

内容为王 —TPT 培训师课程开发技能训练

【课程背景】

长久以来，企业经常有一大堆的会议、商务报告、产品演示、内部培训，但是与会者都非常厌烦聆听，导致内部的会议、培训、客户的商演都达不到预期的效果。那么如何让内部的会议、培训、商务报告、分享、路演收获更好的效果呢？只要把我们企业的高管、中层及企业骨干打造成内部的优秀讲师，让他们拥有内容提炼、克服紧张及营造氛围的技巧，分享自己的工作经验；那么企业就会逐渐形成“学习型组织”，培训就成了企业战略落地的发动机！

TPT 培训师成长研修班正是这样一个解决企业培训师快速成长的专业课程！

【课程收益】：

1、TPT 即 Trainer Promoted Training 的缩写，是培训师晋阶培训体系的全系列课程，包括

培训师成长的一阶成长、二阶深化及三阶蜕变三个阶段。

2、一阶成长班侧重于培训师的精彩“呈现”——即完美演绎的能力。让培训师尝到更多的甜头

或不再遭受培训的煎熬，注重外在能力的修炼，称为塑“形”阶段。

3、二阶深化班侧重于培训师的课程“编导”——即课程设计的能力。包括需求分析、课程结构、

素材收集、PPT 设计、经典教学方法设计等内在功力的修炼，称为塑“神”阶段。

4、三阶蜕变班侧重于培训师的课程“品牌”——即精品课程的开发。主要任务是

普通课程精

品化、品牌化。侧重于课程需求分析、品牌命名、教学形式及教学内容开发，真正达到“好

听、好记、好用”的培训效果。最终让培训师的名字与课程划等号，给学员留下深刻的烙

印，即贴上品牌课程标签。

授课形式：

课堂讲授（30%）+情景演练（40%）+案例研讨（15%）+游戏互动（15%）

第一章：明确培训需求

一、评估需求

- 1、培训需求调查的常见问题
- 2、培训需求调查的总体思路
- 3、常见需求获取的四种方法
- 4、聚焦课程需求的五个问题

二、锁定问题

- 1、大胆假设
- 2、小心求证
- 3、确定主题

三、课程定位

案例研讨：

- 1、培训课程可以解决哪些问题

2、描述出企业对课程的需求点

第二章：确立培训目标

一、撰写培训目标

- 1、确立培训目标的陷阱
- 2、拟定培训目标的要求
- 3、培训目标的三大内容

二、课程名称设计

- 1、课程名称设计技巧
- 2、课程定位表的设计

课堂演练：

- 1、设计一个有吸引力的课程名称
- 2、课程定位表的设计与内容填写

第三章：建构培训内容

一、搭建课程大纲

- 1、课程结构设计原理（金字塔原理）
- 2、课程结构设计依据（2W1H模型）
- 3、金字塔结构的设计思路及运用技巧
- 4、金字塔结构的设计模型（时间式、并列式、空间式、进阶式）

二、课程内容开发

- 1、课程内容开模型（PRM）
- 2、PRM课程内容开发案例

3、培训素材的来源与萃取

课堂演练：

设计一个培训主题课程（课程结构到三级目录）

第四章：教学活动设计

一、培训总体活动设计

- 1、成人教学的特点
- 2、学员兴趣水平测试
- 3、课程开场活动设计
- 4、课程结束活动设计

二、课程教学活动设计

- 1、设计联结
- 2、设计讲解
- 3、设计练习
- 4、课程内容过渡 SCQA 模型

案例分享：

- 1、课程素材准备与教学方式设计实例
- 2、视频分享：如何撩动学员的情绪线

第五章：编写培训课件

- 1、讲师手册与学员手册（讲师课件成熟度评估方法）
- 2、学员行动改善计划（引导学习转化四大方法）
- 3、课程演示文稿（PPT）

4、PPT制作的六大核心要素及技巧

5、培训师的百宝箱（内功修炼的途径）