

課程名稱：17532_突破理性思維迷思，掌握簡報致勝關鍵 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- 適合族群：
 - 職場新鮮人與跨領域者：說明如何掌握跨領域溝通技能，建立自信的簡報思維。
 - 工程師與技術人員：改善「講不清楚」的困境，學會將複雜技術轉化為聽眾聽得懂的人性邏輯。
 - 業務、主管與創業者：需要向客戶、老闆提案預算或爭取資源，並激勵聽眾採取行動者。
- 能力門檻：入門（無需簡報設計背景，從基礎心理建設與溝通心態開始建構）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- 章節架構：
 - 章節一：簡報迷思與理性陷阱 — 診斷常見簡報問題，打破「資料與事實就能說服人」的純理性迷思。
 - 章節二：溝通的致命迷思 — 剖析人們如何做決策，探討主觀偏誤、框架效應與情緒對決策的影響。
 - 章節三：掌握心智邏輯與關鍵思維 — 解析大象（直覺系統）與騎象人（理性系統）的運作，建立「直覺先行，理性後到」的核心心法。
 - 章節四：建構人性化的邏輯鷹架 — 運用情境（S）引導解讀，結合關鍵議題、知識證據與疑慮澄清，架構簡報策略構思圖與十個模組。

3. 必備前置知識清單

- 基本簡報工具操作：具備製作基礎簡報頁面（如 PowerPoint 等）的能力即可（課程著重於邏輯架構與心智策略而非複雜軟體操作）。

- **開放與換位思考的心態**：願意放下過度依賴「數理邏輯/資料堆疊」的習慣，轉而理解聽眾的心理與情緒需求。

4. 專有名詞與概念辭典

- **大象與騎象人（直覺與理性系統）**：大象代表直覺系統，反應快速、情緒化且充滿動能；騎象人代表理性系統，擅長分析推理但耗能且懶惰。簡報必須先撫慰大象（直覺），理性系統（騎象人）才有溝通空間。
- **直覺先行，理性後到**：簡報說服的核心順序；先建立對的情境與氛圍感吸引直覺，後續提出的理性論據才能被有效吸收。
- **錨定效應（Anchoring Effect）**：一種直覺框架偏誤；透過提供一個參考點（如原價）來影響聽眾對後續資訊（如折扣價）的價值判斷。
- **啟動效應/觸發效應（Priming Effect）**：先前的刺激或經驗會塑造當下的心理情境，進而影響聽眾對下一個訊息的解讀與行為。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：簡報溝通企劃、商務提案專家、專案管理師
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **簡報策略架構能力**：能分析聽眾目標與己方目標，鎖定優勝關鍵領域並產出專屬的「簡報策略構思圖」。
 - **聽眾心理引導能力**：能運用直覺框架（如互惠、喜好、承諾一致等）進行情境鋪陳，降低聽眾不確定性並激勵其採取行動。