（1小时）

一、洞悉企业培训

1. 企业培训的意义
2. 企业培训的目的
3. 企业培训的价值
4. 培训的四个层面

二、了解课程开发

1. 课程开发的意义
2. 课程开发的价值
3. 课程开发的目的

- 1) 好课的三要素
- 2) 有效教学不等式

第二讲：课程开发与设计（1.5天）

一、聚焦问题

1. 什么是需求

2. 需求分析

1) 需求访谈

a KISS 模型

b BEI 访谈法

c STAR 原则

d 访谈记录整理

2) 问卷调查

a 问卷调查设计流程

b 问卷调查样例

3) 小组讨论

a 开展步骤

b 注意事项

4) 基于岗位胜任力的需求分析

a 必备条件

b 注意事项

5) 基于战略/业绩目标的需求分析

a 分析方法

b 注意事项

6) 基于个人能力的需求分析

a 操作方法

3. 确定选题

1) 内训师选题考虑的三个原则

2) 选题的四个标准

4. 拟定标题

1) 好标题的四个标准

2) 课题的两种命名模式

3) 标题命名方法

二、精准定位

1. 精准定位核心五问

2. 精准定位四步法

1) 定学员

a 目的及价值

b 学员分析表

2) 定类型——ASK

3) 定目标

a 目标分析表

b 业务目标撰写方法

c 学习目标撰写方法

4) 定方向

三、搭建结构

1. 搭建结构的基本原理——金字塔原理

2. 四种常用的大结构

- 1) 三段式结构
- 2) WWW 结构
- 3) 流程结构
- 4) 问题结构

3. 六种常用的小结构

- 1) 要素结构
- 2) 正反/对比结构
- 3) 三角结构
- 4) 时间结构
- 5) 变焦结构
- 6) 流程/递进结构

综合练习：反洗钱案例

综合练习：教一组密码

课堂游戏：驿站传书

课堂练习：请尝试用不同结构进行逻辑表达练习

四、案例填充

1. 案例不当的常见问题

- 1) 案例有争议
- 2) 不具有典型性
- 3) 案例陈旧
- 4) 逻辑漏洞

2. 案例设置的原则和方法

- 1) 所有取舍
- 2) 合理加工
- 3) 新颖独特

3. 案例的来源

- 1) 直接引用
- 2) 改编
- 3) 自编

4. 案例呈现的方式

- 1) PPT 呈现
- 2) 讲授呈现
- 3) 发放资料
- 4) 视频呈现
- 5) 人物扮演

五、设计活动

1. 教学活动设计

- 1) 知识类

技巧：痛点站位

- 2) 技能类

必知：陈述性知识 VS 程序性知识

技巧：情境演练

技巧：刻意练习

- 3) 态度类

技巧：移形换影

技巧：观点辩论

课堂游戏：美丽的手风琴

2. 课程设计五线谱

- 1) 情绪线
- 2) 时间线
- 3) 内容线
- 4) 逻辑线
- 5) 方法线

第三讲：课程成果输出（2小时）

一、课件包的完善

1. PPT 课件

- 1) PPT 的规范化
- 2) PPT 的视觉化
- 3) PPT 的结构化

2. 讲师手册

- 1) 包含内容
- 2) 制作要点

3. 学员手册

- 1) 重点要素
- 2) 康耐尔笔记法
4. 培训工具包——工具包清单

二、课程成果验收注意事项

1. 评审验收
2. 试讲验收
3. 阶段性验收

课后作业：根据所学内容设计开发一门课程，主题自定