

一“课”惊人——基于工作情境的课程开发

课程背景：

知识的获取，经验的沉淀及组织核心能力的传承，是企业走向卓越的重要手段。一个企业的发展，离不开组织内部业务骨干的经验分享和传承。同时，随着企业发展阶段的逐渐成熟，大量企业已经不再满足于外采讲师和课程，希望能够开发出一批具备自己文化基因、业务特色的内部学习资源，培养出一批能够讲授内部课程的讲师，实现人课合一。

本课程从企业现状出发、从企业实际需求出发，围绕着企业绩效问题的解决和分析，结合老师多年萃取及学习资源开发项目经验、授课经验，提供了大量简单易用的开发方法、工具和企业内部开发课程实例，旨在助力企业内部专家，高效开发出针对性、落地性更强的内部课程。

本课程的优势在于：第一，聚焦于企业内部实际业务及工作场景；第二，通过萃取获得经过实践检验的专家方法论，而不是通用知识；第三，课程采用结构化、模板化、工具化的方式进行设计，帮助业务专家快速上手、高效输出。

课程收益：

- **支撑组织战略**：当企业领导希望培训部门针对战略发展和组织变革出现的问题提供培训支持时，设计并开发有针对性的培训课程；
- **解决业务问题**：根据公司战略或者当下业务难点，沉淀和开发出可快速复制、推广的内部课程
- **萃取组织经验**：帮助业务骨干快速梳理过往的丰富经验并形成组织智慧，进行沉淀和输出；
- **开发内部课程**：开发出一批接地气、见效果的内部最佳实践课程
- **实现人课合一**：好课程有人讲，培养一批能够会萃取、会开发、会授课的内部专家

课程时间：

标准版：2天，6小时/天

（根据企业选定主题，每组完成1门3小时课程大纲，输出课程纲要和课件PPT初稿）

实战版：3天，6小时/天

（根据企业选定主题，每组完成1门3小时课程大纲、多样化教学设计、课件PPT开发成果、课程配套工具包及讲师授课备注）

课程对象：业务骨干和基层管理者；兼职内训师；企业内部培训师、培训经理

课程方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练

工具表单：

4W问题表

课题筛选模型

课题定位表

课程干货地图

开场活动说明书

讨论活动设计模板

讲师手册范例&撰写模板

课程评估优化表

课程大纲

导引：好课程是设计出来的？

一、影响内部培训效果的三个要素

视频导入：授课视频对比

1. 内容萃取：萃取从知识到智慧的传承
2. 教学设计：学习体验设计助力行为转化
3. 讲师价值：从演员到导演的转化

二、什么是好课程？

案例导入：消防课程对比

1. 好课程的五大标准

工具：课程评估工具

三、课程开发策略选择

1. 职场素养类课程开发策略
2. 专业任务类课程开发策略
3. 管理提升类课程开发策略

案例：某公司班组长“沟通”课程开发策略

第一讲：课程分析，准确定位（本阶段输出：课题定位表）

案例：投诉系列课程定位

导入：课程定位的意义和价值

1. 以绩效提升为导向，以问题解决为目标
2. 明确定位目的，了解定位渠道

一、分析需求，确定选题

1. 课题的几种常见来源：学习地图\学习项目\最佳实践\业务痛点

2. 需求调研的方法

讨论：需求调研过程常见问题

- 1) 调研人群选定
- 2) 调研方法选择
- 3) 调研结果分析

二、聚焦问题，厘清现状

1. 问题越具体，课程越落地

案例：笼统的问题描述 PK 具体的问题描述

2. 4W 问题表，拨开迷雾

案例：某课程问题梳理清单

练习&工具：4W 问题表

三、梳理目标，价值定位

1. 层层筛选，确定课题

工具&练习：课题筛选模型

2. 制定目标，描述课程价值

四、拟定标题，吸引人眼球

1. 课程命名的四种方法
2. 课程命名优选的三个维度
3. 四步助你设计响亮课程名称

范例：某课程定位成果展示

工具：课题定位表

练习：小组课题定位发布会

小结：课程定位的常见问题

第二讲：内容为王，经验萃取（本阶段输出：课程干货地图）

视频导入：神枪手是可以培养的吗？

导入：组织经验的四种类型

一、专家访谈，萃取内部组织经验

1. 明确任务，定标准

1) 为什么要定标准？

案例：学开车

2) 如何定标准？

范例：一线销售信任关系的水平

2. 聚焦任务，找挑战

1) 为什么从挑战开始？

2) 方法赋能：团队列名法

3. 访谈萃取，挖干货

1) 什么是干货？

讨论：如何成功减肥，以下是干货吗？

2) 干货初级追问法：PRM

3) 干货终极萃取法：正反案例挖金子

4. 整理应用，做验证

1) 可视化呈现/口诀化表达

2) 萃取成果典型应用：工作指南、岗位辅导、案例、课程

工具：课程干货地图

二、标杆学习，引入外部最佳实践

1. 直接借鉴法

2. 间接借鉴法

练习：课程干货发布会

第三讲：框架搭建，确定结构（本阶段输出：课程三级大纲）

导入活动：火星数字速记，强调逻辑的重要性

一、框架设计，让课程逻辑严谨清晰

1. 内容编排的逻辑结构

2. 内容编排的五个原则

3. 内容编排的三种模式

小结：课程框架设计的常见误区

二、详细设计，让课程内容无缝衔接

导入：内容结构四部曲-开厘展收

1. 互动开场，引发兴趣

1) 开场活动的核心目的

2) 使用时机和建议

3) 三种常用方法

工具：开场活动说明书

2. 承上启下，厘清结构

1) 基本要求

2) 常用方法

3. 进入正题，展开培训

1) 展开活动设计的基本原则：先感性后理性

2) 常见的学习策略及应用场景：学习阶段、应用阶段

4. 回顾总结，强调重点

1) 总结目的

2) 使用时机及策略

3) 常用的 3 种方式

小结：课程详细设计的常见问题

三、目标设计，让课程成果量化

1. 课程目标的三个功能

2. 课程目标两种类型

1) 任务目标

2) 知识目标

3. 课程目标的格式

范例：某课程目标示例

小结：课程目标的常见问题

工具：课程大纲模板

练习：课程大纲发布会

第四讲：体验设计，活动引导（本阶段输出：PPT 初版，主要教学活动）

模型导入：一个中心，三种方法

一、引导体验：讨论开发

范例：关于招聘标准的两种讨论

1. 创设情境，激发兴趣

2. 讨论的三种类型

3. 讨论组织引导六步法

4. 讨论开发的三个技巧

工具：讨论活动设计模板

小结：讨论开发的常见误区

二、引导思考：案例开发

范例：投诉案例 show

1. 创设情境，激发兴趣

2. 案例引导四步骤

3. 案例筛选四原则

4. 案例呈现的两种形式

5. 案例收集工具-STAR 模型

6. 案例分析三部曲：提问讨论、分析讲评、总结升华

工具：案例编写—说明和模板

小结：案例开发的常见问题

三、引导应用：练习开发

范例：商务礼仪角色扮演活动

1. 聚焦典型，规划练习场景

2. 练习引导的七个步骤

3. 练习编写的五要素

工具：角色扮演活动设计模板

小结：练习选择和编写的常见问题

工具：课程 PPT 模板

练习：课程发布会活动体验

第五讲：成果优化，打造精品

案例导入：某课程修改前后对比

一、课程 PPT，简洁清晰美观

1. 内容简洁：提炼要点
2. 逻辑清晰：封面设计、标题导航、目录设计、过渡设计
3. 设计美观：图文配合&辅助工具&字体颜色

工具：素材库

二、讲师手册，描述课程逻辑与授课步骤

1. 讲师手册的制作原则
2. 讲师手册的两种形式
3. 讲师手册的三种模板
4. 讲师手册的写作要求

工具&模板：讲师手册范例&撰写模板

三、学员手册，引导课堂学习与课后应用

1. 学员手册的作用功能
2. 如何编写学员手册
3. 编写学员手册的注意事项

四、融会贯通，课程试讲与优化调整

1. 课程试讲的要点和注意事项
2. 课程内容的调整更新维度
3. 讲师角色的不断转变

工具：课程评估优化表

练习：课程试讲及验收评审会