1. *Назовите 3 категории мета-моделей в нейро-лингвистическом программировании. Что они дают на практике?*

Основные виды мета-моделей – опущение, генерализация и искажение. Основная функция мета-моделей – искусно задавать вопросы для точного определения и моделирования психического состояния человека.

1. *Правильно расставляя слова в предложении можно управлять человеком?*

Согласно изученной теории, помощь оказывает не столько порядок расстановки слов, сколько правильный их подбор. Предполагается скорее управление образами и настроем человека, на что порядок слов влияет в гораздо меньшей степени.

1. *НЛП –это наука, учение, свод правил?*

НЛП – это техника общения, методика ведения переговоров.

1. *Как можно овладеть техниками НЛП?*

НЛП берет свое начало в психологии, поэтому овладеть им можно при помощи тех же средств – книги и статьи, тренинги и вебинары.

1. *Кто преподаёт НЛП для современных предпринимателей? Для работников Отделов кадров крупных промышленных предприятий?*

Набор обучающих материалов и мероприятий практически не варьируется в зависимости от целей применения, поскольку практическое применение остается на усмотрение коммуникатора. То есть для всех методика преподавания, более или менее., одинакова.

1. *Как вам - будущему специалисту, может помочь НЛП в вашей профессии?*

Поскольку моя специальность не подразумевает активное взаимодействие с людьми, лично для меня НЛП окажется применимо в меньшей степени, в частности, для внутренних коммуникаций при постановке задач мной или для меня.

1. *Сколько выделяют типов репрезентативных систем?*

Различают 4 типа репрезентативных систем: визуальная, аудиальная, кинестетическая и обонятельно-вкусовая.

1. *Преимущества использования НЛП в управлении коллективом над классическими методами манипуляции?*

На мой взгляд, некорректно сравнивать эти две методики, поскольку они вполне успешно могут применяться в комбинации. Грамотное применение НЛП поможет правильно сформировать коллектив, заведомо более продуктивный, а классические методы манипуляций позволят уже мотивировать его на соответствующую деятельность.

1. *Что из себя представляет модель логических уровней?*

Модель логических уровней представляет собой пирамиду, в которой каждый верхний "этаж" иерархически выше нижних и управляет ими.

1. *Какие выделяются уровни?*

Выделяется 6 уровней: миссия, идентичность, убеждения, способности, поведение и окружение.

1. *Как и чем управляет верхний "этаж"пирамиды иерархий?*

Верхним «этажом» пирамиды иерархий является миссия – основная общая цель, смысл существования. На основе нее принимаются решения и формируется поведение объекта, что оказывает непосредственное влияние на все остальные уровни.

1. *Как создается идентичность (личностное своеобразие)?*

Она представляет собой совокупность характерных особенностей и свойств, отличающих одного индивида от другого; своеобразие психики и личности индивида; неповторимость, уникальность духовных, физиологических и личностных качеств.

1. *В чем отличие - повышение эффективности внутренних коммуникаций от внешних?*

Внутренние коммуникации подразумевают взаимодействия в пределах одной фирмы, рассматриваются отношения между подчиненными и руководителями. Они определяют то, как организация будет производить товары или услуги. Внешние коммуникации подразумевают взаимодействия между фирмами или фирмой и потребителями. На основе них определяется, что производить. Так, повышение эффективности коммуникаций позволит лучше развить соответствующее направление и принять решения.

1. *В чем состоит формирование правильного имиджа компании*

Имидж - это образ организации, существующий в сознании людей. Можно даже сказать, что у любой организации существует имидж вне зависимости от того, кто над ним работает и работают ли над ним вообще. Имидж организации формируется не только направленными на это акциями и мероприятиями. Качество производимых товаров и оказываемых работ или услуг, *отношение персонала к своему работодателю, клиентуре и собственной деятельности* имеет значение для имиджа не менее важное, чем реклама и презентации.

1. *Что такое захват целевой аудитории?*

Целевая аудитория товара представляет собой конкретную группу людей, на которую направлены все маркетинговые коммуникации бренда. В целевую аудиторию входят не только существующие покупатели продукта компании, но также и потенциальные потребители, привлечь которых важно для завоевания стабильного положения в отрасли. Этот процесс привлечения и называется захватом целевой аудитории.

1. *Что необходимо сделать для успешного процесса моделирования?*

Прежде всего необходимо выявить репрезентативную систему, собрать информацию о текущем и желаемом состояниях. После чего требуется достичь раппорта, удержать его на время взаимодействия и прервать по окончании.

1. *Где в обычной жизни можно столкнуться с НЛП? Приведите подробный пример.*

Примеры применения двух методик в повседневной жизни: например, когда кто-то из коллег, помощников не справляется со своей задачей, можно ему сказать: «Какой-нибудь грубый невоспитанный тип назвал бы тебя козлом. Но я, как человек корректный и воспитанный, могу только сказать, что ты плохо справился с порученным заданием». При этом выказывается недовольство, но не от своего лица, а сославшись на слова какого-нибудь «грубого невоспитанного типа».

Если ребенок не хочет ложиться спать, как заставить его отправиться в постель? Можно топать ногами и кричать: «Иди спать ложись, иди спать ложись!» А можно сказать иначе: «Ты как, сразу пойдешь спать, или вначале уберешь игрушки?» Он оказывается перед выбором: либо уборка и кровать, либо сразу в постель. Ребенок выбирает сам, никто ему ничего не навязывает.

1. *Какой может быть раппорт?*

Раппорт может быть негативный и позитивный. Негативный - когда люди ссорятся, как бы из разных позиций, но на самом деле они находятся в одном поле антипатии; позитивный - поле симпатии, сотрудничества; возникает либо спонтанно, либо создается специально.

1. *Какое вербальное средство использует коммуникатор для определения первичной репрезентативной системы?*

Для определения первичной репрезентативной системы коммуникатор используется метафора - словесные конструкции (слова или предложения), которые имеют переносное значение. Принадлежность к какой-либо репрезентативной системе показывают метафоры, которые чаще всего использует человек.

1. *Как устанавливается Якорь при сочетании вербальных и невербальных элементов.*

Прежде всего необходимо пробудить у человека воспоминания, приводящие его в необходимое состояние. Определенные действия с вашей стороны закладывают в память человеку эту благоприятную или иную обстановку, вы можете коснуться определенным образом руки человека, сказать приятные слова, попросить например сделать что-то непринужденное, чтобы это осталось в памяти как сопутствующее ситуации действие. Впоследствии при воспроизведении некоторых моментов из этой ситуации, вызовут у человека воспоминания о ней, о вас и приведут его в то состояние, в каком человек находился, когда у него устанавливали якорь.

1. *Как можно и в каких случаях устанавливаться якорь?*

Якорь устанавливается методами, приведенными выше. Обычно к якорению стоит прибегать, когда необходимо заложить в человека определенную реакцию на некие внешние факторы – как вызвать страх в какой-то ситуации, так и расположить его к себе.

1. *Какие отрицательные последствия могут возникнуть после использования НЛП.*

НЛП не обладает абсолютной применимостью и в большинстве позволяет лишь направить поведение объекта в нужном направлении. Каких-либо выраженных недостатков или негативных последствий его применения или изучения нет.

1. *Как ты считаешь, сколько нужно времени, чтобы овладеть техникой НЛП?*

Согласно предложенным в интернете ресурсам, в зависимости от конкретных целей это может занять как несколько часов для узких навыков, так и несколько дней для глубокого понимания.

1. *Возможно ли изменить свою ведущую репрезентативную систему на другую?*

Репрезентативная система формируется на протяжении жизни и воспитания и представляет собой наиболее комфортный для восприятия источник информации. При смене образа жизни или мышления возможна также и смена репрезентативной системы.

1. *В каких компаниях эффективнее использовать НЛП?*

НЛП можно применять в любых компаниях, где происходит хоть какое-нибудь взаимодействие между сотрудниками и клиентами или среди сотрудников. Оно может помочь как сформировать коллектив из людей с одинаковым образом мышления, так и позволит четко ставить направление компании при корректировке деятельности на пожелания целевой аудитории.

1. *Есть ли у НЛП недостатки?*

НЛП не обладает абсолютной применимостью и в большинстве позволяет лишь направить поведение объекта в нужном направлении, однако каких-либо выраженных недостатков его применения или изучения нет.

1. *Как Вы считаете, будет ли успешен метод НЛП по отношению к эмпату?*

Эмпаты как восприимчивые к чужим настроям люди, на мой взгляд, могут быть с меньшими усилиями подвергнуты манипуляциям при помощи НЛП, поскольку настроить их на нужное состояние будет проще.

1. *Имеет ли возможность к существованию и целесообразность обучение учебной коллегии ВУЗов методу НЛП?*

НЛП предполагает распознание и настройку на образ мышления других людей, что потребует неоправданно больших затрат времени и ресурсов при работе сразу с индивидуальным подходом в групповом обучении. При групповом подходе НЛП применим для лучшего понимания группы в целом, однако влияние на процесс непосредственно обучения на мой взгляд окажется недостаточно весомым.

1. *В чём заключается основной лингвистический постулат НЛП?*

Основной лингвистический постулат НЛП заключается в том, что язык как средство отражения действительности не совпадает с опытом человека.

1. *Формы искажения?*

Искажение может принимать несколько форм: «причина-следствие» (действия могут быть причиной эмоций), «утраченный перфоматив» (выражение суждений в виде истины) и «чтение мыслей» (безусловная уверенность в своем знании состояния других).