

**ИНТЕРАКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ
РАСШИРЕНИЯ ЭКСПОРТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Петровская П. С., студент

Научный руководитель – Мотько Н. А., ст. преподаватель
каф. «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

В условиях глобализации на современном этапе наравне с экспортом товаров, растет также спрос на услуги, в том числе и на образовательные. Экспорт образовательных услуг подразумевает под собой коммерческую реализацию образовательных услуг для иностранных граждан.

Развитие сферы информационно-коммуникационных технологий вызывает необходимость создания определенного информационного образа и обеспечить определенный способ взаимодействия учреждения образования с реальными и потенциальными потребителями образовательных услуг.

Большую роль в расширении экспорта образовательных услуг, играет интерактивный маркетинг, который сосредоточен на интересах потребителя и реагирует на них.

Маркетинг в социальных сетях (Social Media Marketing, SMM) может стать одним из основных инструментов привлечения потенциальных потребителей образовательных услуг из-за рубежа. SMM своей конечной целью ставит не только продвижение бренда, но и увеличение посещаемости сайта. Для реализации данной цели необходимо использовать различные инструменты: ведение блогов в социальных сетях с общением в комментариях, размещение в группах наиболее интересной для молодежи информации, содержащей скрытую рекламу университета, использование QR-кодов для проведения экскурсии по учреждению образования, а так же визуализации процесса обучения в реальном времени, использование информационной привлекательности своих выпускников – известных представителей различных сфер деятельности и т. д.