

腾讯广告讲师认证简介

目录

- 1 讲师认证概览
- 2 讲师认证指引
- 3 讲师评审标准
- 4 讲师职责和权利



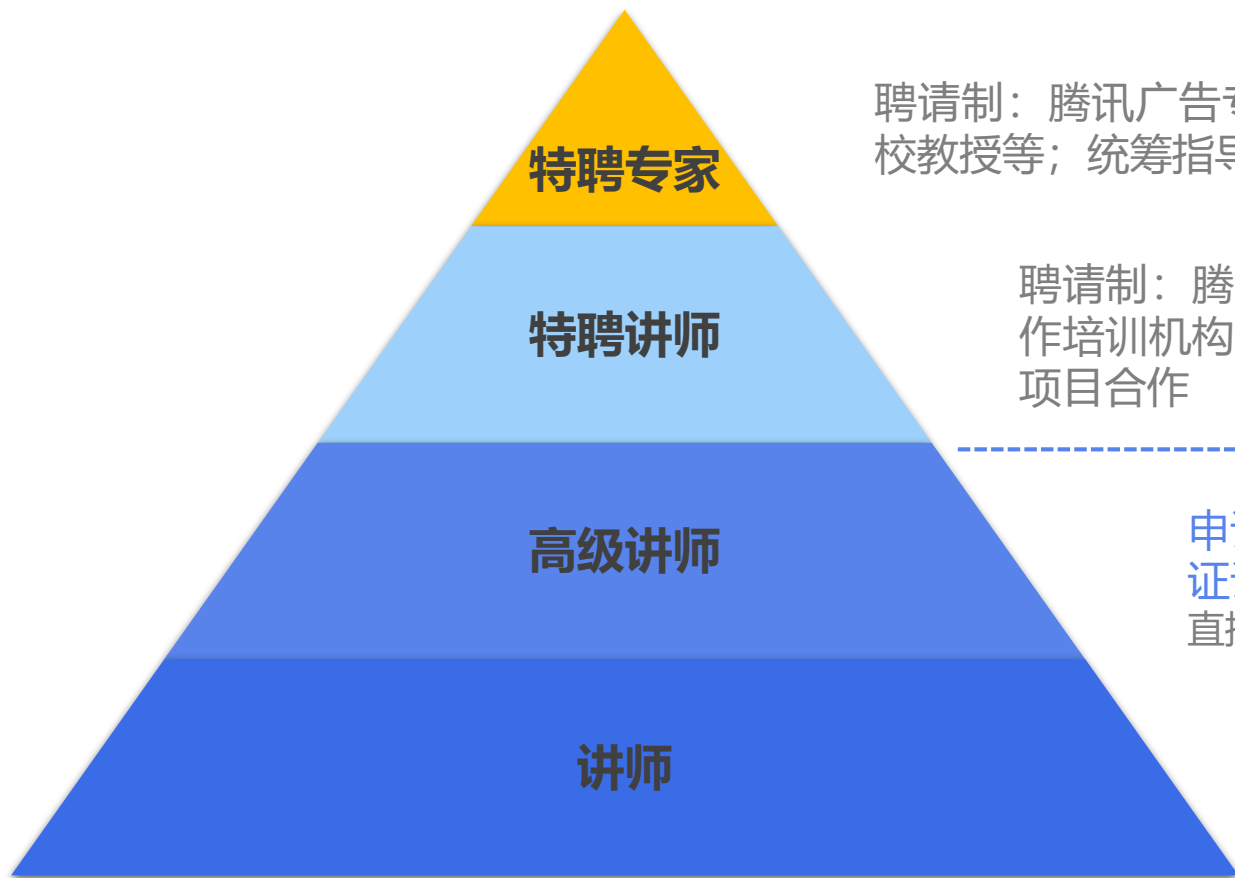


讲师认证概览

讲师认证简介

腾讯广告讲师认证是以培养腾讯广告业务人才为目标，以腾讯广告业务知识和技能为教学内容依托，面向腾讯广告内部员工、服务商、合作培训机构人员进行的讲师招募和选拔项目。

讲师认证等级分为：腾讯广告认证讲师、腾讯广告认证高级讲师、腾讯广告认证特聘讲师、腾讯广告认证特聘专家四个级别，其中讲师和高级讲师采用申请制予以评审考核，特聘讲师和特聘专家采用邀请制予以聘任。



聘请制：腾讯广告专家级员工和总监级以上管理者、行业知名专家、高校教授等；统筹指导并参与腾讯广告重要课题研究或培训项目

聘请制：腾讯广告资深骨干员工、基干及以上管理者；服务商和合作培训机构主管级以上管理者或高级讲师；长期参与腾讯营销学院项目合作

申请制：腾讯广告内外部业务骨干，自成为腾讯广告认证讲师满1年且完成履约职责（主管级以上或专职培训师可直接申请“高级讲师”）

申请制：腾讯广告内外合作机构业务骨干人员，愿意担任兼职讲师者

讲师胜任力模型和知识图谱

能力模块	能力要求	支撑能力所需知识点	配套课程
教学计划能力	明确教学目标 构建课程大纲 合理分配教学时间 合理使用教学方法 合理规划教具使用	<ul style="list-style-type: none"> ● 教案设计的基本架构与元素 ● 成人学习特性和相应教学方法 ● 设计符合成人学习特性的教案 	TTT线下集训班-教案设计实做 TTT线下集训班-教案练习与发表 TTT线下集训班-成人学习原理
课程开发能力	课件内容 课程结构 课件案例 课程生动性	<ul style="list-style-type: none"> ● 根据教案开发课程 ● 课程结构设计、案例能够有效达到课程目标 ● 课程内容时间分配合理 ● 课程有互动，合理使用教具和教学活动 	TTT线上精品课-课程设计篇 TTT线下集训班-学习罗盘与培训地图
授课能力	感染力 专业力 分享意愿 逻辑分析 需求把握	<ul style="list-style-type: none"> ● 开场的功能 ● 有效开场的4大原则、5大秘诀、7件事 ● 口语及非口语表达力的提升方法 ● 自我训练表达技巧的方式 ● 多元教学方法的种类、示范 ● 多元教学方法应用于教案的设计方法 ● 教学活动后讨论引导要诀 ● 总结评估教学成效(结尾技法之R) ● 课后行动计划(结尾技法之A) ● 庆贺学习完成(结尾技法之C) 	TTT线上精品课-开场技法篇 TTT线上精品课-表达技法篇 TTT线上精品课-问题处理篇 TTT线下集训班-开场技法 TTT线下集训班-结尾技法 TTT线下集训班-多元教学技法

认证讲师前，需要通过腾讯广告“营销专员认证（原称“初级优化师”）或“销售顾问认证”，能力要求参见相应能力模型

2

讲师认证指引

报考认证流程

流程环节	讲师	高级讲师
1.申请报名	报名期间，意向讲师自愿申请报名 说明：须通过营销专员或销售顾问认证方可报名讲师认证	报名期间，意向讲师自愿申请报名（自认证为“讲师”满1年且完成履约职责，主管以上或专职培训师可直接申报）； 说明：须通过营销专员或销售顾问认证方可报名高级讲师认证
2.在线学习	在线学习《TTT精品课程》 并通过TTT结业考试； 自愿参与线下脱产2天的TTT集训（名额有限） 详细自学流程可参见“考前自学指引”	在线学习《TTT精品课程》 并通过TTT结业考试； 建议参与线下脱产2天的TTT集训（名额有限） 详细自学流程可参见“考前自学指引”
3.准备材料	自己开发一门课程+该课程教学计划表； 录制一段不少于 15分钟的试讲视频（有互动）/或参与营销学院合作项目，进行该课程线上直播或线下授课	自己开发一门课程+该课程教学计划表； 录制一段不少于 30分钟的真实授课视频 /或参与营销学院合作项目，进行该课程线上直播或线下授课
4.提交认证	将 课件PPT（or PDF）文档+教学计划表（按模板填写）+授课视频 （压缩到200M以内）3份材料，纳入一个文件夹，文件夹命名为：公司+姓名+课程名称，上传到指定位置。【参与营销学院直播或线下授课合作者，无须提交视频】	提交认证方法同“讲师”
5.评审公示	腾讯营销学院和腾讯大学联合评审，从教学计划，课程设计，授课能力等多维度进行评估；评审后予以公示，并授予证书，纳入腾讯广告讲师库管理	

第1步 注册登录

请注册/登录[腾讯营销学院](#)

第2步 自学业务课程

自学营销学院平台内的优化师和销售课程，了解腾讯广告的基础产品业务知识【确认已通过营销专员或销售顾问认证】

第3步 自学TTT课程

自学营销学院平台内的《TTT精品课》，并完成TTT结业考试

第4步 脱产集训

自愿报名腾讯营销学院定期举办TTT脱产集训（为期2天），名额有限，最终参与名单以确认通知为准

3

讲师评审标准

评估标准参考——教学计划评估

教学计划表 (建议占比20%)						
课程名称		课程时长		受众		教案设计者
课程目标	5分		所需教具			
	撰写具体的课程目标					
	选择合适且能评估的动词撰写目标					
	课程目标与课程大纲匹配					
课程大纲	说明		教学技法	时间	教具	
7分	7分		5分	3分	3分	
课程大纲须有: (1)开场 (2)核心主体教学内容 (3)结尾 且课程大纲与课程目标有链接性	具体说明课程大纲所对应的关键重点内容 教学活动部分有重点操作流程说明 每一单元内容有引入/小结/练习 选择合适的开场活动,调动学员投入学习 选择合适的结尾活动,且包含内容复习总结/行动计划或课后作业		选择合适的教学活动/ 方法适配教学内容	合适分配课程时间,且 时间与内容份量匹配	选择教学技法相应所需的 教具,并汇整于右上方的需 用物品字段	
总计得分:						
评审结果: <input type="checkbox"/> 通过 <input type="checkbox"/> 需改进 <input type="checkbox"/> 不通过 (注: 总计得分在20分以上即为通过)						

【教学计划表填写模板和样例见文档结尾处附件】

评估标准参考——课程评估

课程评估标准 (建议占比30%)

课程名称:	课程所属类别:	开发负责人:
课时:	学员对象:	课程开发人员:
评估项目 (评核标准)		评委评分 (5分为最好 1分为最差)
课程信息表	课程信息表 (内容完整, 能较好的满足选题所涉及的能力素质点需求)	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
课程课件	课件内容 (紧密结合课程目标, 内容完整, 关键部分有备注讲解要点)	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
	课件结构 (结构富有逻辑, 易于为学员接受)	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
	课程案例 (案例与主题一致, 且有一定与公司实践结合的案例)	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
	课程生动性 (设计有讨论, 游戏, 案例等互动环节)	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
教案	课程目标与课程大纲有很好的匹配, 教学方法和教学方法适合课程目标达成, 课程段落时间分配合理, 教具使用适当 (具体参见教案评估标准)	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
总计得分:		
评审结果: <input type="checkbox"/> 通过 <input type="checkbox"/> 需改进 <input type="checkbox"/> 不通过 (注: 总计得分在20分以上即为通过)		

【课件PPT模板见文档结尾处附件】

评估标准参考——授课能力评估

讲师授课能力评估标准 (建议占比50%)

讲师姓名:		公司/部门:	所授课程名称:	
能力维度	1-3分	4-5分	评委评分	
感染力	<ul style="list-style-type: none"> 服装、头发、配饰等仪容仪表得体, 口齿清楚 站在讲台上情绪饱满, 能吸引学员注意 肢体语言 (眼神、手势等) 合理, 无特别不妥之处 	<ul style="list-style-type: none"> 肢体语言运用丰富, 对课程效果有帮助 能影响学员思路, 活跃课堂气氛, 充分调动学员积极性, 并能处理突发事件 		
专业力	<ul style="list-style-type: none"> 掌握课程相关主题的基础知识 对课程本身知识点理解准确 有该课程领域工作经验 	<ul style="list-style-type: none"> 掌握课程相关主题关键技术、知识, 能有一定见解 对课程本身及所涉及知识体系理解准确, 有独特见解 有丰富的该课程领域工作经验及实践案例 		
分享意愿	<ul style="list-style-type: none"> 有表现欲, 喜欢在众人面前演讲 愿意投入自己的时间、精力进行分享 授课资料准备完备, 并耐心解答学员问题 	<ul style="list-style-type: none"> 乐于主动告知他人自己掌握的新资讯、新知识、新技能 能主动总结提炼自身经验并融入授课, 向学员分享 		
逻辑分析	<ul style="list-style-type: none"> 基本能够按照课程逻辑授课, 回答学员问题有针对性 能够对课程进行阶段性总结与归纳 授课能突出重点, 合理分配时间 	<ul style="list-style-type: none"> 授课时逻辑清晰, 思维缜密, 收放自如, 易于理解 能够根据课堂情况做出迅速准确的反应, 不怕打断和挑战 在课程研讨和练习中, 能够迅速进行总结和归纳, 分析严谨 		
需求把握	<ul style="list-style-type: none"> 讲课内容符合学员主要需求 通过现场提问或根据学员反应把握学员需求 	<ul style="list-style-type: none"> 在授课过程中采用多种方式讲授, 掌握不同学员的需求, 针对不同的沟通对象选择不同的沟通方式 		
评审结果: <input type="checkbox"/> 通过 <input type="checkbox"/> 需改进 <input type="checkbox"/> 不通过 (总计得分在17分以上, 专业背景评估项均不低于3分即为通过)				

4

讲师的职责和权利

讲师认证后，需要在持证期间完成讲师的职责要求，腾讯营销学院将参照讲师的实际履约情况进行讲师的淘汰，续约，晋升考核等。

讲师类别	讲师履约标准说明	课时标准	未达标	达标	满足上一级标准
特聘专家	持证期间担任腾讯广告重要培训项目顾问或担任重要培训项目的统筹工作	≥ 1 次	不予续约	续约	
特聘讲师	持证期间参与腾讯广告的重要培训项目合作	≥ 3 次	不予续约	续约	择优聘任
高级讲师	持证期间完成公司内授课及 腾讯广告核心课程转训需求 ，达到课时标准	≥ 6 课时 (且含至少1门新课开发)	降级/淘汰	续约	择优聘任
认证讲师	持证期间进行公司内授课，达到课时标准	≥ 2 课时	淘汰	续约	申请晋级

【备注：讲师开发一门课程，同时也计入课时累计。例如某认证讲师持证期间授课1小时，开发新课1门，则记为2课时，满足期满续约条件】

讲师尊享荣耀



荣誉授予

讲师荣誉证书
讲师荣誉徽章
优秀讲师评选



资源优享

培训资源优先权
职业晋升助力器
认证讲师交流群



物质激励

受邀授课补助
受邀研发补助
项目合作激励

讲师权利-荣誉授予篇

证书授予（改版中，2020年统一换发新版）

徽章授予（改版中，2020年统一换发新版）

优秀讲师评选：每年根据讲师在上一年度的培训相关工作情况进行评选，并给与相应精神和物质激励

奖项	入选标准	精神奖励	物质奖励（暂定）
耕耘奖	年度授课总时长排序	奖章或奖杯	3000元
开垦奖	年度开发总课件数排序	奖章或奖杯	3000元
明星奖	年度最受好评讲师（公开授课）	奖章或奖杯	3000元

培训资源优先权:

- 通过认证的讲师，优享腾讯营销学院相关讲师培训活动，如TTT线下精品集训班优先参训权
- 腾讯广告核心业务体系课程在试运营期间的优先线下试点参训权
- 渠道赋能培训或线下沙龙类的优先参训权

职业晋升助力器:

- 讲师在实际培训工作中不断积累沟通表达和总结沉淀能力，对于个人影响力和知名度有很大帮助，有助于职级晋升
- 腾讯内部讲师在OA系统可查到公司级讲师资格，职级晋升中对于授课分享有明确要求，讲师工作有助于职级晋升

认证讲师交流群

- 通过认证的服务商讲师加入到讲师大本营群；腾讯内部讲师加入AMS讲师企业微信群
- 群内不定期进行优质培训资源共享；或进行营销学院培训项目合作招募（参与合作讲师记录课时，给与课酬激励）
- 群内不定期组织各种线上互动话题活动，群内讲师也可随时自发进行话题分享和沟通，互相切磋精湛技艺

讲师权利-物质激励篇

通过认证的讲师，凡参与腾讯营销学院主导发起的培训项目类合作，均可按照讲师课酬标准获得物质激励，课酬将折算成等额的礼品卡或物质礼品进行发放。具体课酬激励标准如下：

合作类别	任务说明	课时统计方法	课酬标准
开发合作	参与营销学院某指定课程的开发并符合标准	1门课件=1课时	1000元/门
授课合作	参与营销学院线上或线下的授课（自研/非自研课件均可）	1小时=1课时	300元/课时
录课合作	参与营销学院指定课程的录制并符合标准	1小时=1课时	300元/课时
课程更新维护	参与营销学院指定课程内容更新	1门课件=1课时	300元/门
题库建设	参与营销学院题库建设，编制试题	30道=1课时	100元/10道 200元/20道 【累计计算，满10道起发放】
社群班导师	参与营销学院社群班导师工作	10名合格徒弟=1课时	300元/10名合格徒弟 【累计计算，满10个合格徒弟起发放】

【备注：授课或录课课时不满0.5小时按照0.5小时算，每超出0.5小时按照1小时算；例如某讲师授课1小时45分钟，则计2课时】

附件

[教学计划表模板](#)
[教学计划表范例](#)
[课件PPT格式模板](#)



关注腾讯营销学院

培训资源 认证体系 营销知识



