

華商基業
SINOTRAC

国际绩效改进协会 (ISPI) 中国独家合作伙伴

International Society for
Performance Improvement

HZ BOOKS
华章经管

全彩
印刷

微课

快学、快用、快设计

唐绪莹 熊洁 著

MICRO-COURSE

让学习零距离，让分享零门槛

数万名学员实战验证
近百门微课实例诠释
一小时速成实用方法

联袂推荐

刘百功

知名讲师

康至军

工刀转型突破
工作室创始人

李东朔

CMC优幕
科技创始人

高强

联想管理
学院院长

彭志斌

碧桂园集团
副总裁

姚艳虹

湖南大学教授

专文推荐

马永武

腾讯学院院长



机械工业出版社
China Machine Press



MICRO-COURSE

微课

快学、快用、快设计

唐绪莹 熊洁 著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目(CIP)数据

微课:快学、快用、快设计/唐绪莹,熊洁著. —北京:机械工业出版社,2016.12

ISBN 978-7-111-55409-7

I. 微… II. ①唐… ②熊… III. 企业管理—职工培训 IV. F272.921

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第269918号

微课:快学、快用、快设计

出版发行:机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码:100037)

责任编辑:董凤凤

责任校对:董纪丽

印刷:北京天宇万达印刷有限公司

版次:2017年1月第1版第1次印刷

开本:147mm×210mm 1/32

印张:7.625

书号:ISBN 978-7-111-55409-7

定价:49.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

客服热线:(010) 68995261 88361066

投稿热线:(010) 88379007

购书热线:(010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱:hzyg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问:北京大成律师事务所 韩光/邹晓东

| 推荐序 |

微课学习大有可为

随着当今市场变化迅速与竞争加剧，知识更新日新月异。一方面，职场人士对持续求知的需求日增，需要更多的学习和培训；另一方面，人们的工作与生活节奏越来越快，面授培训和传统的在线学习，已无法完全满足人们的学习需求，所以，微课这种新形式，应运而生。微课内容精炼、学习方便、制作周期短，应时而需，敏捷、新鲜，又能针对特定应用场景，成为人们在传统学习外的一种重要补充，所以很快风行起来。在腾讯也是一样，我们从 2014 年就开始微课的尝试，到现在，无论是自主研发，还是把以前的精品网课萃取并碎片化，累计已达数百门，很受用户欢迎。

很高兴读到唐老师和熊老师的这本《微课：快学、快用、快设计》。本书对微课做了比较全面的介绍，又比较生动有趣，对需要了解这一领域的读者非常适合。

在我看来，本书有以下几个值得关注的点。首先，**用户化**：作者特别站在读者用户的角度，整书章节板块的设计基于不同人群需求做了划分（学习管理者、专业开发者、快速实战者），有利于不同阶段、不同角色的人员快速了解微课及掌握微课的开发设计方法和工具。其次，**场景化**：不仅仅是讲理论，作者对微课的应用场景介绍很有突破，强调了学以致用，阐述了微课学习如何帮助员工实现绩效支持，如何有效助力业务。再次，**全面化**：这里讲的是“微学习”的概念，不只是停留在传统的在线学习图文、视频，甚至包括了面授微课等多

种学习形式，让“微课”的定义更广泛。同时，书中的另一个观点我也很认同，讲到了不是所有的课程都适合做微课，也不要为了“微”而“微”。其实，这点在腾讯学院的微课实践中，我也颇有体会。我们的微课更多是注重最新业务成功经验的沉淀和总结，并有很深的腾讯烙印，强调的是以内容取胜，而不是一味地在形式新和篇幅短上做文章，所以受到了用户的认可。最后，**趣味化**：正如作者自己所说，这是一本“漫画绘本”，又辅之很多实践的例子，所以，让读者感觉很轻松、亲切和易懂，我一直认为，这个特点是这类图书能够吸引人的特别重要的因素。

和唐老师认识时间不短，交流探讨过不少培训领域的话题。今年欣闻唐老师在微学习这个新战场又有研究且有产出，真为她高兴，也期待着培训界的同仁能从本书里有所收获，期待大家一起在“微学习”的路上越走越远。

腾讯学院院长

马永武

2016年10月

| 导 读 |

大时代 微时代

唐绪莹

微说大时代

每一个时代，都是最好的时代，也是最坏的时代——视乎对谁而言。

如今的大时代，一面是世界经济发展的乏力，一面是中国经济的转型启动。对于众多的中国企业来说，要在这样的大时代中前行，势必要做出顺应时代的变化：第一，与市场和客户更加紧密连接，根据需求提供更加准确的供给；第二，更快、更多地引入科技创新与管理创新，把握技术变革中属于自己的机会；第三，提高资源配置效率和人员工作效率，让每个员工的绩效最大化。一言概之，企业的经营模式要从闭门造车到开门迎客，从大开大合到精耕细作。

时代趋势是看不见的王者，顺其者昌，逆其者亡，仅仅把准时代的脉搏还不够，能够完成顺应时代的转变，才能笑傲江湖。于是，我们看到，越来越多的企业探索“粉丝经济”，不仅在产品规划和研发上广泛征集用户意见，而且绞尽脑汁地创造更多与客户互动的机会和提供更多的延伸服务以维系“粉丝”；于是，我们看到，越来越多的企业改变人力资源管理模式，用更高的报酬雇用较少员工，却为每一位员工提供更充分而精准的学习资源，从而让员工推进创新、提高效率。

正是这些趋势，引爆了微学习，让连接客户的微课、快速创新的微课、提高效率的微课，登上了大时代的舞台（见图 0-1）。



图 0-1 时代之“变”

微说微时代

这是一个微的时代。

写本书之前，我带一岁九个月的女儿出门旅行，我妈妈问她：“姥姥想你怎么办？”女儿用手比画着手机的样子：“发微信！”

微博、微信这些工具出现之前，大概没有人想到，我们的生活会因此发生如此深刻的变化。这些变化，不仅体现在越来越多低头族的出现，不仅体现在微营销、微商等概念的激发，而且体现在我们与世界的信息交互，都越来越短平快、越来越碎片化，而我们的注意力，也随之越来越短暂、越来越飘忽。

这看上去，和以往的媒介变革没什么区别，从报纸到电视，从电视到电脑，从电脑到手机，只是换了个平台而已。但事实真的如此吗？

在我最近参与的一个管理者培养项目中，组织方向学员推送了一些在手机端 App 上学习的课程，我看到一位学员在交流的微信群中这样说：“天哪！XX 课程有 100 多页，我点开就……关上了，实在没有勇气看下去，求拯救！”

这种情形并不罕见，毕竟“微”趋势出现的时间尚短，在玩“微”的群体中，无论哪路神仙，都不可能一夜之间让所有原来“大”的内容都变成适宜“微”的形式。于是，就出现了以下两类问题：一是削

足适履，也就是将原来的内容转换形式放到移动终端的平台上，这一类，就像我们最早在微信公众号里看到的，将长篇大论的文章原封不动地贴进去，或者像前面说的，将原来 E-learning 的内容甚至传统面授课程的内容放到移动学习平台上，只是切换了入口和媒介而已；二是五马分尸，也就是将原来的内容直接切分后放到移动终端的平台上，这一类，就像是很多院校的“精品视频课”，如《市场营销之一》《市场营销之二》……《市场营销之二十三》。这样的做法会带来什么样的结果，大家都有切身体会：要么，根本看不下去，要么，看了后面忘了前面。

真正的“微”内容到底应该什么样？逻辑思维应该是最早摸着门路的运营者之一。一段语音，60 秒，说一件事、一个问题、一个观点。秋叶则是最早从其中找到商机的人之一。一则图文，三分钟，教一个形状技法、一种字体效果，或者一类创意图表。随着微时代的进程，越来越多的玩家得窥门径：“微”，不仅微在移动终端的形式上，更微在获取快、学得趣、应用准的内容设计上（见图 0-2）。



图 0-2 内容之“微”

对于微时代的运营者来说，不是买部智能手机或者开通一个微信公众号就算迈入微时代，只有把握微内容的精髓，才能真正玩转微时代。

微说微学习

一切都微起来了，学习当然也不例外。当然微学习，也不是仅仅

让学习向手机迁移，而是建立在真正符合微内容要求的微课基础之上。

据说在中国的校园教育界，“微课”这一概念是由广东省佛山市教育局教育信息网络中心的胡铁生老师于 2011 年正式提出并进行系统研究的，在此前后，类似的概念和尝试在各地、各所院校都有所涉及。

企业培训界从何时开始研究微课已不可考。有人说，是 E-learning 的不成功催生了微课；有人说，是智能手机和 App 的普及带来了微课；有人说，是 TED 的火爆引发了微课；有人说，是微信的风靡促成了微课。也许，这些说法都对，时代的发展总是如同挟着许多浪头而来的潮流，一个个偶然因素指向共同的必然。但是，微课作为新生事物，是昙花一现，还是星火燎原，并不取决于流行元素的多少，而取决于满足根本需求——支持组织绩效的程度。

我最早开始探索微课是在 2009 年，当时我所负责的企业大学已经有了 100 多名内部讲师和 200 多门内部课程，有系统的培养体系，有自己的网络学习平台，各种项目做得风生水起，也因此获得了不少认可和赞誉。但是，我们总觉得，培训对业务的支持力度不够。于是，我们开始反思：什么样的培训能为组织带来最实际的绩效改进？从人力资源管理的系统视角来看，越是高层的管理者，选拔越重要，越是基层的员工，培训越重要。但是，一线的业务培训说起来容易，做起来难：培训课程没有现成的，必须企业内部开发；培训内容变化快，往往一个季度甚至一个月就要更新；培训对象分布广，难以集中。

为了应对这三个问题，我们从以下三个方面尝试突围：在课程开发者方面，突破原来由大学人员和内部兼职讲师为主的布局，引入更多的业务专家和明星员工；在课程时间方面，突破原来以半天为单位的安排，尝试半小时甚至 15 分钟的班前 / 班后学习设计；在培训形式方面，综合运用现有的 E-learning 平台、远程视频系统和 QQ 群，

跨越空间距离。

顺着这样的路子，我们一步一步地做出自己的“微课”：一种工具的应用、一个标杆的剖析、一项工作的小窍门……渐渐地，也从散点延伸到体系，从业务类延伸到管理类，从独立使用延伸到与其他学习方式统合。

现在回头看，当时我们的尝试与真正的微课相比尚有许多不足，但幸运的是，我们一开始，就是为组织绩效服务的，而不是被潮流推上风口，更不是盲目地追赶时尚。其后，我们一方面紧跟技术更新带来的形式变化，从面授、电脑终端到移动终端，从视频到图文到 H5；另一方面深挖内容重新设计的逻辑和方法，从主题选择、素材精炼到呈现互动。微课，终于真正地成为微课，而无论形式如何变化、内容如何设计，不忘初心——切实支持组织绩效。在这个过程中，我也从企业转身进入了咨询，几年间与近百家企业、近万名学员共同开发了各个行业、各个领域、不同类型的微课。

一年又一年，我们在积累中等来了微课能量的爆发；一年又一年，我们在探索中惊喜地发现了微课越来越多的延伸应用。于是，在持续实践与传播的同时，我们决定用一本书来分享经验，让更多人了解快学快用的微课，帮助更多人快速设计微课，加速引爆微学习。

微说微课书

用一本书的形式来说“微课”，这本身并不符合“微”的特质，为什么还要这样做？

事实上，“微”的流行，并不能替代系统、全面，就像手机并不能替代电脑、纸书和实体等其他所有媒介。我虽然一直践行和推广巧、短、快、精的微学习，但我同样坚持认为，所有的专业学习，都更需要拙、厚、慢、深的系统学习。微学习和系统学习如何相互作用，后

面的章节中会具体阐述。

离开企业之后，我用了三年的时间，专心致志沉浸在“微课”领域中，一边研究理论，一边实践不辍。这三年间，也正是许多优秀企业从试水微课到打造微学习体系的过程，我和众多的学习领域研究者、企业培训管理者甚至市场营销的运营者一起，不断探索、不断总结，我们越来越发现，微课很复杂，它涉及整个体系的重新规划，颠覆传统的信息交互与学习模式；微课很专业，它赋予每一位企业课程开发者、培训师全新的视角和思考；微课也很简单，它让每位员工和管理者都能轻松上手，传播经验，复制成功。

所以，我和熊洁老师联合撰写了这样一本书，对于学习管理部门和应用微课的业务部门来说，它是一个系统，帮助它们顺利迈入微时代；对专业开发人员来说，它是一套方法，帮助他们全面掌握与以往相通却又不同的学习设计逻辑；对优秀员工和管理者来说，它是一种工具，帮助他们用最短的时间将经验精粹成为微课。

正如广告虽然是影视作品的一种，却有其独立的设计学科，微课区别于传统的课程开发，有其独特的应用和设计原理、方法、工具。用一本书来学习微课，正是因为微课这种系统的要求。而为了让本书更符合“微”的特质，我们从结构到呈现都做了全新的设计。从结构上，全书分为学习管理者规划篇、专业开发者方法篇、快速开发者实战篇三大部分。

如果你是一名学习管理者，需要在培训或营销中应用微课，建议你从第一篇读起，本书能让你用三天时间完成企业应用微课的系统规划和实施方案。

如果你是一名培训师 / 课程开发师，或者对微课程开发有兴趣，建议你从第二篇读起，本书能让你用一天时间成为专业的微课程开发者。

如果你是一名管理者或普通员工，建议你从第三篇读起，本书能让你在半小时内开发出一门可以有效传播信息或分享经验的微课。

从呈现上，全书以微学习专家微博士向蚂蚁小培、大黑与兵兵传授微课的规划应用与开发设计为线索，以漫画演绎，以案例诠释，最大限度地减轻阅读负担。同时，我们拆分出大量的内容作为延伸阅读，放在微信公众号“微学微课”（微信号：westudy-wk）中，既减少了主体内容的篇幅，又能帮助感兴趣的读者进一步深入了解（见图0-3）。



图 0-3 微信公众号“微学微课”二维码

本书的写作过程，也是我们跳出画面看画的过程，既总结、沉淀过去几年微课开发与应用实践的成果，又思考微学习未来的挑战与变化。由衷地感谢机械工业出版社华章公司经管出版中心副总经理袁璐、市场部副总经理白婕、编辑华蕾，感谢他们对本书提出的建议、为本书发行做出的努力；感谢平安大学王金德总监和他的同事，招银大学罗开位主任、李晓欣副主任和他们的同事，中信银行信用卡中心培训与发展中心原总经理郑志燕和她的同事，感谢他们为本书提供了微课程案例授权并撰写了微课程应用的专题案例；感谢许许多多参与华商基业公开课、工作坊的学员，感谢他们与我们共同成长，并为本书的出版慷慨分享了大量案例；感谢深圳华商基业的同事曹斯嘉、葛胜男、

曹小蓓、熊帅，还有我们的好朋友张军，感谢他们为本书做了许多整理工作……

希望这样一本书能让大家在阅读的过程中切身体会“获取快、习得趣、应用准”的微时代内容特点，希望这样的读物成为大家不仅是买入而且是能轻松读完的书，更希望本书能帮助越来越多的组织引爆微学习，从而连接客户、快速创新、提高效率，决胜大时代！

漫画角色介绍

本书漫画作者 尤雨萌



微博士：蜜蜂大学校长、昆虫界的微学习专家，其在蜂群中的微课应用推广十分成功。

“我会带大家全面认识微学习的规划与实施、微课的开发和设计！”

小培：蚂蚁集团培训经理，准备试水微课。

“如果你跟我一样，需要系统布局微课在企业中的应用，请跟我一起学习第一部分吧！”



大黑：蚂蚁集团市场部推广经理，负责向内部市场人员培训微课开发和面向客户推广微课开发。

“如果你跟我一样，需要经常开发微课甚至辅导他人开发，请跟我一起学习第二部分吧！”

兵兵：蚂蚁集团侦查部明星员工，打算以微课的形式与伙伴们分享自己的经验。

“如果你跟我一样，偶尔进行微课开发，想要又快又好，请跟我一起到第三部分找索引吧！”



| 目录 |

推荐序 微课学习大有可为

导读 大时代 微时代

漫画角色介绍

第一部分

学习管理者规划篇

打造快用、好用的微学习体系

第1章

微课只是个“课”？你 out 了！

微课在企业学习与客户连接中的作用 / 2

微课，快速迭代与移动终端催生下的学习方式变革 / 3

微课，体验营销与粉丝经济裂变出的用户连接模式 / 11

案例：华章微课堂的实践 / 15

第2章

到底什么是微课

微课特点与类型解析 / 24

微课的标准 / 26

微课形式与内容的匹配 / 31

第3章

微 = 碎？微 = 散？

针对需求、有“破”有“立”的微课体系规划 / 40

从 N 到 1 的破 / 41

从 0 到 1 的立 / 42

- 第4章 | 你、我、他，微课到底该谁做
众筹众创、业务当家的微课开发模式 / 47
溯源：内容来源的 OGC、PGC 和 UGC / 48
破题：如何保证 PGC 和 UGC 快速产出 / 51
- 第5章 | 没钱，玩得起微课吗
丰俭由人的微学习平台选择 / 54
自建平台 / 56
案例：招商银行移动学习 App——招银大学 / 56
购买平台 / 58
案例：多家企业的平台购买实践 / 59
借用平台 / 64
案例：平安集团知鸟移动学习实践与延展 / 66
- 第6章 | 菜鸟，玩得转微课吗
由易到难的微课工具介绍 / 73
面授微课的工具推荐 / 76
微信课堂的工具推荐 / 78
互动课件的工具推荐 / 79
移动自学的工具推荐 / 83

第二部分

专业开发者方法篇

微课开发心法快学

- 第7章 | 如何让微课微而有“威”
明确目标的三聚焦 / 92
三轮聚焦，明确目标 / 94

两个标准，判断开发 / 99

第 8 章 | 怎样拧干水分见“干货” 精炼内容的 4S 法 / 104

“干货”的标准 / 105

精炼干货的 4S 大法 / 106

第 9 章 | 说“人话”！ 设计呈现的“比例图” / 117

深入浅出的核心秘密 / 118

巧用“比、例、图”说“人话” / 121

第 10 章 | 让微课令人“过目不忘”！ 学习体验的 KFC / 134

微课的价值 / 135

教学方法设计溯源 / 135

KFC 在微课中的应用 / 138

第 11 章 | 没错，只用 PPT 就可以做出炫酷微课！ PPT 快速变身不同形式微课的方法 / 146

第三部分

快速开发者实战篇

速成微课的快设计

第 12 章 | 典型微课的常见结构 / 152

任务型微课 / 153