
COACHING TECHNIQUES IN MARKETING TRAINING

Desislava Aleksandrova

South-West University "Neofit Rilski" Blagoevgrad, Faculty of Engineering,
Department of Technical Education and Professional Training, Republic of Bulgaria

desislava_alexandrova@swu.bg

Dimitar Iskrev

South-West University "Neofit Rilski" Blagoevgrad, Faculty of Engineering,
Department of Technical Education and Professional Training, Republic of Bulgaria

iskrev@swu.bg

Abstract: The need for new approaches to learning is determined by the requirements for competitiveness in the European Education Area. The need of the modern man for permanent self-development and self-improvement are basic prerequisites for using up-to-date and effective learning approaches. One of the most important criteria for the modernization of vocational education is the modernization of the education process through the introduction of innovative forms of training aimed at increasing student activity and motivation. The use of active training methods and the formation of key competences and attitudes towards lifelong learning are a top priority of the modern school. The role of the teacher is also changing from a communicator of ready-to-assimilate information to a partner in the learning process. The student is becoming an active participant, a partner, a generator of knowledge and ideas. The International Coach Federation (ICF) defines coaching as a partnership between a coach and a client (individual or team) in a process that provokes reflection and creativity and inspires the client to increase their personal and professional potential, which is of particular importance in today's complex and uncertain environment. Coaching enables one to unleash their full potential so that they can succeed, achieve their goals and at the same time feel happy. The atmosphere of partnership that is being created in this process has a strong motivating effect when deciding on an action and choosing means to tackle a challenge. The coaching approach allows for a quick identification of the problems and student's resources - their strengths and weaknesses. The focus is on developing the strengths, which motivates the student and generates a desire for learning and maintaining communication. The innovative thing in coaching is that the teacher stops asking "Why is there a problem?" but rather asks: "How do we achieve what you want?". Thanks to this model of communication and behavior, teachers form in students the same attitude that enables them to define and achieve their goals while accompany them in this process in the most accessible and appropriate manner. The teacher listens actively, asks questions and does not provide ready answers, with such questions evoking thinking and decisions, gives sincere praises and encouragements, follows his/her own "emotional compass" and listens to his/her intuition. The use of coaching techniques in marketing training aims at students acquiring such professional competences in the chosen profession/program of study that will guarantee them finding successful jobs.

Keywords: coaching, coaching approach, coach, coaching techniques in marketing.

КОУЧИНГ ТЕХНОЛОГИЯ В ОБУЧЕНИЕТО ПО МАРКЕТИНГ

Десислава Александрова

Югозападен университет „Неофит Рилски“, Благоевград, Технически Факултет,
Департамент по техническо образование и професионално обучение, Република България,

desislava_alexandrova@swu.bg

Димитър Искрев

Югозападен университет „Неофит Рилски“, Благоевград, Технически Факултет,
Департамент по техническо образование и професионално обучение, Република България,

iskrev@swu.bg

Резюме: Необходимостта от нови подходи в обучението се детерминира от изискванията за конкурентоспособност в европейското образователно пространство. Потребността на съвременния човек от постоянно саморазвитие и самоактуализация, са базови предпоставки за използването на актуални и ефективни подходи на обучение. Един от най-важните критерии за модернизация на професионалното

образование е осъвременяването на учебния процес чрез въвеждането на иновативни форми на обучение, целящи повишаване на ученическата активност и мотивация. Използването на активни методи в обучението, формирането на ключови компетентности и нагласа за учене през целия живот са основен приоритет на съвременното училище. Променя се и ролята на учителя от предавач на ученика готова информация в партньор в процеса на усвояване на знания. Ученикът се превръща в активен участник, партньор, генератор на знания и идеи. Международната коуч федерация (ICF) дефинира коучинга като партньорство между коуч и клиент (индивидуален или екип) в процес, който провокира размисъл, креативност и вдъхновява клиента да увеличи своя личен и професионален потенциал, което е от особена важност в днешната сложна и несигурна среда. Коучингът дава възможност да се разгърне пълния потенциал на човека, така че той да се реализира успешно, да постига целите и същевременно да изпитва щастие. Атмосферата на партньорство, която се създава в този процес, има силен мотивиращ ефект при взимане на решение за действие и избор на средства за справяне с предизвикателствата. Коучинг подходът позволява бърза идентификация на проблемите, както и ресурсите на ученика – неговите силни и слаби страни. Фокусът е върху развитие на силните страни, което мотивира ученика, генерира желание за усвояване на знания и поддържане на комуникация. Иновативното в коучинг технологията е, че учителят престава да задава въпроса: „Защо съществува проблем?“, а пита: „Как да постигнем това, което искате?“. Благодарение на този модел на комуникация и поведение учителите създават в учениците същата нагласа, което им дава възможност да определят и постигат целите си, а учителя ги придружава в този процес по най-достъпния и подходящ начин. Той слуша активно, задава въпроси, не дава готови отговори, с въпросите си предизвиква мисли и решения, хвали искрено и поощрява искрено, следи собствения си „емоционален компас“ и се вслушва в интуицията си. Чрез използването на коучинг технология в обучението по маркетинг се цели придобиване на професионални компетентности по избраната професия/специалност, които да гарантират на обучавания успешна реализация на пазара на труда.

Ключови думи: коучинг, коучинг подход, учителя – коуч, коучинг технология по маркетинг.

1. УВОД

Необходимостта от нови подходи в обучението се детерминира от изискванията за конкурентоспособност в европейското образователно пространство. Всичко това налага промяна в процеса на обучение и ориентирането му към провокиране у учащите на самостоятелното и критично мислене, самостоятелност, към формиране на практически ориентирани умения и интелектуално развитие на личността.

Един от най-важните критерии за модернизация на професионалното образование е осъвременяването на учебния процес чрез въвеждането на иновативни форми на обучение, целящи повишаване на ученическата активност и мотивация. Използването на активни методи в обучението, формирането на ключови компетентности и нагласа за учене през целия живот са основен приоритет на съвременното училище. Променя се и ролята на учителя от предавач на ученика готова информация в партньор в процеса на усвояване на знания. Ученикът се превръща в активен участник, партньор, генератор на знания и идеи.

Коучингът дава възможност да се разгърне пълния потенциал на човека, така че той да се реализира успешно, да постига целите и същевременно да изпитва щастие. Атмосферата на партньорство, която се създава в този процес, има силен мотивиращ ефект при взимане на решение за действие и избор на средства за справяне с предизвикателствата. Коучираният е едновременно създател и участник в това, което се случва във всеки момент. Коучът има само спомагателна роля в дефинирането на проблема, чрез фокусиране върху въпросите, даване на обратна връзка, подтикване към самопознание и оценка. Този подход е ефективен, не само за разрешаване на актуален въпрос, но и като модел за развитие на умения за справяне с ежедневието живот. Коучинг подходът позволява бърза идентификация на проблемите, както и ресурсите на ученика – неговите силни и слаби страни. Фокусът е върху развитие на силните страни, което мотивира ученика, генерира желание за усвояване на знания и поддържане на комуникация. Този подход предоставя на учителите, инструменти за стимулиране на креативността и любознателността на учениците. Иновативното при коучинга е, че учителят престава да задава въпроса: „Защо съществува проблем?“, а пита: „Как да постигнем това, което искате?“. С този модел на комуникация и поведение учителите създават в учениците същата нагласа, което им дава възможност да определят и постигат целите си, а коучът ги придружава в този процес по най-достъпния и подходящ начин.

2. СЪЩНОСТ И ЦЕЛИ НА КОУЧИНГ ТЕХНОЛОГИЯТА

Международната коуч федерация (ICF) дефинира коучинга като партньорство между коуч и клиент (индивидуален или екип) в процес, който провокира размисъл, креативност и вдъхновява клиента да

увеличи своя личен и професионален потенциал, което е от особена важност в днешната сложна и несигурна среда.

Философията на коучинга се изразява в концентрация върху идентифициране и развитие на силните страни на личността, защото е по-ефективно да надграждаме върху това, което имаме, отколкото да инвестираме усилия в слабостите и несъвършенствата.

Основните предимства от прилагане на коучинг са:

- ефективна комуникация;
- преодоляване на вътрешни бариери и ограничаващи вярвания;
- повишаване осъзнатостта на всички участници в обучителния процес;
- повишаване на емпатията между участниците, сътрудничеството и доверие;
- повишаване и запазване на мотивацията;
- повишаване вярата в собствените възможности и удовлетворение от постигнатото;
- формулиране на целите и планиране;
- ориентирано към резултати развитие;
- управление на напредъка.

Коучингът дава възможност да се разгърне пълния потенциал на човека, така че той да се реализира успешно, да постига целите и същевременно да изпитва щастие. Процесът е с определена рамка за времетраене и конкретна цел.

Той има следните три измерения:

- Оценка на положителното и окуражаване, за да вдъхне увереност;
- Разширяване на партньорството на възможностите, за да генерира истински избор;
- Създаване на поле за обучение в контекста на сентенцията: „ обучението означава да запалиш пламък, а не да напълниш съд“! (*Проект CfMeln*, 2011)

Коучингът е насочен към личностното развитие и усъвършенстване на човека. Изходна предпоставка за това е познаване и разбиране на самия себе си от гледна точка на ролята на ученика в този процес, където той е едновременно двигател и функция.

Същността на работата с коучинг технология се основава на 5 принципа:

- Всичко е наред с всички (няма лоши деца);
- Човек има всички ресурси за постигане на целта (осъзнаване на безграничните си възможности);
- Всички намерения са положителни (дори дете, което е палаво, просто иска да привлече вниманието ви и да се чувства значително);
- Ние правим най-добрия избор за себе си;
- Промените са възможни и дори неизбежни (*Кирякова*, 2010).

При коучинг обучението от изключителна важност са точното поставяне на целите и задачите, които се реализират чрез него т.е. усвояването на конкретни знания, умения и нагласи, които имат ясно изразена практическа ориентация.

В коучинг процеса се взимат под внимание психологическите особености и възрастта на учениците.

Най-общо през периода на юношеството развитието на младежите се отличава със засилен интерес към опознаване на себе си, на своите силни и слаби страни и усвояване на умения за успешно взаимодействие с външния свят. В този период учениците са на прага на важни решения относно своето бъдеще и им предстоят значими промени, свързани с продължаване на образованието и/или започване на работа, които са неизбежно съпътствани от попадане в нова социална среда. Всичко това предявява високи изисквания към тяхната креативност, ефективност, гъвкавост и адаптивност (*Проект CfMeln*, 2011).

Едно добро личностно развитие през юношеството и младостта означава да имаш интереси, да се стремиш с вдъхновение и постоянство към ценени от теб цели.

Развитието представлява цялостна личностна трансформация, основана на идеята за подобряване т.е. не е важно докъде сме стигнали, а накъде вървим.

2. СПЕЦИФИКА НА ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ ПО МАРКЕТИНГ С КОУЧИНГ ТЕХНОЛОГИЯ

Чрез използването на коучинг технология в обучението по маркетинг се цели придобиване на професионални компетентности по избраната професия/специалност, които да гарантират на обучавания успешна реализация на пазара на труда.

Коучингът е един от новите подходи, които се прилагат в образователните системи на Европа и из цял свят. В наши дни вече не е достатъчно учителите да преподават своите предмети добре. Тяхната роля е много по-важна и едно от големите предизвикателства пред тях е да изградят и запазят мотивацията и стремежа към развитие на учащите. Чрез прилагане на коучинг уменията учителите създават нова култура, основана на креативност, самопознание, емпатия, целенасоченост и ориентирано към резултати развитие.

През 2016 година е проведено изследване за ползата от въвеждане на коучинг подход в училища в Бали, Индонезия, статистиката е впечатляваща:

- 96.7 % от анкетираните учители са посочили, че са повишили самочувствието и увереността си;
- 93.3 % са открили нови и креативни идеи за преподаване на материала;
- 93.3 % са повишили мотивацията и ангажираността си;
- 95 % са открили своята истинска идентичност и призвание;
- 95 % са повишили своята креативност;
- 95 % са подобрили представянето си и резултатите на учениците си;
- 90 % са разширили своята осъзнатост;
- 90 % са споделили, че са започнали да взимат решения по-бързо;
- 90 % са споделили, че наученото ги е провокирало да правят промени и да трансформират образователния процес;
- 86.7 % са разкрили свой неподозрян потенциал;
- 64 % са отговорили, че въздействието от наученото е по-дълбоко и трайно (*Каменова, 2017*).

Като показатели за успех учителите са посочили и задържането на ученици, застрашени от отпадане, както и подобряването на академичните им резултати и мотивацията им да учат.

Основна цел на коучинга е да стимулира мотивацията за развитие интелектуалния и творчески потенциал на учениците, вътрешната им увереност и самостоятелност. Това рефлектира положително върху тяхното умение да поемат повече лична отговорност за решенията и действията си, както и за последствията от това (*Проект CfMeln, 2011*).

Процесът на коучинг обучение е силно зависим от груповата динамика.

Смята се, че груповата динамика има четири фази.

1. Формиране;
2. "Бурен период";
3. Нормиране;
4. Период на действие.

Необходимо е да се отчита както груповата динамика, така и преобладаващите стилове на учене, фазите на развитие на компетентността. Важно място се отделя и на знанията, уменията и нагласите, които трябва да бъдат усвоени.

3. МЕТОДИКА НА РЕАЛИЗАЦИЯ И ОЦЕНЯВАНЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ КОУЧИНГ ТЕХНОЛОГИЯТА

Коучинг процесът се състои от няколко етапа:

1. Поставяне на цел;
2. Проверка на реалността за изследване на настоящата ситуация;
3. Анализ на необходимите компоненти на успеха;
4. Съществуващи възможности, определяне на начини за постигане на целта;
5. Избиране на стратегия за действие, насочена към постигане на целта;
6. Наблюдение на постигането на целта и анализиране на резултатите (*Уитмор, 2016*).

Методологията на обучението следва принципите на активното учене.

Активно учене се постига основно чрез вътрешна мотивация, изразяваща се в доброволност и съзнателно участие в учебния процес чрез: внимателно слушане, мислене, писане, дискутиране, прилагане на практика, работа в екип. То им дава следните предимства: (*Иванов, 2012*)

- повишава готовността за възприемане на нова информация;
- облекчава свързването на новата информация с позната от предишен опит;
- повишава трайността на възприятието;
- насърчава придобиването на социални умения за работа в екип, справяне с конфликти и пр.;
- подпомага изработването на чувство за поемане на отговорност и риск, развиване на самостоятелност и смелост за взимане на решения.

Прилагат се интерактивни методи на обучение.

От гледна точка методиката на обучението и с цел успешно реализиране на коучинг подхода в обучението, е важно учителя да е търпелив, безпристрастен, подкрепящ, заинтересуван, добър слушател, внимателен, ангажиран, опитен, заслужаващ доверие и авторитет. Основните инструменти на учителя-коуч са:

Активното слушане е умението да “чуваш” на различни нива:

- думите (вербална комуникация);
- интонацията (паравербална комуникация);
- мимиките и жестове (невербална комуникация);
- усещания.

Слушането е, преди всичко, присъствие тук и сега, то е нагласа и поведение.

Задаване на отворени въпроси - най-ефективните въпроси за повишаване на осъзнаването и отговорността започват с въпросителни думи като, например „какво“, „кога“, „кой“, „колко“, „в каква степен“. „Защо“ обикновено обезкуражава, тъй като съдържа в себе си критика и провокира защитна реакция. Не дава готови отговори. С въпросите си предизвиква мисли и решения. Хвали искрено и поощрява искрено.

Емпатия – умението да се поставиш на място на другия. Това е единствения начин да опознае учениците и да работи заедно с тях. Чрез емпатия учителя показва на учениците своя истински интерес към тях.

Интуиция - следи собствения си „емоционален компас“ и се вслушва в интуицията си (*Наръчник*, 2014).

4. ДОБРА ПРАКТИКА, В КОНТЕКСТА НА КОУЧИНГ ОБУЧЕНИЕТО ПО МАРКЕТИНГ

С нетрадиционното поднасяне на темата – Маркетингово проучване, под формата на събрание, се провокира познавателната активност на учениците, да проучат мнението на учениците в училище и конкурентите, провокира се критично мислене, умения за вземане на решение, умения за провеждане на проучване, работа в екип, усвояване на практически и теоретични знания за провеждане на проучване, способност да планират и управляват.

Целта на занятието е учениците да усвоят знания и умения за ролята и значението на маркетинговото проучване за реализиране на маркетинговата стратегия на фирмата.

Ролевата игра стимулира екипната работа дава възможност учениците да влезат в ролята на служители във фирма и да вземат решение.

Дневен ред на събранието, включва следните коучинг въпроси:

- Какво искаме да постигнем с маркетинговото проучване?, Каква е целта на маркетинговото проучване?
- Какво ще проучваме?
- Кой ще проучваме?
- Колко голяма да е извадката?
- Каква информация ни е необходима?
- Какви инструменти, ще използваме за провеждане на проучването?
- Кога ще проведем проучването?
- Кой за какво ще отговаря?
- Как ще разберем че сме постигнали целта си?
- Коя ще е първата стъпка, която ще предприемем?

Учителя придружава и насочва учениците по време на занятието със следните въпроси:

Въпроси за насока

«Според мен, ако....», За мен щеше да е по-ясно, интересно, полезно, ако.....»

Тези въпроси дават възможност учениците да се почувстват важни и значими, мотивира ги да се усъвършенстват в името на нещо конкретно, което има смисъл и полза.

Въпроси за обратна връзка

Какво най-много ви хареса?, Какво не разбрахте?: Как се чувствахте по време на събранието? Каква беше целта на събранието? Какви основни въпроси бяха изложени? Какво бихте променили, ако можехте да започнете отначало?

Да разбираме чувствата на другите и да синхронизираме собственото си поведение с тях, е белег за емоционална интелигентност. По този начин, учителя не само показва заинтересованост от чувствата на учениците, но ги стимулира към повече самопознание на вътрешните им преживявания, като предпоставка за развитие на собствената му способност да диференцира емоциите си и техния източник, да ги рационализира и да използва силата на положителното мислене.

С помощта на учителя, учениците се учат самостоятелно да осмислят информацията от различни източници, да формират мнения и възгледи и да излагат собствените си идеи и отношение към информацията и фактите. Ролята на учителя – коуч е да придружи учениците в процеса на усвояване на знания и формиране на умения, да ги подкрепя и насочва в процеса на самостоятелно получаване на информация, на систематизирането и поднасянето и пред публика. Учениците се нуждаят от помощ при разграничаване на по-важните от по-маловажните моменти от информацията.

В процеса на работа учениците анализираха факти, информация; обменяха идеи, мнения и се подготвяха за провеждане на проучването.

Един ученик водеше събранието, а останалите членове изразяваха мнение.

Дейността по тази тема даде възможност за генерирането на самостоятелни идеи, обсъждането им и вземането на общо екипно решение. Практическата дейност ги научи че при провеждане на събрание всеки има право да изкаже мнението си, че трябва да се говори ясно и разбираемо и аргументирано, не трябва да се прекъсват, добре е да се задават въпроси ако нещо не е разбрано, да зачитат мнението на другите. Не на последно място учениците развиват умения за планиране и организиране.

В нашето ежедневие непрекъснато се сблъскваме с противоречиви интереси, трябва да се решават конфликти. Ролевата игра заедно с коучинг подхода стимулира действителността и така дава възможност да се натрупа опит за социалните форми на поведение, да се дефинират, изживеят, анализират и преодолеят съществуващите конфликти на интересите, да се намерят рационални стратегии за вземане на решения. Чрез изпълнението на роли този комплексен метод позволява без каквито и да е рискове да се стимулират динамичните взаимодействия на обществото в социални ситуации, близки до реалните.

Едно е да притежаваш знания, а съвсем друго въз основа на тях да действаш, да реагираш, да общуваш с другите хора по време на разговори, дискусии и конфликти. Именно това позволява ролевата игра, предоставяйки сцена за превъпласаването на тези роли. Тя подтиква и стимулира способността на участниците да взаимодействат един с друг и да анализират нещата (социална компетентност), тя предоставя и задълбочени познания по маркетинг (професионална компетентност).

Играта подпомага придобиването на основни професионални и обществени способности като:

Способност за презентирание и комуникация – учениците тренират да формулират становища, да изслушват и анализират мнения, изказани от други участници.

Способност за сътрудничество за преодоляване на конфликти – учениците се упражняват да реагират прагматично на емоционални изказвания по време на дискусията и внимателно да преодоляват конфликтни ситуации.

Разработване на комплексни решения – учениците трябва да разберат, че при икономическите проблеми рядко съществува само едно вярно решение.

Толерантност – учениците се научават да понасят конфликти и многозначни ситуации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коучинг подходът в обучението и образованието е от все по-голям интерес както за учителите, така и за родителите, тъй като позволява на децата да развиват познания, независимост, инициативност, определяне на цели и умения за планиране. С коучинг подход можем да допринесем за формирането на позитивно мислене, да поддържаме доверието на учениците в техните способности, което води до висока образователна и познавателна мотивация и формиране на отговорност за обучението. А този процес започва от ученическата скамейка, с използването на подходящи методи на обучение, с изграждането на подходяща образователна среда, с поставянето на ученика в центъра на учебния процес. Учителят с помощта на коучинг помага на ученика да разкрие своите собствени възможности и цели. Коучингът допринася те да бъдат в по-голяма степен подготвени, не просто за пасивно приспособяване към изискванията на динамичния днешен свят, но за това да бъдат активни участници в този процес – сами да създават промените и активно да ги управляват.

ЛИТЕРАТУРА

Иванов, И. (2012), *Педагогическа интерактивност*, www.ivanpivanov.com

Каменова, Т. (2017), *Как коучингът може да бъде от полза в класната стая?*, <http://priobshiti.se/>

Кирьякова, Е. Ю. (2010) *Технология коучинга в обучении учащихся начальной школы*

Наръчник: *Изкуството да бъдеш консултант- коуч*, (2014)

Проект CoMeIn: Коучинг методология за учители в средните училища. *Коучинг в средното училище. Ръководство за ученици*, (2011)

Уитмор, Дж. (2016) *Коучинг за високи постижения*, София: НЛП-България