

内容为王 —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！

【课程收益】：

- 1、TTT即 (Training the Trainer to Train) 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。主要任务是将普通课程精品化、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）