

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ермакова Виктория Павловна

Должность: Директор школы авангардного гостеприимства и инноваций (ШАГИ)

Сочи), проректор

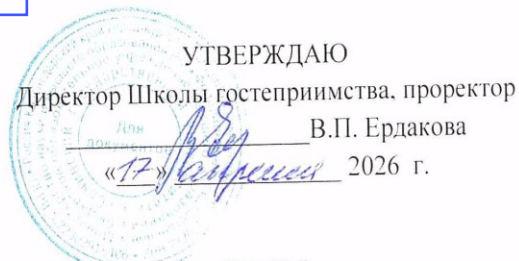
Дата подписания: 30.09.2026 16:36:39

Уникальный программный ключ:

e54076e55b73117661ddd57c83d3b08d1fdef5de

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Сочинский государственный университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы нейролингвистического программирования

Шифр направления

38.03.01 Экономика, 38.03.02 «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Профиль

Цифровой маркетинг

Форма обучения

очная

Выпускающая кафедра

Инновационных технологий в экономике и управлении

Кафедра-разработчик рабочей программы

маркетинга

Год начала подготовки 2026

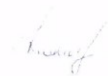
Семестр	Трудоем- кость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
8	108/3	24	24		59,75		Зачет с оценкой (0,25)
Итого:	108/3	24	24		59,75		Зачет с оценкой (0,25)

Сочи 2026 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины Основы нейролингвистического программирования

Рабочую программу составил:

Колосова О.А., к.пс.н., доцент кафедры маркетинга ФБГОУ ВО ГУУ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

Заведующий кафедрой Инновационных технологий в экономике и управлении

Борисова Т.Г.



Руководитель ОПОП

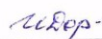


подпись

Ф.И.О.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СочиГУ:

Директор НОБ



Ф.И.О.

подпись

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и
методического обеспечения СочиГУ



Ф.И.О.

подпись

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.

В программу внесены дополнения и (или) изменения:

(Указывается, в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Заведующий кафедрой Инновационных технологий в экономике и управлении

Борисова Т.Г. _____

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.

В программу внесены дополнения и (или) изменения:

(Указывается, в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Заведующий кафедрой Инновационных технологий в экономике и управлении

Борисова Т.Г. _____

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.

В программу внесены дополнения и (или) изменения:

(Указывается, в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Заведующий кафедрой Инновационных технологий в экономике и управлении

Борисова Т.Г. _____

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Основы нейролингвистического программирования» является формирование компетенции по применению техник НЛП для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций, анализа потребительского поведения и выстраивания результативного взаимодействия с целевой аудиторией.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание базовых концепций, пресуппозиций и техник НЛП, их роли в маркетинговых коммуникациях.
- изучить методы определения ведущей репрезентативной системы (визуальной, аудиальной, кинестетической) у целевой аудитории.
- приобрести навыки установления раппорта и калибровки эмоциональных состояний в процессе делового взаимодействия с клиентами и партнёрами.
- освоить языковые паттерны НЛП и приобрести навыки их применения для повышения убедительности рекламных и маркетинговых сообщений.
- научить студентов адаптировать маркетинговую коммуникацию под разные психотипы потребителей и эффективно работать с возражениями с помощью инструментов НЛП.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений

Таблица 1. Межпредметные связи

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
УК-6.1 Демонстрирует знание основных принципов тайм-менеджмента, методов планирования личностного развития, принципов образования	Психология Проектное обучение Нейромаркетинг Технологическая (проектно-технологическая) практика
ДПК 2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	Психология потребительского поведения Проектное обучение Маркетинговые исследования Маркетинговые коммуникации Продвижение бизнеса в интернете Продвижение личного бренда в интернете Нейромаркетинг Преддипломная практика Технологическая (проектно-технологическая) практика

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к результатам освоения дисциплины представлены в виде таблицы 2.

Таблица 2 - Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
УК-6 Способен	УК-6.1 Демонстрирует зна-	Знать:

управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ние основных принципов тайм-менеджмента, методов планирования личностного развития, принципов образования	- основные принципы тайм-менеджмента; - ключевые принципы непрерывного образования и самообразования в профессиональной сфере маркетинга; - инструменты и техники эффективного распределения рабочего времени и ресурсов; Уметь: - ставить краткосрочные и долгосрочные цели личностного и профессионального развития с использованием методик целеполагания; - применять техники тайм-менеджмента для организации учебного процесса и проектной работы в сфере маркетинга; - распределять задачи по степени важности и срочности; - анализировать собственную продуктивность и корректировать планы на основе рефлексии и обратной связи. Владеть: - практическими навыками планирования и организации личного времени с применением цифровых инструментов; - методами самоорганизации и самомотивации для достижения учебных и карьерных целей; - способами оценки эффективности использования времени и корректировки стратегий планирования для повышения личной продуктивности в профессиональной деятельности маркетолога.
ДПК- 2 Разрабатывает и реализует маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК 2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	Знать: - основные концепции и принципы НЛП, релевантные сфере маркетинговых коммуникаций (репрезентативные системы, раппорт, калибровка, якорение и т.д.); - способы применения техник НЛП для анализа целевой аудитории и выявления её потребностей; - языковые паттерны и речевые стратегии НЛП (метамоделирование, милтон-модели, рефрейминг), применимые в маркетинге; - механизмы восприятия и обработки информации потребителем с точки

		зрения НЛП; - способы интеграции инструментов НЛП в комплексные маркетинговые стратегии и кампании. Уметь: - определять ведущую репрезентативную систему (визуальную, аудиальную, кинестетическую) у представителей целевой аудитории; - устанавливать и поддерживать рапорт с клиентами и партнёрами, используя техники НЛП; - применять языковые паттерны НЛП при создании рекламных текстов, слоганов, презентаций и коммерческих предложений; - калибровать эмоциональные и поведенческие реакции аудитории в процессе коммуникации; - адаптировать маркетинговые сообщения под разные психотипы потребителей с опорой на принципы НЛП; - использовать техники якорения и рефрейминга для усиления убедительности маркетинговых коммуникаций; Владеть: - практическими навыками использования техник НЛП для повышения вовлечённости и лояльности целевой аудитории; - методами составления маркетинговых текстов и креативов с применением языковых паттернов НЛП; - инструментами невербальной коммуникации и калибровки состояний в переговорах и клиентском сервисе; - приёмами построения убедительных маркетинговых сообщений, учитывающих особенности восприятия разных репрезентативных систем; - алгоритмами совершенствования маркетинговых коммуникаций за счёт систематического применения и адаптации НЛП-инструментов.
--	--	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ раздела, темы	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1.	Тема 1. История и истоки создания НЛП	10	2	2	-	6
2.	Тема 2. Репрезентативные системы и НЛП- коммуникации в маркетинговых коммуникациях	14	4	4	-	6
3.	Тема 3. Основы эффективной коммуникации в НЛП, цикл коммуникации, удовлетворение потребностей в коммуникации, понятие «эффективности коммуникации»	10	2	2	-	6
4.	Тема 4. Базовые техники НЛП в маркетинге	10	2	2	-	6
5.	Тема 5. Техника Тайм-менеджмента для управления личностным развитием и планированием временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	10	2	2	-	6
6.	Тема 6. Техника НЛП – «Якорение»	10	2	2	-	6
7.	Тема 7. Модификации сценариев поведения с использованием техники НЛП для саморазвития и профессионального роста	14	4	4	-	6
8.	Тема 8. Классификация запросов и техник НЛП по нейрологическим уровням	10	2	2	-	6
9.	Тема 9. Раппорт в НЛП	10	2	2	-	6
10.	Тема 10. Метомодель языка и ее использование в маркетинговых коммуникациях	9,75	2	2	-	5,75

Зачет с оценкой	0,25				
Итого	108	24	24	-	59,75

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1	Тема 1. История и истоки создания НЛП	История и истоки создания НЛП: возникновение в 1970-х годах в США; основатели — Ричард Бэндлер и Джон Гриндер; моделирование коммуникативных техник Милтона Эриксона, Вирджинии Сатир и Фрица Перлза; этимология термина (взаимосвязь нейробиологических процессов, языка и поведенческих паттернов); эволюция применения — от психотерапии к бизнес-коммуникациям и маркетингу.
2	Тема 2. Репрезентативные системы и НЛП-коммуникации в маркетинговых коммуникациях	Репрезентативные системы и НЛП-коммуникации в маркетинговых коммуникациях: понятие репрезентативных систем (визуальная, аудиальная, кинестетическая, дискретная); способы определения ведущей системы у целевой аудитории; языковые маркеры и предикаты разных систем; применение принципов НЛП для адаптации маркетинговых сообщений; техники калибровки реакций потребителей; использование паттернов восприятия в рекламе и презентациях; примеры успешного внедрения НЛП-подходов в маркетинговых кампаниях для повышения убедительности и вовлечённости.
3	Тема 3. Основы эффективной коммуникации в НЛП, цикл коммуникации, удовлетворение потребностей в коммуникации, понятие «эффективности коммуникации»	Основы эффективной коммуникации в НЛП: понятие эффективности коммуникации и критерии её оценки; цикл коммуникации в модели НЛП (отправка и приём сообщения, обратная связь, калибровка); ключевые элементы эффективной коммуникации (раппорт, конгруэнтность, гибкость поведения); механизмы удовлетворения коммуникативных потребностей сторон; барьеры и искажения в передаче информации с точки зрения НЛП; техники повышения эффективности взаимодействия (активное слушание, подстройка, ведение); практические приёмы применения принципов НЛП для оптимизации маркетинговых коммуникаций и выстраивания доверительных отношений с целевой аудиторией.
4	Тема 4. Базовые техники НЛП в маркетинге	Базовые техники НЛП в маркетинге: понятие и суть базовых техник НЛП с точки зрения маркетинговых коммуникаций; техники установления и поддержания раппорта с целевой аудиторией; калибровка эмоциональных и

		поведенческих реакций потребителей; использование языковых паттернов (мета модель, милтон-модель, рефрейминг) в рекламных текстах и презентациях; техника якорения для формирования ассоциаций с брендом; применение принципов репрезентативных систем при создании контента; методы работы с возражениями и убеждения через НЛП-подходы; примеры внедрения техник НЛП в реальных маркетинговых кампаниях и оценка их эффективности.
5	Тема 5. Техника Тайм-менеджмента для управления личностным развитием и планированием временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Техника тайм-менеджмента для управления личностным развитием и планированием времени: основные принципы тайм-менеджмента; инструменты планирования задач и проектов ; методы постановки и отслеживания краткосрочных и долгосрочных целей личностного и профессионального развития; способы оценки продуктивности и корректировки планов; интеграция техник НЛП для усиления самомотивации и концентрации; практические приёмы применения тайм-менеджмента в работе над маркетинговыми проектами и достижении профессиональных целей.
6	Тема 6. Техника НЛП – «Якорение»	Техника НЛП — «Якорение»: суть техники якорения и её место в системе НЛП; понятие якоря и его роль в формировании эмоциональных реакций и поведенческих паттернов; виды якорей (визуальные, аудиальные, кинестетические, ольфакторные и др.); принципы постановки и активации якорей (уникальность, интенсивность переживания, повторение); алгоритм создания ресурсного якоря; техника коллапса (разрушения) негативных якорей; применение якорения в маркетинге для формирования ассоциаций с брендом и повышения лояльности потребителей; примеры использования якорения в рекламных кампаниях и продажах (звуковые логотипы, фирменные ароматы, тактильные ощущения от упаковки и т.д.); этические аспекты применения техники в маркетинговых коммуникациях.
7	Тема 7. Модификации сценариев поведения с использованием техники НЛП для саморазвития и профессионального роста	Модификации сценариев поведения с использованием техники НЛП для саморазвития и профессионального роста: понятие сценариев поведения и их роль в личностном развитии; базовые техники НЛП для изменения поведенческих паттернов (рефрейминг, визуализация, моделирование успешных стратегий); методы работы с ограничивающими

		убеждениями и установками; применение рефрейминга для переосмысления неудач и ошибок; использование визуализации и якорей для мотивации и достижения целей; практические примеры модификации поведения в контексте карьерного роста маркетолога; этические аспекты применения НЛП-техник для саморазвития.
8	Тема 8. Классификация запросов и техник НЛП по нейрологическим уровням	Классификация запросов и техник НЛП по нейрологическим уровням: понятие нейрологических уровней в НЛП (окружение, поведение, способности, убеждения и ценности, идентичность, миссия); характеристика каждого уровня и типичные запросы, с ним связанные; взаимосвязь уровней и иерархия их влияния на поведение и мотивацию; алгоритмы выявления актуального уровня запроса клиента; применение классификации в маркетинге: адаптация коммуникационных стратегий под разные уровни восприятия аудитории; примеры использования техник НЛП на конкретных нейрологических уровнях для повышения эффективности маркетинговых кампаний
9	Тема 9. Раппорт в НЛП	Раппорт в НЛП: понятие раппорта как состояния взаимного доверия и понимания между участниками коммуникации; ключевые принципы установления раппорта (подстройка, калибровка, активное слушание); техники подстройки к позе, жестам, дыханию, темпу речи и репрезентативной системе собеседника; этапы построения раппорта: от подстройки к ведению; роль конгруэнтности вербальных и невербальных сигналов; применение техник раппорта в маркетинге и продажах (установление доверительных отношений с клиентами, повышение эффективности переговоров и презентаций); практические приёмы поддержания раппорта в деловой коммуникации; этические ограничения использования техник НЛП для установления раппорта.
10	Тема 10. Метомодель языка и ее использование в маркетинговых коммуникациях	Метамодель языка и её использование в маркетинговых коммуникациях: понятие метамодели языка в НЛП как инструмента выявления и прояснения искажений, опущений и обобщений в речи; основные лингвистические паттерны метамодели и типы уточняющих вопросов; механизмы распознавания ограничивающих убеждений и нечётких формулировок у клиентов; применение метамодели для глубокого понимания потребностей целевой аудитории; техники уточнения запросов и проработки возражений в продажах; использование принципов метамодели при создании убедительных рекламных текстов и слоганов; примеры адаптации маркетинговых сообщений

		через проработку поверхностных и глубинных структур высказывания; этические аспекты применения метамоделей в коммуникациях с потребителями.
--	--	---

4.1.2. Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1	Тема 1. История и истоки создания НЛП	Тестирование.
2	Тема 2. Репрезентативные системы и НЛП-коммуникации в маркетинговых коммуникациях	Тестирование
3	Тема 3. Основы эффективной коммуникации в НЛП, цикл коммуникации, удовлетворение потребностей в коммуникации, понятие «эффективности коммуникации»	Тестирование
4	Тема 4. Базовые техники НЛП в маркетинге	Тестирование
5	Тема 5. Техника Тайм-менеджмента для управления личностным развитием и планированием временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Практическое задание
6	Тема 6. Техника НЛП – «Якорение»	Тестирование
7	Тема 7. Модификации сценариев поведения с использованием техники НЛП для саморазвития и профессионального роста	Практическое задание
8	Тема 8. Классификация запросов и техник НЛП по нейробиологическим уровням	Тестирование
9	Тема 9. Раппорт в НЛП	Тестирование.
10	Тема 10. Метамодель языка и ее использование в маркетинговых коммуникациях	Тестирование.

4.1.3. Лабораторные занятия - не предусмотрены.

4.4. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1	Тема 1. История и истоки создания НЛП	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к тестированию.
2	Тема 2. Репрезентативные системы и НЛП-коммуникации в маркетинговых коммуникациях	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к тестированию.
3	Тема 3. Основы эффективной коммуникации в НЛП, цикл коммуникации, удовлетворение потребностей в коммуникации, понятие «эффективности	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к тестированию.

	коммуникации»	
4	Тема 4. Базовые техники НЛП в маркетинге	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к тестированию.
5	Тема 5. Техника Тайм-менеджмента для управления личностным развитием и планированием временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к выполнению практического задания
6	Тема 6. Техника НЛП – «Якорение»	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к тестированию.
7	Тема 7. Модификации сценариев поведения с использованием техники НЛП для саморазвития и профессионального роста	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к выполнению практического задания
8	Тема 8. Классификация запросов и техник НЛП по нейрологическим уровням	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к тестированию.
9	Тема 9. Раппорт в НЛП	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к тестированию.
10	Тема 10. Метомодель языка и ее использование в маркетинговых коммуникациях	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к тестированию.

4.1.5. Интерактивные формы занятий - не предусмотрены

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература **НАДО ВЫРОВНЯТЬ ДАТЫ В ЛИТЕРАТУРЕ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ**

1. Андреас, С. Сердце разума. Практическое использование методов НЛП / С. Андреас, К. Андреас ; перевод С. Коледа. — 2-е изд. — Москва : Корвет, 2020. — 256 с. — ISBN 978-5-7312-0964-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124395.html> (дата обращения: 06.10.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей - **НЕДОСТУПНО**
2. Бурков, В. Ю. Инструменты рекламы и маркетинга для малого и среднего бизнеса : учебник / В. Ю. Бурков. — Москва : Прометей, 2024. — 212 с. — ISBN 978-5-00172-704-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/153494.html> (дата обращения: 31.08.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Воедилов, Д. В. НЛП по-русски. Часть 1 : практическое пособие / Д. В. Воедилов. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 198 с. — ISBN 978-5-4487-0330-0 (ч. 1), 978-5-4487-0331-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78109.html> (дата обращения: 10.07.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
4. Воедилов, Д. В. НЛП по-русски. Часть 2 : практическое пособие / Д. В. Воедилов. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 178 с. — ISBN 978-5-4487-0332-4 (ч. 2), 978-5-4487-0331-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78110.html> (дата обращения: 10.07.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности : учебник / Измайлова М.А.. — 7-е изд. — Москва : Данков и К, 2024. — 442 с. — ISBN 978-5-394-05588-1.

Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. URL: <https://www.iprbookshop.ru/144188.html> (дата обращения: 11.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей - **НЕДОСТУПНО**

4.2.2 Нормативные документы

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ
2. Закон РФ от 7 февраля 1992 года №2300-1 «О защите прав потребителей».

4.2.4 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 22.01.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub (дата обращения: 22.01.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F (дата обращения: 22.01.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: https://rusneb.ru (дата обращения: 22.01.2026). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
5.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL https://polpred.com/ (дата обращения: 22.01.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: https://elibrary.ru/ (дата обращения: 22.01.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: https://cyberleninka.ru/ (дата обращения: 22.01.2026). – Текст : электронный.

4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине,
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ

1. Дайте определение нейролингвистического программирования (НЛП).
2. Кто является основателями НЛП? Охарактеризуйте их вклад в развитие концепции.
3. Какие психотерапевтические подходы и специалисты легли в основу создания НЛП?
4. Раскройте этимологию термина «нейролингвистическое программирование».
5. Опишите эволюцию применения НЛП: от психотерапии к маркетингу.
6. Перечислите основные сферы применения НЛП в современном маркетинге.
7. В чём заключается принцип моделирования в НЛП и как его можно использовать в маркетинге?
8. Дайте определение понятию репрезентативные системы? Назовите их виды.
9. Охарактеризуйте визуальную репрезентативную систему.
10. Каковы характерные признаки аудиальной репрезентативной системы?
11. В чём специфика кинестетической репрезентативной системы?
12. Что представляет собой дискретная (дигитальная) репрезентативная система?
13. Опишите способы определения ведущей репрезентативной системы у целевой аудитории.
14. Приведите примеры языковых предикатов для каждой репрезентативной системы.
15. Как адаптировать маркетинговое сообщение под разные репрезентативные системы?
16. Что понимается под эффективностью коммуникации в НЛП?
17. Опишите цикл коммуникации в модели НЛП.
18. Дайте определение раппорта и раскройте его роль в коммуникации.
19. Перечислите техники, используемые для установления раппорта.
20. Что означает термин «калибровка» в НЛП? Приведите примеры её использования в маркетинге.
21. Какие барьеры и искажения могут возникать в процессе коммуникации с точки зрения НЛП?
22. Назовите техники НЛП, помогающие повысить эффективность маркетинговых коммуникаций.
23. Перечислите основные техники НЛП, применяемые в маркетинге.
24. Что такое метамодель языка? Как она используется в маркетинговых коммуникациях?
25. В чём суть милтон-модели? Приведите примеры её применения в рекламе.
26. Дайте определение рефрейминга. Опишите техники рефрейминга и их применение в маркетинге.
27. Что представляет собой техника якорения?
28. Перечислите виды якорей и приведите маркетинговые примеры для каждого вида.
29. Объясните, как техника якорения может быть использована для формирования лояльности к бренду.
30. Опишите технику коллапса якорей и возможности её применения.
31. Какие принципы тайм-менеджмента совместимы с подходами НЛП?
32. Как техники НЛП могут помочь в борьбе с прокрастинацией?
33. Опишите способы постановки целей с использованием принципов НЛП.
34. Как можно применять техники НЛП для повышения самомотивации в профессиональной деятельности маркетолога?
35. Что такое нейробиологические уровни в НЛП? Перечислите их.
36. Охарактеризуйте каждый из нейробиологических уровней.
37. Как классификация запросов по нейробиологическим уровням помогает в маркетинге?
38. Приведите пример маркетинговой стратегии, построенной с учётом нейробиологических уровней.
39. Как техники НЛП используются в создании рекламных текстов и слоганов?
40. Приведите 2–3 примера успешных маркетинговых кампаний, в которых применялись техники НЛП.
41. Как НЛП помогает в работе с возражениями клиентов?

42. Какие техники НЛП наиболее эффективны в переговорах с клиентами?
43. Как НЛП может помочь в анализе и понимании потребностей целевой аудитории?
44. Какие техники НЛП способствуют повышению конверсии в продажах?
45. Каковы этические ограничения использования техник НЛП в маркетинге?
46. В каких случаях применение техник НЛП может считаться манипуляцией?
47. Как соблюсти баланс между убеждением и манипуляцией в маркетинговых коммуникациях с использованием НЛП?
48. Почему важно осознавать этические границы применения НЛП-техник в маркетинге?

Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (зачет с оценкой):

Оценка **«отлично»/зачтено** выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, правильно и точно подтверждает сделанные при решении практических заданий выводы соответствующими нормативными документами, точно и правильно производит расчет показателей, демонстрирует полноту и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Оценка **«хорошо»/зачтено** выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка **«удовлетворительно»/зачтено** выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, затрудняется подтвердить сделанные при решении практических заданий выводы хотя бы одним нормативным документом, допускает ошибки при проведении расчетов показателей, неточно использует основные процедуры и действия в предложенном практическом задании.

Оценка **«неудовлетворительно»/не зачтено** выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников.

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету с оценкой.

При подготовке к зачету с оценкой следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На зачете с оценкой студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на зачете с оценкой студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студентов к полному высказыванию по данной теме в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы;

- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине
- Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются (указать при наличии нижеперечисленных пунктов):
- наличие помещений для СРС;
 - наличие раздаточного материала, учебно-методических материалов, обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

5.3 Образовательные технологии

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

–Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

–Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

–Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

При обучении дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Кабинет для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: комплект специализированной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия.

2. Помещение для самостоятельной работы: библиотека, читальный зал: помещение для самостоятельной работы: столы, стулья. Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» с обеспечением доступа в ЭИОС университета.

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Таблица 5 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	Microsoft Windows.
2	Microsoft Office
3	Архиватор 7-zip. Бесплатное программное обеспечение
4	Справочно-правовая система Консультант Плюс. Гарант

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением

электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СочиГУ.

5.5. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров, что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

Направление 38.03.01 «Экономика»
Направление 38.03.02 «Менеджмент»

профиль «Цифровой маркетинг»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Основы нейролингвистического программирования

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	Формирование компетенции по применению техник НЛП для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций, анализа потребительского поведения и выстраивания результативного взаимодействия с целевой аудиторией.
Содержание дисциплины	Тема 1. История и истоки создания НЛП Тема 2. Репрезентативные системы и НЛП- коммуникации в маркетинговых коммуникациях Тема 3. Основы эффективной коммуникации в НЛП, цикл коммуникации, удовлетворение потребностей в коммуникации, понятие «эффективности коммуникации» Тема 4. Базовые техники НЛП в маркетинге Тема 5. Техника Тайм-менеджмента для управления личностным развитием и планированием временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей Тема 6. Техника НЛП – «Якорение» Тема 7. Модификации сценариев поведения с использованием техники НЛП для саморазвития и профессионального роста Тема 8. Классификация запросов и техник НЛП по нейрологическим уровням Тема 9. Раппорт в НЛП Тема 10. Метомодель языка и ее использование в маркетинговых коммуникациях
Формируемые компетенции (коды)	УК-6.1, ДПК 2.4
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-6.1 Демонстрирует знание основных принципов тайм-менеджмента, методов планирования личностного развития, принципов образования ДПК 2 .4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Маркетинговые исследования Нейромаркетинг Преддипломная практика Продвижение бизнеса в интернете Продвижение личного бренда в интернете Проектное обучение Психология Психология потребительского поведения Технологическая (проектно-технологическая) практика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой