第一图书网, tushu007.com

<<不懂心理学就别当讲师>>

图书基本信息

书名：<<不懂心理学就别当讲师>>

13位ISBN编号：9787545405408

10位ISBN编号：7545405404

出版时间：2010-8

出版时间：广东省出版集团广东经济出版社

作者：郝志强

页数：236

字数：249000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

在写这本书以前，我做了8年的讲师，行走在培训的江湖上，感触颇多。

在很多的人眼里，讲师是很自由的，没课在家修炼，有课就去上课，过着大口吃肉，大秤分金，笑傲江湖的日子，爽吗？

非也。

作为讲师，你基本上是一个人在战斗，所有责任都要自己扛，压力巨大，不是一般人可以承受的，可以说是“知识个体户”。

事实上，想要成为一名优秀的讲师，除了要有这种良好的抗压能力外，还需要做很多“功课”，比如要努力提升课程质量，要努力推广自己的课程，要努力把课程上好，并且不能有一次失误，否则声誉全无，甚至会遭遇“网络通缉令”。

在培训中，讲师除了要不断提高课程质量外，还要面临诸多外在因素的挑战，比如来自学员、培训经理、培训公司的挑剔和挑战。

经过8年讲师的磨砺，面对学员的诸多挑战，我知道了讲师要承担的压力。

更觉得优秀的课程，不是开发出来的，而是讲出来的。

在授课的过程中，我逐渐完成了从企业内部讲师到职业讲师的转变，就像很多人是当了老总，才开始学怎么当老总；就像很多人是当了爸爸后，才开始学怎么当好个爸爸；而我也是当了讲师后，才开始摸索如何当一个好讲师的。

在我以前的授课经历中，我经常有困惑，为什么我这样授课，学员就学会了？

为什么学员会挑战我？

课程结构如何安排才合理？

以学员为中心该怎么操作？

等等。

一句话，讲师怎样授课，才能让学员学会！

第一图书网, tushu007.com

内容概要

在培训中，你遇到过这样的问题吗？
　面对成人授课，学员在想什么，你要怎么做才能让他们更好地学习呢？
　你提问时，遇到学员的反对，怎么办？
　在课堂上有学员不想发言，你有什么高招让他开其金口呢？
　面对这些问题。
你该如何应对？
如何从内容到形式、从外表到内在、从自己有料到让别人学会呢？
　培训就是一场心理博弈战，如果你想让一场培训完美地谢幕，就必须读懂学员的内心并了解他们的需求，这样才能立于不败之地。
　本书是作者8年培训经验的总结，他将实战中的授课经验与经典的心理学原理结合起来阐述．告诉你如何运用心理学原理提升授课技巧、丰富课堂教学、完善课程设计、活跃现场气氛，从而使培训效果更显著，让讲师更受欢迎。
掌握这些心理学利器，一定会让你在培训实战中如虎添翼。
　成为优秀的讲师，从懂点心理学开始！

作者简介

郝志强，内蒙古人，毕业于清华大学，曾在海信电器、天音通信等公司从事过销售工作，后转为职业培训讲师，有8年的授课经验。
服务过的企业有：中兴通讯、美的集团、中国移动、招商银行、欧普照明、海尔纽约人寿等。

现为中山大学MBA班、总裁班客座教授，清华大学营销总监

书籍目录

第一章 活用心理学才能当好讲师　第一节 习惯养成：巴甫洛夫条件反射　第二节　奖惩结合：斯金纳实验　第三节　不断练习：桑代克试错学习　第四节　突然顿悟：格式塔学派　第五节　树立榜样：班杜拉模仿学习　第六节 以生为本：马斯洛需求层次　第七节　现状与问题：模拟销售，现场训练第二章 培训细节决定成败　第一节　规模对应：巴利的旁观者效应　第二节　互相影响：拉塔纳的社会影响理论　第三节　后勤服务：狄德罗的配套效应　第四节 形式多样：罗森茨威格的丰富经历实验　第五节　领导讲话：罗森塔尔的期望效应　第六节　学员无助：塞利的习得性无助实验　第七节　现状与问题：嵌入式培训就是好第三章 授课内容是核心竞争力　第一节　讲师修炼：斯坦伯爱情三角理论　第二节　授课内容：6种社会影响力　第三节 内容专家：合理的权威效应　第四节 讲师资料：凯利的光环效应　第五节　讲师推广：查荣茨的接触效应　第六节　互相吹捧：对比效应与辐射效应　第七节　群体关系：海德的认知平衡　第八节　5种方法：我的学习经验分享　第九节　现状与问题：讲师的传道、授业、解惑第四章 营造良好的教学环境　第一节　教室高度：迈耶的天花板效应　第二节　卫生纪律：詹巴斗的破窗效应　第三节　教室音乐：戈登的莫扎特效应　第四节　小组人数：教室布置的从众效应　第五节　学员之间：社交恐惧症　第六节　学员组织：梅奥的霍桑效应　第七节　学员距离：沙姆的神秘气泡　第八节　学员搭配：学习助长与学习抑制　第九节　学员关系：纽科姆人际关系的相似　第十节 控制环境：兰格的控制感理论　第十一节　现状与问题：培训现场细节如“金”第五章　基于心理学的授课技巧第六章　打动人心的课程设计第七章　活跃课堂气氛的心理学“诡计”第八章　三个效应让培训深入人心

章节摘录

第一步，让学员一起上两天顾问式销售，学员充分体会到顾问式销售中存在的问题，和应该采用的对策。
在这两天之内，以原理模型为主，加上学员的片段练习，让学员体会理论思路在销售中的作用。
此片段可以让学员打下坚实的理论基础，也可以把学员多年的经验进行总结。
第二步，学员要结合自己的经验，结合企业的产品，结合客户的情况，联系实际。
后面两天，把学员一个一个还原到真正的销售现场，进行模拟。
在模拟之前，先让学员纸上谈兵，做足纸上练习，甚至把准备和客户怎么谈，都写成文字，制定谈业务的策略。
第三步，有5个人分别扮演客户，而且是客户那边5个不同角色，比如说分别扮演老总、采购、财务、行政、销售等相关部门。
分别在5个布置不同风格的办公室，等着销售代表的到来。
销售代表来了以后，就用不同的身份，不同的问题，来“ 折磨 ”这个销售代表。
当然他们会用什么问题“ 折磨，，这个销售代表，事先是经过策划的，是把销售代表实际遇到客户后，客户会问的问题搜集起来，做成问题清单，此刻让扮演者用那个清单上的问题，来“ 折磨 ”这个销售代表。
在办公室里，销售代表和“ 客户 ”面谈的旁边，还有录像设备，把他5次和不同人面谈的内容全部记录下来。
第四步，大约在5个学员分别拜访完以后，所有的学员和讲师，包括扮演客户的人，再聚集在一起，互相交流和点评，看大家有无用到上课的那些技巧，有无达成拜访的目标。
当然讲师会在第一轮时，给学员制造障碍，故意让学员犯错误。
如此几轮，完全是真实场景的模拟，学员就可以把学习到的技能内化。
第五步，以上说了原理，也有了联系实际的现场模拟，更有了后面的直接PK，再加上后面的总结，可以用实战来考验学员了（如果条件允许）。
给学员一些实际的客户，让学员直接和这些客户谈，学员随身带着录音笔，随时记录当时的谈话。
这个阶段可以采取个人竞赛或小组竞赛的方式。
大家认为这样的培训如何？
在销售类的培训中，还有比这样的培训，更实操的吗？
我在网上搜索了一下，发现美国运通公司的客服中心员工训练，便是这样。

媒体关注与评论

我们美的学院有上百名内部讲师，这两年我们陆续引人了郝老师的系列讲师训练课，尤其是一些高级课程，让我们受益很大。
在国内的培训市场上，少有像郝老师这样钻研的讲师，希望郝老师的书，给培训界带来新鲜空气。
——美的学院院长 黄志国　　在课堂上。
郝志强老师能够将系统的理论用幽默生动的方式向学员阐述，让学员在最短的时间内吸收最有用的知识；而课程的实战性，来源于他深入了解客户的背景和需求，通过引导、启发、互动等方式，对专业体系进行经典的演绎。
——东方通信股份有限公司 周崇青　　郝老师的授课。
如同引领我们进行智慧旅行，在智慧的旅行中，我们发现原来心理学和培训实战技能可以如此完美地结合，两者的结合使我们的工作事半功倍，使我们的培训效果更明显。
人员素质提升更快。
——中国移动广东公司珠海分公司 黄丹绮　　“郝”凭借认真负责的态度，钻研授课心理学；“志”在提高营销、管理人员业务水准；“强”化学习培训效果；人如其名，郝志强老师是最受中山大学MBA学员欢迎的讲师之一！
——中山大学高等继续教育学院副院长 刘正生

编辑推荐

成为优秀讲师必备的心理学利器。
全方位提升授课技巧的使用手册。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com