

# 《内训师经验内化开发工作坊》

## 【课程背景】

大多企业都有自己的内训师队伍，对于培训部门而言是想要更好服务于业务部门，从而提升业绩，推行了几年后发现培训师的教材都是基于网络搜集或复制别人的课件，这样很难做到跟业务部门的需求相匹配。或者是课程相关材料一大堆，不知如何选择，跟着设计流程，填写各种表单，拼出来的东西枯燥无味，设计出来的课程并不能完全解决员工的实际需求，课程效果也受到影响，甚至从一开始就没有什么参与的兴趣。

然而在各个业务单位，他们有着自己的成功经验，有着自己完成高绩效的工作经验，怎么把这些隐性的经验从他们身上萃取出来成为一门显性经验的课件，让个人经验变成企业经验？

让内训师的课程更实效，让企业文化传播更落地。通过对教学理论的分析，重新设计课程的开发与研究的经验，使讲师通过以上流程能设计出一个符合市场需求，符合讲师特色的好课程

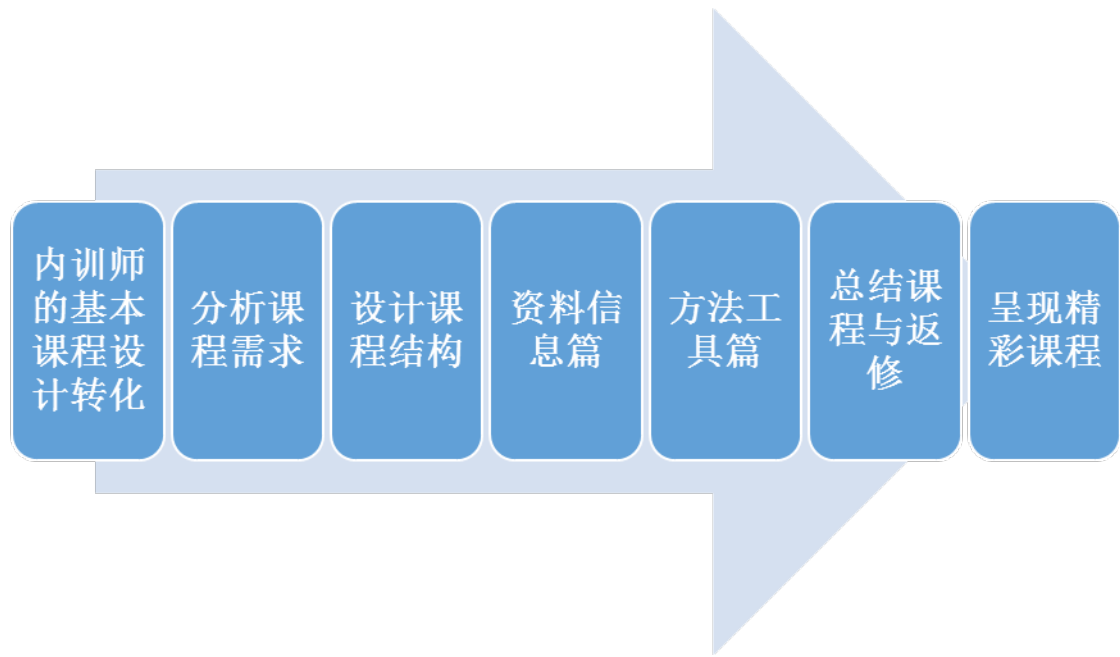
## 【课程受益】：

- 能运用课程开发的方法，对个人成功经验萃取成课件，让个人经验真正留在企业
- 使学员能够针对业务单位实际需求开发对应课件，让需求更对口
- 掌握需求分析的两个工具表，能梳理出企业最需要的课程主题
- 掌握课程开发逻辑分解法工具表，开发出真正的隐形经验，复制给更多企业员工
- 学会设计教学手法，设计出符合本企业学习特性的课程，提升学习意愿与学习效果

## 【课程对象】

具有一定授课经验的企业培训师、培训部门工作者（一个班在 20 人以内）

## 【课程结构】



### 【课程内容】：

#### 第一单元 内训师的基本课程设计转化

- 1、内训师的作用：隐性显性化，显性理论化
- 2、适合内训师开发的课程：企业文化类、管理流程类、产品类、核心业务类
- 3、内训师的工作要求
- 4、良好课程需要展现的设计与开发成果
- 5、课程开发的五个控制点
- 6、内训师经验内化开发流程

#### 第二单元 分析课程需求

- 1、良构问题和非良构问题选择
- 2、课程规划原理 DOME
- 3、培训需求的来源
- 4、题目设计思路
- 5、认知领域、情感领域和动作技能领域的目标分类
- 6、课程设计 PPP 表

### 第三单元 设计课程结构

- 1、课程设计五问
- 2、金字塔原理
- 3、鱼骨图分析
- 4、制定课程大纲
- 5、标准课程模板
- 6、ASK与PRM

### 第四单元 资料信息篇

- 1、核心资料、辅助资料的搜集
- 2、如何举例说明：简短例子、完整例子、假设例子
- 3、案例讲解的差异：举例说明、案例分析、案例教学
- 4、从信息到观点：信息分类、观点分类
- 5、信息到观点提炼方式：AGC-ASC-AHC
- 6、SSCE的案例讲解方式思路

### 第五单元 方法工具篇

- 1、设计流程图：商业流程模型示意图、水平跨职能流程图、垂直跨职能流程图、数据流程图、事件流程图、IDEF图、高光流程图、工具流程图、SDL图
- 2、设计课程的量表：名称量表（命名量表）、等级量表（顺序量表）、比率量表（等比量表）、等距量表、李克特量表、大数据算法
- 3、找到课程的标准模板：盘点类模板、流程类模板、进度类模板、对比类模板、检查类模板、调研类模板、计划类模板、总结类模板
- 4、设计课程口诀：要字诀、连字诀、里字诀、韵字诀、数字诀
- 5、设计课程理论公式：加法公式、减法公式、乘法公式、除法公式、组合公式
- 6、找到课程的理论体系：原理/理论、体系/系统、思想/主义、流派/领域

### 第六单元 总结课程与返修

- 1、为关键核心点设计PPT模型：层级/结构、并列/组合、矩阵/交叉、递进/循环、扩散/聚合、对比/强调、比喻/象形

- 2、三维九步呈现精彩课程
- 3、三种课程设计的思路：引导式、理念式、合作讨论式
- 4、设计课程主要互动的使用思路
- 5、课程设计修改的流程：增肥、瘦身、增肥、瘦身、匀称
- 6、柯氏评估四级

#### 第七单元：精彩的课程设计与呈现

- 1、设计课程封面
- 2、设计统一板式、统一字体、统一图式
- 3、设计课程逻辑框架
- 4、为每个 PPT 设计合适的图片与图形
- 5、深刻了解 PPT 的最原始作用
- 6、最后，精彩呈现你的课程设计