

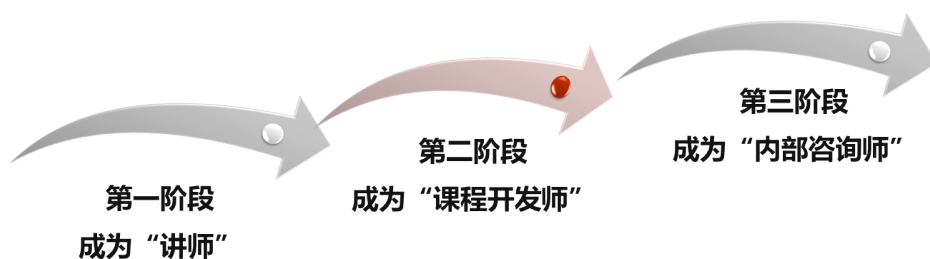
# 《内训师课程开发技巧》

## 【课程背景】

“外来的和尚不好念经”已经成为企业培训的痛疾：引入大量的外部讲师授课后，企业越来越感觉是“隔靴搔痒”，这些培训无法触及本企业业务实际；经理层和员工听了太多的“可乐大战”这样的经典案例、熟稔了“蓝海战略”等一个又一个管理流行语，可是企业内部知识和经验却丝毫没有沉淀。

在诸如 GE、丰田等世界级企业，内部讲师占到企业培训讲师资源的 60% 以上。现在越来越多的中国企业也开始意识到，企业内部知识和经验传递的重任，必须由企业“内部讲师”来承担，从而才能够将企业独特的价值沉淀并传播出去。企业知识是火种，内部讲师是传承火种的火炬。把隐性知识显性化，显性知识结构化，是内部讲师传播这些知识火种的使命。

内部讲师培养不是“焰火工程”，不能一蹴而就，更不是昙花一现，需要长远规划、分步实施，打造为企业的“长效工程”。



本课程立足于第二阶段**“课程开发师”**培养，课程将解决的问题：

**培训内容贴合企业业务**：明确课程开发的“四定”起点，产出符合需求的课件；  
掌握一套行之有效的快速开发课程流程，即使是技术课程也能深入浅出、精彩易懂

**学习方式实现赋能目标**：利用心理学的相关效应，引入引导式课程设计技巧，

提高课程的培训效果；确保课程开发“有效”+“有趣”，在提升学员参与度的同时达成培训目标

**课程标准化扩大推广范围：**将思维导图与课程逻辑结构化构建相结合，确保课程逻辑思路清晰；按照标准化课程包五要件进行课程开发

### **【学员收益】**

通过一天的项目学习，学员能够掌握**课程开发和评估**这两个环节中重要的原则、方法以及综合应用能力，并对授课技巧进行强化训练。使学员在理论逻辑的基础上，通过互动交流、范例学习以及个人练习等多样的学习体验，完成2小时的微课件开发或原内训课件优化。真正使学员从“知道”到“会用”，实现学习效果最大化，打造企业内训核心竞争力，加速组织经验传播。

### **【课程时长】**

1-2 天授课+1 天辅导

结合学员课件制作或优化，将**课件评估要素**融入现场诊断，10 分钟说课，进行一对一辅导。（视企业要求而定）

**【适合对象】** 需要进行课程开发的内训师

### **【课程大纲】**

#### **一、以终为始“四定”**

**【讨论】** 课程开发过程中，是否也存在这些困惑？

##### **1、四定内容**

1) 定目的

2) 定任务

3) 定对象

4) 定目标

## 2、定位方法

1) 分析逻辑

2) 调查逻辑

3) 数据整合

4) 沟通确认

## 3、培训课程四大类型

1) 知识普及型

2) 问题解决型

3) 专题修炼型

4) 系列修炼型

案例：“竹篮打水一场空”，一次失败的课程开发案例，授课硬伤暴露无遗

演练：你的课程定位

## 二、资料提炼筛选

### 1、【讨论】资料收集途径

1) 外部资源收集

2) 内部资源

### 2、分类筛选

1) 分类资料

- ◇ 装“箱子”
- ◇ 定标签
- 2) 筛选资料
  - ◇ “少即是多”原则

案例：组织智慧提炼“四有”标准

演练 1：STAR 模型具体提炼步骤

演练 2：留存的标准

研讨：专家经验萃取法实施步骤与注意事项

### 三、左脑设计大纲

#### 1、逻辑工具

- 1) 逻辑工具在课程开发中的应用
- 2) 使用金字塔结构搭建课程框架的操作要点
- 3) 使用思维导图构建授课思路的操作要点

#### 2、提炼“桩子”

案例：变

演练 1：绘制你的三亚之旅思维导图

演练 2：星期天逛公园

### 四、右脑编排形式

#### 1、引导式互动设计

1) 引导式互动设计原则

2) 案例的编写与呈现

◇ 明确案例编写的目的

◇ 案例的选材的四原则

◇ 案例的编写技巧

◇ 案例的讲评技巧

3) 【练习】设计模式的 FISH 模型

4) 【练习】组建概念模型

2、强化 PPT 演示

1) 文字演示

2) 图片演示

3) 表格演示

4) 逻辑演示

案例 1：“文不如表 表不如图”

案例 2：借用生活中的图形

演练 1：“信手涂鸦”简笔画

演练 2：面朝大海，春暖花开