**Введение**

Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что НЛП все больше охватывает сферу бизнеса. С самого возникновения, нейро-лингвистическое программирование развивалось в двух направлениях:

- изучение шаблонов мастерства во всех областях человеческой деятельности;

- овладение эффективными мышлением и коммуникациями, которыми обладают выдающиеся люди.

Из выше перечисленного видно, что НЛП имеют огромную важность в применении на практике управления.

Проблема, рассматриваемая в данной работе, касается всех руководителей и сотрудников организации, которые хотят не просто работать, а получать прибыль. НЛП в данном случае помогает ответить на множество вопросов, возникающих у управленцев. Например, такие как: - Почему одни способны продать дорогой автомобиль, а другие с тем же опытом, нет? Как правильно показать себя руководителю на собеседовании? Как правильно преодолеть непонимание между сотрудниками и слаженно работать?

Целью данной работы является анализ применения НЛП в практике управления.

Исходя из поставленной цели можно выделить следующие задачи:

1. Провести анализ литературы по данной тематике;

2. Выявить проблемы в практике управления, которые решаются с помощью НЛП;

3. Описать методы, с помощью которых решаются эти проблемы;

4. Рассмотреть критику НЛП.

**1. Практические примеры влияния НЛП**

Приведем пример возникшей проблемы. Автосалон, продававший автомобили за 15 тысяч фунтов, переориентировал свои продажи и стал продавать автомобили в 4 раза дороже. Но успехом это не обвенчалось. В чем же была проблема?[[1]](#footnote-1)

В данном примере с продажей автомобилей центральным вопросом стала необходимость быстрой переориентации персонала в работе с клиентами. Продавцам, для которых привычными стали модели стоимостью 15 тысяч фунтов, необходимо было научиться сбывать более дорогие автомобили, чья цена была в четыре раза выше. Часть персонала быстро адаптировалась к изменившимся условиям, причем для некоторых сбыт роскошных экземпляров оказался легко выполнимой задачей. В отличие от них, другие продавцы чувствовали неуверенность в своих силах, прежде всего в области общения с более обеспеченными клиентами. Менеджерам компании стало ясно, что в первую очередь необходимо понять, как удачливым продавцам удается столь эффективно работать, в чем причины их успеха. Но самое важное, нужно было сформировать правильную модель поведения, позволявшую находить общий язык с клиентами более высокого уровня и внедрить эту модель среди других сотрудников автосалонов. Для этого все действия персонала отслеживались и анализировались.

Чтобы улучшить результаты анализа, руководители помимо бесед и опросов работников снимали их действия при работе с клиентами на видео, использовали подставных покупателей. Таким образом, удалось сформулировать определенную модель успешной торговли. Как ни странно, но при продаже дорогих машин продавцы работали меньше. Их действия были неторопливыми и уверенными. Они старались больше слушать клиента, нежели говорить самим. На каждого клиента уходило больше времени. И хотя внешне казалось, что они не проявляют особенных усилий, на деле каждый продавец старался сформировать многосторонне отношение покупателя к автомобилю путем воздействия на все каналы восприятия

Для начала использовался эффект от визуального восприятия объекта. Клиенту предоставлялась возможность насладиться внешним видом автомобиля. Далее следовали элементы ощущений и прикосновений. Клиенту предлагалось посидеть в салоне машины, почувствовать удобство и комфорт сидений. И в довершении при пробной езде продавец обращал внимание на отсутствие шума внутри салона. Также он мог задать вопрос, легко ли управлять машиной, как она слушается руля.

Итак, модель успешного поведения была сформирована. Необходимо воздействовать на все органы восприятия – слух, осязание, зрение, чтобы у покупателя создалась полная картина ощущений и мысленный образ покупки. Важно было воздействовать на все чувственные каналы, так как каждый человек пользуется разными чувствами в разных пропорциях. В целом, компании удалось использовать полученный опыт, обучить оставшийся персонал и улучшить эффективность их работы и показатели продаж.

Системный подход к человеческим навыкам

Нейролингвистическое программирование находит широкое практическое применение в различных сферах человеческой жизни. В приведенном примере использование этого метода наглядно продемонстрирован в бизнес сфере. Именно при непосредственной работе с клиентами они имеют решающее значение

Нейролингвистическое программирование является системой различных идей и техник, которые используются и постоянно совершенствуются уже в течение 25 лет. Их эффективность подтверждена в работе продавцов и консультантов во всем мире, также оно нашло широкое применение в практическом руководстве для тех, кто стремится к переменам. Таким образом, НЛП предоставляет эффективные методы и пути улучшения результатов вашей деятельности, будь то коммуникации, работа в команде, проявление творческих навыков и лидерских качеств

Случай второй

Штатный административный работник претендовал на повышение, чтобы иметь возможность сотрудничать и взаимодействовать с инициативным, активным и деятельным руководителем компании. Но на это место претендовали еще два его соперника, обладавших всеми данными для данной должности. По сути все трое идеально подходили, но выбрать должны были одного. Когда работник постарался представить себя на месте босса и попытался рассмотреть кандидатов со стороны заказчика, он понял, что особенных различий между ними нет и все неплохо бы выполняли данную работу.

Таким образом, ему необходимо было определить то конкурентное преимущество перед другими кандидатами, которое позволило бы ему получиться данную должность. Для начала приоритет был отдан опыту и профессионализму кандидатов. Но работник понял, что уже обладает достаточным уровнем. Наиболее важным было установление отношений с руководителем, позволившим ему эффективно работать в паре со столь энергичным человеком. Когда его спросили, как именно он собирался помогать и поддерживать своего босса в его работе по управлению фирмой, служащий незамедлительно ответил, в первую очередь ему необходимо было научиться выражать свой энтузиазм и действовать столь же энергично, как и его руководитель. проявлять свою энергию так, чтобы идти в ногу с руководителем. В течение месяца с ним проводились различные занятия с целью раскрыть его потенциал и сделать его менее замкнутым при беседе и быть более открытым. Он понял, каким образом нужно вести себя, что казаться уверенным в себе человеком. Также проводилась работа по улучшению его ораторского мастерства и правильного применения жестов и мимики при общении. День собеседования становился все ближе и с его приближением нарастал энтузиазм работника в связи с новым повышением. При беседе он смог использовать все свои внутренние ресурсы, что показать себя волевым и энергичным человеком.

После собеседования работник был уверен, что его уровень вполне соответствует уровню его руководителя, а через два дня его назначение было подтверждено. По его мнению он был принят лишь благодаря проведенным с ним тренингам. Позволившим ему настроить гармоничные отношения со своим шефом, но это были лишь предположения. Однажды он поинтересовался у шефа, по каким критериям был выбран именно он, на что президент улыбнулся и сказал, что с ним было легче всего работать. Таким образом, для успешного руководителя важнейшим параметром при отборе кандидатов становиться не столько его профессионализм и навыки, сколько сложившиеся взаимоотношения. Ведь именно эффективная работа в команде позволяется добиваться поставленных целей в работе всей организации. Так, в наше время первостепенно значение приобрела сфера человеческих взаимоотношений.

Последний пример показывает, насколько важно в работе фирмы уметь правильно подбирать персонал и хорошо разбираться в людях. Здесь мы рассмотрим деятельность руководительницы коллектива, чьем задачей стало установление взаимоотношений между летающими в облаках теоретиками и тщательными исполнителями. Ей необходимо было научиться передавать идеи от первых для реализации их последними. Это сложная задача, ведь необходимо было установить связи с совершенно разными по типу людьми и найти подход и к тем, и к другим, пока персонал не станет сплоченной командой

Бизнес прежде всего зависит от людей. Именно они являются секретом успеха компании или причиной ее провала. Важнейшая задача руководителя научиться устанавливать связи между ними и налаживать гармоничные взаимоотношения. Для менеджеров нового поколения необходимо обладать лидерскими качествами, умением воздействовать на персонал в правильном направлении, способность управлять не только внешними, но и своими внутренним ресурсами для достижения слаженной работы всей компании

Новый руководитель

Если раньше для руководителей важнейшей целью была сделанная персоналом работа, то со временем на первый план вышло умение устанавливать и поддерживать гармоничные отношения между всеми сотрудниками, начиная от подчиненных и руководителей отделов, а также с клиентами. Ведь имен корпоративная культура оказывает наиболее заметное воздействие на показатели прибыли. Именно от слаженной работы в организации зависит е конкурентоспособность и положение на рынке. В подобных ситуациях навыки нейролингвистического программирования становятся весьма актуальными и чрезвычайно важными.

Самым ценным качеством для управленца стало умение работать с людьми. Оно нуждается в постоянном совершенствовании путем улучшения навыком общения. Не стоит забывать и о столь важном таланте, как умение воздействовать на персонал, умение мотивировать к достижению поставленных целей. Здесь не последнюю роль играет внутренне обаяние руководителя, его харизма, а также те области налаживания взаимоотношений, которые нуждаются в постоянном совершенствовании.

Руководители нового поколения понимают, что их личный успех зависит от остальных, и именно их поддержка способствует достижению наилучших результатов. Ведь нельзя контролировать и стимулировать подчиненных посредством страха и ненависти, эти методы возможно и эффективны при коротких сроках работы, но в долгосрочной перспективе они обречены на провал.

Новые руководители понимают, что чем большими знаниями о поведении своих работников они обладают, чем лучше умеют наладить общий язык, тем сильнее их сила влияния. Поэтому не стоит пренебрегать методиками, предлагаемыми НЛП, в целях достижения эффективной работы и новых перспектив в развитии.

Подведем итог вышеизложенному:

- На ведение бизнеса влияет личностный фактор и это нельзя исключать;

- НЛП действительно помогает в управлении. Во всех ли случаях – другой вопрос;

- Бизнес – это люди, а людям для эффективного взаимодействия необходимо правильно понимать друг друга, воспринимать чувства и невербальные сигналы;

- НЛП создает «новых» руководителей, которые умеют правильно управлять организацией и людьми.

**2. Теория НЛП**

Впервые НЛП, именно как отдельное понятие, возникло в начале 70-ых годов двадцатого столетия.

Нейролингвистическое программирование началось с того, что два американца – это ассистент профессора по лингвистики Джон Гриндер, а также увлекавшийся психотерапией молодой студент Ричард Бэндлер – задумались именно о том, есть ли что-то общее во всех методах, которые пользуются успешными психотерапевтами, можно ли это вычленить и непосредственно овладеть этим. Они проанализировали все принципы работы трех очень выдающихся психотерапевтов: это основоположника гештальт-терапии по имени Фрица Перлза, а также талантливого семейного психотерапевта, которого величают Вирджинии Сатир и всемирно популярного и известного гипнотерапевта Эриксона Милтона. Несмотря на то, что они сильно отличались по личностным качествам, и по профессиональным подходам, оказалось что, они использовали приблизительно одинаковые приемы. Итак, будущих основоположников НЛП не интересовало создание совсем новых теорий и интересных психотерапевтических практик; а как люди рациональные, они надеялись обнаружить очень короткий путь к достижению результата. Но, они создали и то, и другое – это новую теорию и конечно же новый психотерапевтический подход, являющийся на редкость результативным. Благодаря этому, он и является исключительно популярным.

С начала возникновения, НЛП развивалось в двух взаимообогащающим направлениях. Первое – изучение шаблонов истинного мастерства в любой области деятельности человека. Второе – овладение тем способом мышления и коммуникации, который и сегодня практикуется выдающимися людьми.

В большом словосочетании «нейролингвистическое программирование» скрыты три простые идеи. О том, что любое поведение зачастую базируется на достоверной информации от органов чувств (отсюда и частица «нейро»). О том, что язык мы используем для упорядочивания мыслей и чувств наших, а по речи человека можно определить полную и внутреннюю картину мира в его в голове (отсюда «лингвистическое»). А о том, что возможно уложить свои мысли и поступки именно таким образом, чтобы в конце получить нужные результаты (вот и «программирование»).

Три основных столпа НЛП – это чувствительность, цель и гибкость. Если правильно ставить цели, ты узнаешь, в каком именно направлении двигаться. При развитии сенсорной чувствительности, наблюдательности и интуиции, получаешь информацию именно о том, адекватны ли применяемые тобой средства продвижения к конечной цели. И очень важна способность грамотно отреагировать на изменение любых событий и правильно приспособиться к возникшей ситуации. На развитие этих знаний и направлена тренинговая работа в НЛП. А тренер, работающий в рамках нейролингвистического подхода, постоянно заинтересован в том, чтобы как следует расширить репертуар поведения любого человека, научив его воспринимать как минимум три способа выхода из ситуации. Ведь хорошая гибкость человеческого поведения – залог владения любой ситуацией.

Итак, НЛП – это:[[2]](#footnote-2)

- Способ принять у других людей всевозможные навыки и способности: убеждать, ставить цели, организовывать– изучение совершенства человека;

- Образ мысли, позволяющий добиваться поставленных целей;

- Техника очень эффективной коммуникации;

- Возможность в любой момент переосмыслить свой опыт.

Сегодня в бизнесе НЛП применимо во многих областях. Начиная от рекламы, заканчивая даже набором персонала и ведением любых переговоров. Очень сильный раздел в НЛП посвящен постановке целей и стратегиям их реализации. Еще момент – это поддержание себя в лучшей форме, в хорошем и работоспособном состоянии.

Применение НЛП в бизнесе обусловлено имеющимися технологиями, которые позволяют полно и точно собирать информацию и качественно управлять ей, производя очень быстрые изменения в мышлении человека, в том числе и без его участия – т.е. на бессознательном уровне.

Красивое применение НЛП полезно совершенно в любом общении, но ведь очень важно добиться и большего в такой области как продажи. У продаж выделяют всего два параметра: качество и уровень. Уровень – это количество всех покупок, сделанных клиентами, качество – объем именно каждой покупки. Уровень продаж можно легко увеличить, проведя рекламную компанию. НЛП дает все инструменты, которые могут увеличить эффективность рекламной компании.

Обычно в рекламе технологии НЛП применяются для решения следующих задач:[[3]](#footnote-3)

Первое, это определение аудитории – то есть определение объектов внимания и определенных стратегий человеческого мышления, свойственных рассматриваемой аудитории. Это позволяет создавать комфортные для целевой аудитории сообщения. Помимо попадания рекламной идеи в сознание любой целевой аудитории, это дает еще и достаточно высокий процент принятия данными людьми рекламной идеи, как собственной, либо авторитетной для них же.

Второе, это использование методик новизны для разработки самих рекламных идей, а также инструмент анализа эффективности этих рекламных идей. Второй параметр продаж также важен, он позволяет увеличить качество каждой конкретной покупки, и увеличить объем прибыли, получаемый от каждой продажи. Огромную роль во всем играет умение общаться сотрудников в отделе продаж. То как они могут легко заинтересовать покупателя, и вызвать у него чувство полного доверия, перевести недостатки именно в достоинства, оказывает влияние на расположение клиента.

При помощи невербальной коммуникации передается около 93 процентов информации, большая часть ее воспринимается бессознательно. Невербальная коммуникация – это эффективный способ бессознательного влияния, который особенно легко использовать в процессе продаж. Порой так хочется, чтобы клиент полностью доверял! Управление состоянием клиента, вызов состояния полного доверия, интереса, уважения, желания – всё это инструменты НЛП, они позволяют весомо поднять качество всех продаж.

Давно известно, какую роль играет общение в деловом взаимодействии. Многочисленные исследования показали, что успех человека, работающего в сфере постоянного и делового взаимодействия, на 80-85 процентов зависит именно от его коммуникативной компетентности и на 15-20 процентов определяется уровнем профессиональной подготовки. Во многих фирмах при подборе кадров важным критерием считается умение человека согласовывать действия и решения с другими.[[4]](#footnote-4)

НЛП рассматривалось как инструмент для науки у других эффективным стратегиям поведения, и в переговорах, НЛП приносит инструменты установления контакта в переговорном процессе.

Достижение цели при помощи техник НЛП

Очень важный раздел НЛП посвящен постановке целей и стратегиям ее реализации. Как правило, на тренинге по НЛП этому разделу посвящают несколько дней, но он, так или иначе, присутствует постоянно. Ведь каждому человеку хочется, чтобы именно его цели и мечты реализовались.

Все инструменты, а также стратегии достаточно просты. Мы искренне верим, многие воскликнут: «Я всегда именно так делаю!», но для многих эти инструменты могут стать полным открытием: «Оказывается вот так можно делать!». Примером может стать спецификация любой цели: если как следует разобраться с ее задачей, точно решить что хочешь, что может потребоваться, что может помешать и конечно как с этим справиться, цель будет достигнута.

Несмотря на простоту техники достижения любой цели весьма эффективны и очень разнообразны: их можно легко подобрать под каждую задачу и конечно под каждого человека, ведь это приятно пользоваться тем, что удобно и эффективно.

НЛП уже с конца 70-ых годов активно применяется во все бизнес-задачах в США и Европе. Крупные российские компании также давно пользуются НЛП, порой сами того не осознавая. Все элементы в НЛП так или иначе увеличивают эффективность коммуникации. Она становиться очень быстрой, красивой и достаточно изящной. И потому тренинг НЛП в России становится все более популярным.

**3. Критика НЛП**

Первая группа оппонентов

Признает действие методов в НЛП на психику и поведение любого человека, но считает, что в этом кроется основная опасность. Само название, теории, уже включает «опасный» компонент – это программирование. НЛП с его разрывами шаблона, с его проникновением в бессознательное к человеку является близким родственником гипноза. В гипнотическом состоянии любой человек беспомощен, контроль сознания полностью отсутствует, а бессознательному можно внушить почти все, что угодно. Таким образом, НЛП приравняли к полному открытию ядерной физики – это и полезно, и опасно.

Гипноз – метод древний. Его применяли еще шаманы для обезболивания и изгнания всех демонов. С конца XIX века гипноз практикуют психоаналитики и психиатры мира. Для «опасного оружия» вырабатывается кодекс, который строго настрого запрещает использовать метод в других целях, кроме как в научной и конечно терапевтической.

У НЛП такого кодекса совсем нет. При отсутствии данного закона логичен страх именно целенаправленного программирования поведения всех людей. Ужасные цели, о которых говорят все оппоненты НЛП, это не только программирование на уничтожение подобных себе и т.п. Это могут быть совсем мирные цели получения прибыли при помощи программирования. Кстати, специалисты по нашей рекламе одними из первых обратили свой взор именно к НЛП.

Вторая же группа оппонентов НЛП сомневается уже именно в самом воздействии этого метода на поведение группы людей. Свою позицию они объясняют именно тем, что методы в НЛП достаточно универсальны, и созданы для общего применения, а ведь каждый человек это уникальный, присущий только ему, набор свойств. Учет модальности другого человека – это поверхностный подход.

Помните, мы говорили о психодиагностики группы перед тренингом? Именно благодаря ей тренинг становится индивидуальным, направленным именно на данных людей. Видимо, курс НЛП нуждается в предварительной психодиагностике для большей индивидуализации методов.

Следующей группе оппонентов

Совсем незачем сомневаться в НЛП – они опровергли его с помощью разных научных методов. Экспериментально проверено, соответствие ожиданий НЛП-тренера и результатов, которые получены испытуемым после прохождения всего курса НЛП. Оказалось, что совсем никакого соответствия нет. То есть, тренер попросту не знает, на что в этот момент направлено упражнение.

Также проверялось соответствие методов НЛП тем методам психотерапии, на которых они основаны. Совсем нетрудно догадаться, что это соответствие не подтвердилось.

Плохими для НЛП оказались результаты исследования модальностей восприятия. В ходе него выявились взаимные корреляции поведения субъекта в разных модальностях. Это означает крушение основ НЛП – рассмотрение поведения любого человека с точки зрения модальностей восприятия.

Проверялась и надежность НЛП, результаты данного эксперимента также не радуют создателей.

НЛП в ответ заявляет о том, что создание методов никогда не предполагало их проверки, что НЛП проверяется в жизни. Тогда о какой научности этого подхода вообще можно говорить?

Вот некоторые различия, согласно которым НЛП нельзя считать именно наукой:

Социальная психология очень четко определяет свой предмет, она опирается на эмпиризм, сбор и анализ данных, включающий математико-статистическую обработку всех результатов. НЛП предпочитает интуитивный и достаточно философский подход в изучении поведения любого человека.

Социальные психологи-теоретики состоят в едином научном сообществе, а любое открытие в социальной психологии обязательно должно быть научно доказано и рассмотрено критериям оценки открытий. НЛП имеет собственную сеть специалистов и собственный грамотный порядок сертификации.

Еще одна важная группа оппонентов cчитает НЛП бездейственным. Они полагают, что НЛП – это хорошо раскрученная торговая марка, приносящая немалый доход. Это, крайность, хотя доля правды есть. Но тогда стоит обвинить всех продавцов. Разве, психоаналитики, растягивающие курсы на годы и берущие за один сеанс крупные суммы, извлекают из этого процесса хорошую прибыль не сознательно?

Важно помнить, недостатки есть у любой теории. Главное для тех, кто уже решился взаимодействовать с НЛП– найти «золотую середину» – те методы, эффективность которых уже подтверждена психологическими теориями.

В течение очень многих лет проводились исследования НЛП в ходе которых было достоверно установлено, что НЛП практические не имеет положительных результатов.

То, что касается понимания неврологии и восприятия в НЛП, то они ошибочны. Вместо того, чтобы опираться на научную теорию, НЛП основывается на очень устарелых метафорах функционирования человеческого головного мозга, к чему примешиваются ошибки. Нет доказательств в пользу предположений НЛП, и в пользу эффективности НЛП.

В 1988 году в объявлении Национального Комитета США повествовалось, что «Индивидуально и в группе, научные исследования НЛП не могут обеспечить эмпирическую основу для поддержки НЛП гипотез, и эффективности методов. Комитет совсем не может рекомендовать использование именно таких техник». В дополнение ко всему, Эдгар Джонсон, технический директор, руководящий проектом по НЛП, утверждал, именно что «Большинство данных указывают именно на то, что НЛП совсем не работает». [[5]](#footnote-5)

НЛП не в состоянии привести доказательства в пользу моделей и их эффективности. Личное мнение о НЛП у Д. Моргана: «методы НЛП очень уклончивы и вызывают большие сомнения».

Предполагаемая связь именно между направлением любого движения глаз и предпочитаемыми системами непосредственного восприятия не соответствует результатам, которые получены в ходе научных исследований НЛП.

НЛП совсем, научно не обосновано и потому считается не подходящим для дальнейших исследований. Из-за того, что многие люди разочаровались в нем, упоминания о НЛП в журналах и книгах сегодня становится все реже. Именно таким образом, НЛП не прошло испытание долгим временем. В настоящее время в США НЛП коротко упоминается в теоретических исследованиях по бизнесу.

Существует объяснение того, почему именно некоторые люди считают, что методы НЛП являются эффективными. Это может объясняться эффектом плацебо, социальным давлением, чем главным лечением и искажением фактов путем изменения всех представлений, изменением ценности в течении процессе лечения и переоценивая успех, игнорируя, преуменьшая или объясняя все неудачи.

Подведем итог вышеизложенному:

- Теория НЛП говорит о совершенности применяемых методов;

- НЛП применяется практически во всех сферах бизнеса;

- Экспериментально положительное влияние НЛП доказано не во вех случаях;

- Действие НЛП опровергнуто научными методами;

- Есть вероятность того, что действие НЛП имеет негативный эффект.

**Заключение**

В данной работе рассмотрено применение НЛП в практике управление. Выяснилось, что НЛП широко применяется, существует множество практических пособий, помогающих правильно использовать методы НЛП. В некоторых отдельных случаях НЛП действительно помогает. Однако, некоторые аспекты обнаружили свою крайнюю неэффективность. Доказана ненаучность методов НЛП, оппонентов у НЛП становится все больше и больше. Рассуждая в этом ключе, автор приходит к выводу, что нельзя на полном серьезе воспринимать НЛП и внедрять методы НЛП в практику управления.

НЛП – это не наука, а значит это лженаука.

Лженауке присущи определенные заблуждения и отличительные черты. Они могут быть следующими:

* Использование «туманной» терминологии, которая понятна не всем. То есть придумывание новых своих терминов.
* - Отсутствие взаимосвязи между отдельными положениями.

- Переоценка значения несистематизированных свидетельств и примеров.

- Злоупотребление сфабрикованными гипотезами и искаженным принципом «бремя доказательств», чтобы защититься от обвинений в фальсификации.

- Главенство практики подтверждения, а не опровержения (например, задаваться вопросом «как?», а не «почему?»).

- Искажение принципа «бремени доказательства» (уже не сторонники НЛП, а его противники, ученые, должны в первую очередь доказать свою правоту).

Но все-таки, вопрос остается очень спорным, потому как случаи положительного влияния НЛП существуют.

Основные выводы:

- НЛП эффективен только в отдельных случаях;

- Существует огромное количество противников НЛП, и в основном, это ученые;

- Необходимо дальнейшее изучение НЛП, экспериментальная проверка.

# Список используемой литературы

1. Андреас К, Андреас С. Измените свое мышление и воспользуйтесь результатами. Новейшие субмодальные вмешательства НЛП. – СПб.: Ювента, 2002.
2. Бэндлер Р. Используйте свой мозг для изменения. – СПб.: Ювента, 2001.
3. Дилтс Моделирование с помощью НЛП. –СПб.: Питер 2000.
4. Люис Б., Пуселик Ф. Магия нейролингвистического программирования без тайн: пер. с англ. СПб: «Петербург - ХХI век», 2002.
5. О' Коннор Джозеф, Сеймор Джон. Что такое нейролингвистическое программирование? М., 2001.
6. О’Коннор Дж., Сеймор Дж. «Введение в нейролингвистическое программирование» Челябинск, «Версия», 2001.
7. Пиз А. «Язык жестов» пер. с англ. Котляра Н.Е., Островского Л., «Парадокс», 2004.
8. Тиунов С. Нейролингвистическое программирование: поиск оптимума М., 2001.
1. Андреас К, Андреас С. Измените свое мышление и воспользуйтесь результатами. Новейшие субмодальные вмешательства НЛП. – СПб.: Ювента, 2002. С 68. [↑](#footnote-ref-1)
2. Люис Б., Пуселик Ф. Магия нейролингвистического программирования без тайн : пер. с англ. Спб.: «Петербург - ХХI век», 2002.С. 79. [↑](#footnote-ref-2)
3. Тиунов С. Нейролингвистическое программирование: поиск оптимума М., 2001. С 112. [↑](#footnote-ref-3)
4. Люис Б., Пуселик Ф. Магия нейролингвистического программирования без тайн : пер. с англ. Спб.: «Петербург - ХХI век», 2002. С. 89. [↑](#footnote-ref-4)
5. Тиунов С. Нейролингвистическое программирование: поиск оптимума М., 2001. С. 59. [↑](#footnote-ref-5)