

“课”骨铭心——高品质课程的设计与开发

课程背景：

企业培训的目标是“改变人的行为，进而最终为企业带来期望的绩效目标与业务成果”。而培训能否实现这个目标，又与课程内容本身密切相关。大量的实践证明基于企业自身实践经验所产出的课程与实际工作场景最切合，培训效果最好，同时落地性也更强。这就需要企业拥有大量具备课程开发与设计能力的人员。

掌握课程开发技术对促进企业将内部隐性知识与组织经验的传播共享起着重要的作用，将公司战略、企业文化、岗位经验、员工的最佳实践案例等融入到课程中，并在企业内传播，会大大提高培训效果，加快人才培养的速度。这是企业最有战略性的投资。

本课程目的就是为了企业打造一批掌握课程开发与技术的人员，将管理者、业务骨干、岗位能手、内训师等转型为组织内部经验开发与复制的核心力量，将隐性的知识经验显示化、流程化、标准化并形成课程进行传承、复制，有效提升企业竞争力。

课程时间：2天课程+1天辅导（可选），6小时/天

课程对象：企业内训师、业务骨干、岗位绩优者、管理者

课程方式：实战演练、案例教学、讨论分析、互动练习、现场模拟

课程模型：



课程收益：

- 掌握课程开发的基本理念，了解成人学习的特点
- 深化明确课程方向的重要性，掌握设立课程目标的方法
- 掌握建构课程体系的搭建方法
- 解和掌握课程内容的收集和筛选方法
- 掌握培训方法的设计，能够设计培训活动、课程案例、编写故事，丰满课程
- 掌握编写完整培训课程要件的方法以及快速制作及美化 PPT 课件的技巧

课程方式：实操演练、案例讨论、讲解演示等形式

课程特色：

训战结合工作坊，学员带着课题来，现场学习现场训练，结合自身实际课件现场进行开发与设计，同时提升演绎技巧，在培训结束后即可提交基本成品件。

课程大纲

第一讲：课程设计与开发的基础篇——课程开发中的“价值观”

导入：开场三问

团队共创：为什么要进行课程开发与设计的学习，这对我有什么用？

一、成人学习的特点及应对方案

1. 学不进—教学目标设计
2. 记不牢—逻辑链设计
3. 坐不住—教学法设计

现场互动：通过互动讨论，引发学员思考

二、一门“好”课程的评价标准

1. 目标明确具体
2. 内容紧贴业务
3. 逻辑清晰有序
4. 教学手法多元
5. 课件设计精美

案例讨论：以某实际精品课程为案例，请学员讨论分析好课的特点

三、课程开发与设计的区别

1. 课程开发与设计差异
2. 课程开发与设计流程

案例展示：通过某精品课程开发与设计的阶段性成果展示，加深学员对两者的理解

第二讲：明确课程目标——靶心定位

一、明确课程方向

1. 明确培训对象
2. 多方调研求证
3. 价值要点排序

工具运用：360 课程需求分析表、概念牌工具、问卷星

二、明确课程目标

1. 不同培训课程的目标层级
2. 提炼课程收益的 FAB 法则

三、拟定课题名称

1. 优秀课题名称的三大标准

- 1) 表里如一
- 2) 形神合一
- 3) 千里挑一

2. 设计课题名称的三大套路

- 1) 对象+主题
- 2) 对象+量化主题
- 3) 主副双标题

工具运用：教学目标表

课堂练习：针对自己课题进行课程目标、课程收益描述

现场互动：小组分享与点评

第三讲：构建课程体系——搭建骨架

一、课程结构化的四大原则

1. 结论先行
2. 上下对应
3. 分类清楚
4. 排序逻辑

案例：买菜的案例

二、课程中常见的逻辑结构

1. 流程型
2. WWH 型
3. 要素型

案例展示：优秀课程逻辑展现

三、课程结构化的工具介绍

1. 思维导图
2. 团队共创

课堂练习：针对自己课题进行逻辑结构

工具运用：思维导图软件 xmind、头脑风暴法

互动点评：学员发表课程结构成果，讲师与学员进行互助点评

第四讲：编排课程内容——填充血肉

一、课程内容选择阶梯模型

1. 学员能够运用的
2. 学员真正听懂的
3. 学员真正听到的
4. 培训师讲出来的
5. 培训师所能讲的
6. 培训师所掌握的
7. 主题的全部内容

二、准确把握课程的五个点

1. 重点
2. 难点
3. 关键点
4. 切入点
5. 兴奋点

三、素材的选择与收集

1. 好素材的四种特征

- 1) 主题符合
- 2) 真实可靠
- 3) 生动鲜活
- 4) 表述贴切

2. 常用素材来源

课堂实践：学员根据自己的课程结构，在介绍的常用素材渠道中收集相关素材

团队共创：针对某一具体主体，小组内进行团队共创，收集素材思路

工具运用：素材开发工具表、常见素材收集渠道清单

第五讲：设计教学手法——打通经脉

一、设计教学手法的重要性

1. 设计教学手法的意义
2. 教学活动设计九步法
3. 成人学习注意力曲线

案例：迟迟难判的案件

二、课程内容设计

1. 开场设计
2. 单元设计
3. 内容提炼
4. 案例编写
5. 总结设计

案例：德芙案例、难判的案子案例

讨论：小组讨论

三、课程生动化设计

1. 常用的 7 种导入设计方法

- 1) 案例导入
- 2) 故事导入
- 3) 时政导入
- 4) 引言导入
- 5) 数据导入
- 6) 问题导入
- 7) 多媒体导入

案例：七种导入手法的差异

2. 常用的教学设计的方法

- 1) 书面练习
- 2) 提问回答
- 3) 案例分析
- 4) 小组讨论
- 5) 头脑风暴
- 6) 现场示范
- 7) 角色扮演
- 8) 管理游戏

3. 掌握教学设计的平衡

- 1) 感性设计
- 2) 理性设计
- 3) 互动设计

视频教学：康熙王朝

小组设计：结合讲师的任务现场设计教学方法并发表

互动游戏：九点贯穿

案例：福特汽车的案例、洗衣粉的广告

工具：案例开发工具表

练习：学员运用两种模型进行案例设计并相互点评建议

第六讲：呈现完美课件——梳妆打扮

一、课件 PPT 制作常见问题

1. 没兴趣
2. 没看懂
3. 没印象

二、课件 PPT 制作四大原则

1. 对齐
2. 聚拢
3. 降噪
4. 重复
5. 对齐
6. 留白

案例展示：优秀 PPT 制作的展示

互动活动：制作大比拼

三、快速制作美化的技巧

1. iSlide
2. PPT美化大师

工具练习：学员现场实践上述工具的基本功能，讲师进行现场辅导

四、标准课件要件的制作

1. 编写授课计划书
2. 编写讲师手册
3. 编写学员手册
4. 编写案例手册
5. 编写试题资料

提供工具：讲师手册模版、学员手册模版等

案例展示：精品课程六件套

现场实践：学员现场实践标准课件包的如何制作与生成，讲师现场辅导