

# QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG ĐẾN NGƯỜI HỌC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH MANAGEMENT OF COMMUNICATION ACTIVITIES TO LEARNERS AT HO CHI MINH CITY UNIVERSITY OF TECHNOLOGY AND EDUCATION

Lê Việt Tiên

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Ngày toà soạn nhận bài 9/02/2021, ngày phản biện đánh giá 18/2/2021, ngày chấp nhận đăng 15/3/2021

## TÓM TẮT

*Quản lý hoạt động truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh có vai trò vô cùng quan trọng trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu, nâng cao sức cạnh tranh cho nhà trường để vững vàng hội nhập vào nền giáo dục toàn cầu của trong thời đại công nghệ số phát triển mạnh mẽ như hiện nay. Bài viết trình bày kết quả khảo sát thực trạng quản lý hoạt động truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh tại thời điểm năm 2020. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất các biện pháp quản lý hoạt động truyền thông đến người học nhằm góp phần cải thiện hiệu quả quản lý hoạt động truyền thông đến người học tại nhà trường.*

**Từ khóa:** quản lý hoạt động truyền thông đến người học; truyền thông đến người học; hoạt động truyền thông; truyền thông; quản lý giáo dục.

## ABSTRACT

*Managing communication activities to learners in Ho Chi Minh City University of Technology and Education is very important to develop brands and enhance the university's competitiveness so that the university could stably integrate into the current global education of the digital age which is strongly developed. The article shows the surveyed results on the management of communication activities to learners at Ho Chi Minh City University of Technology and Education in the year 2020. On that basis, the author proposes measures of managing communication activities to learners in order to contribute to improving the efficiency of communication activity management to learners.*

**Keywords:** management of communication activities to learners; communication to learners; communication activities; communication; management of education.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thế kỷ XXI với những biến đổi mạnh mẽ của khoa học, kỹ thuật và nền kinh tế tri thức, xu thế toàn cầu hóa đã mang lại môi trường phát triển kinh tế, văn hóa, giáo dục và tạo ra sự cạnh tranh lớn giữa các quốc gia. Lợi thế cạnh tranh sẽ thuộc về quốc gia có nguồn nhân lực chất lượng cao. Vì vậy, giáo dục và đào tạo có vai trò đặc biệt quan trọng trong chiến lược phát triển của mỗi quốc gia và cần phải có những biến đổi phù hợp, kịp thời với xu thế phát triển của thời đại. [1]

Những lý do trên đã đặt ra thách thức lớn đối với các trường đại học Việt Nam là làm sao xây dựng và phát triển thương hiệu, nâng cao sức cạnh tranh để vững vàng hội nhập vào nền giáo dục toàn cầu. Bên cạnh việc phát triển chất lượng đào tạo, các trường đại học bắt buộc đẩy mạnh công tác xây dựng và phát triển hình ảnh, thương hiệu nhà trường bằng những hoạt động truyền thông, qua đó thu hút đối tượng có nhu cầu học tập tìm đến. Trong đó, hoạt động truyền thông đến người học là một hoạt động quan trọng góp phần phát triển hình ảnh, vị thế của nhà trường.

## 2. TỔNG QUAN

### 2.1 Lịch sử nghiên cứu vấn đề

Hoà nhập với xu thế phát triển của thế giới, trong những năm qua Chính phủ Việt Nam rất quan tâm đến vai trò của truyền thông trong giáo dục, đã tạo điều kiện thuận lợi cho ra sự ra đời của nhiều chuyên mục, chương trình phát thanh, truyền hình, báo chí,... về giáo dục như: Phổ biến kiến thức trên VOV1, Dạy ngoại ngữ cho lái xe taxi trên kênh VOV giao thông, Hướng dẫn ôn tập và luyện thi đại học và Chương trình dạy tiếng Anh trên VTV2, Dạy tiếng Việt cho người Việt Nam ở nước ngoài trên VTV4, Kỹ năng sống trên VTV3, các chương trình Chào buổi sáng, đời sống thường ngày trên VTV đã giúp cho người dân học được kiến thức về chăn nuôi, trồng trọt, thực hiện pháp luật, bảo vệ môi trường, chăm sóc sức khỏe người dân,...[2]

Nhận thức được điều đó, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh đã quan tâm và đầu tư cho hoạt động truyền thông đến người học của nhà trường từ sớm. Tuy nhiên, việc quản lý hoạt động này sao cho hiệu quả vẫn còn bộc lộ những điểm hạn chế về lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, đánh giá hiệu quả của hoạt động. Nghiên cứu thực trạng hoạt động truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh là cơ sở đề xuất những biện pháp nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh.

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh là trường đại học đặc thù đào tạo giáo viên kỹ thuật, kỹ sư công nghệ. Đây cũng là trường đầu ngành trong hệ thống Sư phạm Kỹ thuật của cả nước, có bề dày lịch sử hình thành và phát triển hơn 55 năm (1962 – 2020). Trường hiện có 15 khoa với 42 chuyên ngành đào tạo ở trình độ Đại học, 23 chuyên ngành thạc sĩ, 8 chuyên ngành tiến sĩ. Tổng số cán bộ viên chức cơ hữu của trường là 893 người (86,14% có trình độ sau đại học, trong đó 26,55% có trình độ tiến sĩ). Trong đó có 678 giảng viên, 215 cán bộ quản lý và phục vụ.

### 2.2 Một số khái niệm

Nói về khái niệm quản lý, tác giả Trần Kiểm cho rằng: “quản lý là những tác động của chủ thể quản lý trong việc huy động phát huy, kết hợp, sử dụng, điều chỉnh, điều phối các nguồn lực (nhân lực, vật lực, tài lực) trong và ngoài nước (chủ yếu là nội lực) một cách tối ưu nhằm đạt mục đích của tổ chức với hiệu quả cao nhất”. [3]

Tác giả Đặng Vũ Hoạt và Hà Thế Ngữ cho rằng: “Quản lý là một quá trình định hướng, quá trình có mục đích, quản lý có hệ thống là quá trình tác động đến hệ thống nhằm đạt được những mục tiêu nhất định. Những mục tiêu này đặc trưng cho trạng thái mới của hệ thống mà người quản lý mong muốn” [4].

Trong bài viết này, từ nhiều khái niệm, có thể đưa ra khái niệm quản lý như sau: Quản lý là sự tác động một cách có định hướng, có chủ đích của chủ thể quản lý đến khách thể quản lý nhằm làm cho tổ chức vận hành đạt mục tiêu mong muốn thông qua các chức năng kế hoạch, tổ chức, chỉ đạo và kiểm tra. Truyền thông là sự trao đổi thông điệp giữa các thành viên hay các nhóm người trong xã hội nhằm đạt được sự hiểu biết lẫn nhau. [5]

Quản lý hoạt động truyền thông đến người học là hệ những tác động có định hướng của chủ thể quản lý nhà trường đến hoạt động truyền thông đến người học nhằm đạt được mục tiêu truyền thông đến người học.

### 2.3 Lý luận về Quản lý hoạt động truyền thông đến người học trong trường đại học

#### 2.3.1 Lập kế hoạch truyền thông đến người học trong trường đại học

Cách thức xây dựng kế hoạch truyền thông đến người học:

- Phân tích, đánh giá thực trạng truyền thông đến người học tại đơn vị.
- Phân tích, tìm hiểu thói quen, xu hướng hành vi và nhu cầu người học.
- Xác định mục tiêu truyền thông đến người học tại đơn vị.

- Xác định nhiệm vụ trọng tâm, xây dựng nội dung truyền thông đến người học đáp ứng mục tiêu truyền thông và nhu cầu người học.
- Đưa ra ý tưởng truyền thông, xác định hình thức truyền thông chủ đạo.
- Lấy ý kiến, điều chỉnh và thống nhất chiến lược truyền thông trong năm học.
- Xây dựng lộ trình, nguồn lực thực hiện.

### **2.3.2 Tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học trong trường đại học**

Nội dung và cách thức tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học bao gồm các công việc:

- Phổ biến chiến lược truyền thông cho các đơn vị trong trường.
- Hướng dẫn các đơn vị trong trường xây dựng kế hoạch truyền thông đến người học theo chiến lược chung.
- Góp ý, điều chỉnh và duyệt kế hoạch truyền thông của từng đơn vị.
- Tổ chức triển khai, thực hiện các hoạt động truyền thông đến người học trong toàn trường.
- Tạo điều kiện thuận lợi để triển khai các hoạt động truyền thông trong kế hoạch.
- Phòng truyền thông theo dõi, đôn đốc, giám sát, đánh giá quá trình thực hiện kế hoạch truyền thông của các đơn vị.

### **2.3.3 Chỉ đạo thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học trong trường đại học**

- Ban hành các văn bản chỉ đạo và hướng dẫn thực hiện kế hoạch.
- Theo dõi, nhắc nhở trong quá trình thực hiện kế hoạch truyền thông nhằm duy trì sự hoạt động ổn định, đúng lộ trình, đúng tiến độ của kế hoạch.
- Tổ chức các buổi họp định kỳ, nghe báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học và lắng nghe đề xuất của các đơn vị để cải tiến kế hoạch cho phù hợp với thực tiễn.

- Đưa ra các chỉ đạo cụ thể, điều chỉnh kế hoạch cho phù hợp với thực tiễn nhà trường.
- Khuyến khích, động viên các đơn vị, cá nhân trong quá trình thực hiện nhiệm vụ.
- Tuyên dương các cá nhân, bộ phận thực hiện tích cực, nghiêm túc trong quá trình triển khai kế hoạch truyền thông cho người học.

### **2.3.4 Kiểm tra, đánh giá việc thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học trong trường đại học**

Nội dung và cách thức kiểm tra, đánh giá việc thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học trong trường đại học:

- Phân công lực lượng chuyên trách việc kiểm tra, đánh giá hoạt động truyền thông tại các đơn vị.
- Ban hành quy định, tiêu chuẩn, tiêu chí, mục tiêu, nội dung, phương pháp kiểm tra đánh giá kế hoạch truyền thông tại các đơn vị nhằm đảm bảo cho việc kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện được chính xác, khách quan, khoa học.
- Xây dựng kế hoạch kiểm tra đánh giá theo tiến trình thời gian trong năm học: Xây dựng kế hoạch kiểm tra, đánh giá nhằm đảm bảo cho việc kiểm tra, đánh giá được diễn ra đúng lộ trình, đúng qui định, đúng mục tiêu.
- Góp ý, điều chỉnh trong quá trình lập kế hoạch kiểm tra, đánh giá của Ban kiểm tra (nếu có sai sót, không phù hợp).
- Triển khai thực hiện kế hoạch kiểm tra, đánh giá hoạt động truyền thông tại các đơn vị.
- Tổ chức tổng kết, báo cáo kết quả kiểm tra, đánh giá của ban kiểm tra.
- Đưa ra những biện pháp phù hợp, rút ra bài học kinh nghiệm truyền thông cho những năm sau.

## **3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

Trên cơ sở lí luận đã trình bày ở phần 2, tác giả tiến hành xây dựng bảng hỏi nghiên cứu về thực trạng quản lí hoạt động truyền thông đến người học tại trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp.HCM. Nghiên cứu được thực hiện chủ yếu qua phương pháp điều tra

bằng bảng hỏi, phương pháp hỗ trợ là phỏng vấn sâu và phương pháp xử lý số liệu. Mẫu khảo sát bằng bảng hỏi được tiến hành trên 212 sinh viên, 31 giảng viên và 30 cán bộ quản lý các Khoa đào tạo và Phòng Truyền thông của Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh. Về phỏng vấn sâu, đề tài thực hiện trên 4 cán bộ quản lý của trường. Thực trạng quản lý hoạt động truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh được khảo sát theo các chức năng quản lý với 4 mức độ thực hiện: Rất thường xuyên/ Thường xuyên/ Ít khi/ Không thực hiện. Kết quả thống kê được qui ước theo thang định khoảng 4 mức độ ứng với điểm 1- 4. Điểm trung bình được qui định theo biên liên tục: 1,0 - 1,75: Không thực hiện; 1,76 - 2,5: Ít khi; 2,51-3,25: Thường xuyên; 3,26 - 4,00: Rất thường xuyên.

#### 4. KẾT QUẢ - THẢO LUẬN VỀ THỰC TRẠNG QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG ĐẾN NGƯỜI HỌC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT TP. HỒ CHÍ MINH

##### 4.1 Thực trạng lập kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh

Bảng 1 cho thấy hoạt động lập kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh được cán bộ quản lý đánh giá ở mức “Thường xuyên” thực hiện, với ĐTB chung là 2.64.

Trao đổi với 03 cán bộ quản lý về việc lập kế hoạch truyền thông tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh, cán bộ quản lý 01 và 02 đều cho rằng “Khoa thực hiện truyền thông theo kế hoạch của trường và kế hoạch riêng của Khoa”; cán bộ quản lý 03 cho rằng “Hiện tại trường có xây dựng kế hoạch truyền thông theo từng nhiệm vụ từng năm học nhằm quảng bá đẩy mạnh thương hiệu nhà trường. Nhằm xây dựng bộ phận tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông được hiệu quả thì nhà trường đã thành lập Phòng Truyền thông nhằm giúp Hiệu trưởng quản lý các sự kiện truyền thông, các hoạt động quảng bá thương hiệu, quan hệ công chúng

cũng như quảng bá hình ảnh của nhà trường thông qua các sản phẩm mang thương hiệu trường; Tuy nhiên công tác truyền thông tại Trường vẫn chưa được hiệu quả cao vì các kế hoạch truyền thông chỉ mang tính chất ngắn hạn, chương xây dựng được kế hoạch truyền thông trong dài hạn, nguyên nhân chủ quan là do phòng Truyền thông mới thành lập, cán bộ truyền thông chưa thực sự được đảm bảo về chất lượng, hầu hết các nhân sự chưa được đào tạo bài bản chuyên môn về truyền thông”.

**Bảng 1.** Đánh giá của CBQL về lập kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh

TT	NỘI DUNG	ĐTB	ĐLC	TH
1	Phân tích, đánh giá thực trạng truyền thông đến người học tại đơn vị	2.42	.669	6
2	Phân tích, tìm hiểu thói quen, xu hướng hành vi và nhu cầu người học	2.25	.622	7
3	Xác định mục tiêu truyền thông đến người học tại đơn vị	2.83	.718	1
4	Xác định nhiệm vụ trọng tâm, xây dựng nội dung truyền thông đến người học đáp ứng mục tiêu truyền thông và nhu cầu người học	2.83	.577	1
5	Đưa ra ý tưởng truyền thông, xác định hình thức truyền thông chủ đạo	2.83	.718	1
6	Lấy ý kiến, điều chỉnh và thống nhất chiến lược truyền thông trong năm học	2.50	.522	5
7	Xây dựng lộ trình, nguồn lực thực hiện	2.83	.577	1
<b>Điểm trung bình chung</b>		<b>2.64</b>		

Qua kết quả khảo sát và phỏng vấn trên có thể thấy phòng Truyền thông có tham mưu cho nhà trường thực hiện công tác lập kế hoạch truyền thông đến người học chung trong phạm vi toàn trường. Bên cạnh đó, các

Khoa sẽ căn cứ trên kế hoạch chung của trường sẽ lập kế hoạch truyền thông riêng cho từng khoa. Việc lập kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh đảm bảo được qui trình chặt chẽ, khoa học và logic.

Tuy nhiên công tác truyền thông tại Trường vẫn chưa được hiệu quả cao vì các kế hoạch truyền thông chỉ mang tính chất ngắn hạn, chưa xây dựng được kế hoạch truyền thông trong dài hạn, nguyên nhân chủ quan là do phòng Truyền thông mới thành lập, cán bộ truyền thông chưa thực sự được đảm bảo về chất lượng, hầu hết các nhân sự chưa được đào tạo bài bản chuyên môn về truyền thông.

#### 4.2 Thực trạng tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh

Nhìn vào kết quả khảo sát ở Bảng 2 có thể thấy Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh có tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học, với mức độ thực hiện ở mức “Ít khi” với ĐTB chung là 2.45.

Kết quả khảo sát trên cho thấy nhà trường có tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học. Việc tổ chức thực hiện kế hoạch đảm bảo đầy đủ các bước, cụ thể nhà trường có phổ biến kế hoạch truyền thông chung cho các khoa, có hướng dẫn các khoa xây dựng kế hoạch truyền thông theo kế hoạch chung nhà trường. Bên cạnh đó, việc lập kế hoạch truyền thông của các đơn vị trong nhà trường luôn chịu sự góp ý, điều chỉnh, phê duyệt kế hoạch truyền thông của Phòng Truyền thông. Kế đến là tiến hành tổ chức việc thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học. Trong quá trình tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông, nhà trường luôn quan tâm, tạo điều kiện thuận lợi để các đơn vị triển khai có hiệu quả hoạt động truyền thông đến người học. Đây được xem là một trong những điểm mạnh của nhà trường trong quá trình tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học.

**Bảng 2.** Đánh giá của cán bộ quản lý về tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh

TT	NỘI DUNG	ĐTB	ĐLC	TH
1	Phổ biến chiến lược truyền thông cho các đơn vị trong trường	2.42	.515	3
2	Hướng dẫn các đơn vị trong trường xây dựng kế hoạch truyền thông đến người học theo chiến lược chung	2.25	.622	5
3	Góp ý, điều chỉnh kế hoạch, nội dung, phương thức truyền thông phù hợp với những mục tiêu, nhiệm vụ truyền thông đã định hướng	2.17	.577	6
4	Duyệt kế hoạch truyền thông đến người học của từng đơn vị	2.17	.577	6
5	Tổ chức triển khai, thực hiện các hoạt động truyền thông đến người học trong toàn trường	2.75	.622	2
6	Tạo điều kiện thuận lợi để triển khai các hoạt động truyền thông trong kế hoạch	3.00	.603	1
7	Phòng truyền thông theo dõi, đôn đốc, giám sát, đánh giá quá trình thực hiện kế hoạch truyền thông của các đơn vị	2.42	.669	3
<b>Điểm trung bình chung</b>		<b>2.45</b>		

Đánh giá về vấn đề này, cán bộ quản lý 04 cho rằng: “Nhà trường có sự quan tâm đầu tư và tạo điều kiện thuận lợi cho việc truyền thông đến người học như nhà trường còn đầu tư hơn 2 tỷ đồng cho việc xây dựng Trường quay UTE-Studio nhằm phục vụ các hoạt động truyền thông, tuyển sinh, đẩy mạnh chất lượng dạy học số. Tuy nhiên, công tác tổ chức, triển khai kế hoạch tại các Khoa

vẫn chưa thực sự nghiêm túc, hiệu quả. Nguyên nhân xuất phát từ việc các Khoa không có cán bộ truyền thông chuyên nghiệp để làm đầu mối công việc giữa Nhà trường và Khoa, thêm vào đó Khoa chưa được cung cấp đủ và chính xác những thông tin cần được truyền thông đến người học, từ đó dẫn đến hiệu quả công tác truyền thông đến người học còn gặp khó khăn, chưa được hiệu quả cao”.

Tóm lại, bên cạnh điểm mạnh là tạo điều kiện thuận lợi trong việc triển khai thực hiện kế hoạch truyền thông thì qua kết quả khảo sát đã bộc lộ lên một điểm yếu trong quá trình tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông là việc phổ biến kế hoạch, chiến lược truyền thông của nhà trường đến đơn vị và GV còn chưa đạt hiệu quả cao. Thêm vào đó, việc theo dõi, đôn đốc, giám sát, đánh giá quá trình thực hiện kế hoạch truyền thông của các đơn vị vẫn chưa được thực hiện một cách thường xuyên, liên tục. Nguyên nhân xuất phát từ việc phòng Truyền thông mới thành lập, chất lượng cán bộ truyền thông chưa thực sự được đảm bảo về chất lượng.

#### 4.3 Thực trạng chỉ đạo thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh

Số liệu ở Bảng 3 cho thấy nhà trường có sự chỉ đạo trong quá trình tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học, với mức độ thực hiện ở mức “Thường xuyên” với ĐTB chung là 2.51.

Về vấn đề chỉ đạo quá trình thực hiện, cán bộ quản lý 03 cho rằng “Hiện tại trường đã xây dựng được kế hoạch truyền thông, có bộ phận chuyên trách về mảng truyền thông để theo dõi, giám sát và định hướng việc triển khai hoạt động truyền thông ở các đơn vị. Tuy nhiên tần suất chỉ đạo, định hướng còn chưa được thường xuyên, thêm vào đó hoạt động tuyên dương các cá nhân, bộ phận thực hiện tích cực, nghiêm túc trong quá trình triển khai kế hoạch truyền thông cho người học chưa được quan tâm đúng mức, kịp thời.

**Bảng 3.** Đánh giá của cán bộ quản lý về chỉ đạo thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh.

TT	NỘI DUNG	ĐTB	ĐLC	TH
1	Ban hành các văn bản chỉ đạo và hướng dẫn thực hiện kế hoạch: các quy ước về chế độ báo cáo, kiểm tra, đánh giá, xếp loại, khen thưởng, kỷ luật trong quá trình thực hiện kế hoạch	2.42	.793	5
2	Theo dõi, nhắc nhở trong quá trình thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học	2.50	.522	4
3	Tổ chức các buổi họp định kỳ, nghe báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học	2.25	.452	7
4	Lắng nghe đề xuất của các đơn vị để cải tiến kế hoạch cho phù hợp với thực tiễn	2.58	.515	3
5	Đưa ra các chỉ đạo cụ thể, điều chỉnh kế hoạch cho phù hợp với thực tiễn nhà trường	2.75	.452	1
6	Khuyến khích, động viên các đơn vị, cá nhân trong quá trình thực hiện nhiệm vụ	2.75	.622	1
7	Tuyên dương các cá nhân, bộ phận thực hiện tích cực, nghiêm túc trong quá trình triển khai kế hoạch truyền thông cho người học	2.33	.778	6
<b>Điểm trung bình chung</b>		<b>2.51</b>		

Kết quả khảo sát và phỏng vấn cho thấy nhà trường thực hiện đầy đủ các bước trong việc chỉ đạo việc tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học trong nhà trường. Nhà trường thường xuyên điều chỉnh kế hoạch truyền thông đến người học nhằm đảm

bảo phù hợp với thực tiễn nhà trường trong quá trình thực hiện kế hoạch. Điều này cho thấy nhà trường có sự theo dõi, giám sát và chỉ đạo kịp thời trong quá trình tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông cho người học, đảm bảo cho việc thực hiện kế hoạch truyền thông đúng định hướng, đúng lộ trình và đạt được mục tiêu đề ra. Tuy nhiên, mức độ thực hiện hoạt động này của nhà quản lý chưa được thường xuyên. Bên cạnh đó, nhà trường chưa thực sự quan tâm đúng mức đến hoạt động tuyên dương các cá nhân, bộ phận thực hiện tích cực, nghiêm túc trong quá trình triển khai kế hoạch truyền thông cho người học. Do cơ cấu phòng truyền thông chưa đảm bảo về số lượng cho sự vận hành ổn định, hiệu quả của hoạt động truyền thông nên đã tạo ra áp lực công việc cho đội ngũ cán bộ truyền thông, kéo theo việc tổ chức báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học chưa được thực hiện thường xuyên.

#### 4.4 Thực trạng kiểm tra, đánh giá việc thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh

Bảng 4 cho thấy công tác kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh được thực hiện ở mức “ít khi” với ĐTB chung là 2.24

Qua kết quả khảo sát trên cho thấy nhà trường có thực hiện công tác kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường. Nhà trường thực hiện đầy đủ các bước trong qui trình kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông. Cụ thể nhà trường có phân công lực lượng phụ trách việc kiểm tra, đánh giá, xây dựng hệ thống tiêu chuẩn, tiêu chí rõ ràng, cụ thể; Có xây dựng kế hoạch kiểm tra, đánh giá, tổ chức tổng kết, rút kinh nghiệm và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông trong những năm học sau.

Bên cạnh những ưu điểm trong việc kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh, thì hoạt động kiểm tra, đánh giá việc thực hiện

kế hoạch truyền thông đến người học vẫn bộc lộ một số hạn chế. Việc kiểm tra, đánh giá việc thực hiện kế hoạch nên được tiến hành một cách thường xuyên, liên tục, diễn ra song song với các chức năng quản lý còn lại, đồng nghĩa với việc kiểm tra, đánh giá việc thực hiện kế hoạch phải được kết hợp kiểm tra quá trình và kiểm tra kết quả. Điều này sẽ giúp cho việc đo lường và đánh giá kết quả thực hiện được chính xác, khách quan.

**Bảng 4.** Đánh giá của cán bộ quản lý về kiểm tra, đánh giá việc thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh

TT	NỘI DUNG	ĐTB	ĐLC	TH
1	Phân công lực lượng chuyên trách việc kiểm tra, đánh giá hoạt động truyền thông tại các đơn vị	2.33	.651	1
2	Ban hành quy định, tiêu chuẩn, tiêu chí, mục tiêu, nội dung, phương pháp kiểm tra đánh giá kế hoạch truyền thông tại các đơn vị	2.17	.577	6
3	Xây dựng kế hoạch kiểm tra đánh giá theo tiến trình thời gian trong năm học	2.25	.622	2
4	Góp ý, điều chỉnh trong quá trình lập kế hoạch kiểm tra, đánh giá của Ban kiểm tra (nếu có sai sót, không phù hợp)	2.25	.622	2
5	Triển khai thực hiện kế hoạch kiểm tra, đánh giá hoạt động truyền thông tại các đơn vị	2.17	.577	6
6	Tổ chức tổng kết, báo cáo kết quả kiểm tra, đánh giá của ban kiểm tra	2.25	.622	2
7	Đưa ra những biện pháp phù hợp, rút ra bài học kinh nghiệm truyền thông cho những năm sau.	2.25	.622	2
<b>Điểm trung bình chung</b>		<b>2.24</b>		

## 5. KẾT LUẬN - ĐỀ XUẤT BIỆN PHÁP QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG ĐẾN NGƯỜI HỌC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT TP. HỒ CHÍ MINH

### 5.1 Kết luận

Quản lý hoạt động truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh được thực hiện theo đúng qui trình khoa học quản lý, từ việc lập kế hoạch truyền thông đến người học, cho đến tổ chức, chỉ đạo việc thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học và kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện. Bên cạnh những ưu điểm, công tác quản lý hoạt động truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh vẫn còn một số hạn chế như việc theo dõi, đôn đốc, giám sát, đánh giá quá trình thực hiện kế hoạch truyền thông của các đơn vị vẫn chưa được thực hiện một cách thường xuyên, liên tục; Việc kiểm tra, đánh giá việc thực hiện kế hoạch chưa được tiến hành một cách thường xuyên, liên tục, chưa có sự kết hợp giữa kiểm tra quá trình và kiểm tra kết quả. Việc kiểm tra, đánh giá vẫn còn tập trung vào việc đánh giá kết quả cuối cùng.

Hiệu quả quản lý hoạt động truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh chịu sự ảnh hưởng của nhiều yếu tố từ bên ngoài đến bên trong nhà trường, trong đó những yếu tố có ảnh hưởng rất nhiều là đến hiệu quả quản lý hoạt động truyền thông đến người học bao gồm năng lực của đội ngũ cán bộ truyền thông, cơ sở vật chất và nguồn kinh phí phục vụ cho hoạt động truyền thông, kế đến là yếu tố nhận thức và năng lực quản lý, lãnh đạo của cán bộ quản lý nhà trường.

### 5.2 Đề xuất giải pháp

- **Đổi mới quan điểm, tư duy, cách thức quản lý truyền thông đến người học phù hợp với xu thế 4.0; Nâng cao nhận thức về hoạt động truyền thông cho sinh viên, giảng viên và CBQL truyền thông của nhà trường:** Nhận thức và hành động có mối quan hệ biện chứng với nhau, nếu nhận thức

đúng dẫn đến hành động đúng. Do đó, để việc quản lý truyền thông đến người học được thực hiện thuận lợi, hiệu quả thì đòi hỏi sinh viên, nhân viên, giảng viên và cán bộ quản lý phải có nhận thức đúng đắn về hoạt động truyền thông đến người học, từ đó nâng cao nhận thức và hiểu biết cho sinh viên, giảng viên và cán bộ quản lý về nhiệm vụ của mình, về tầm quan trọng, sự cần thiết, các nội dung, phương pháp, hình thức thực hiện và ý nghĩa của việc thực hiện của hoạt động truyền thông đến người học trong trường đại học.

- **Xây dựng kế hoạch truyền thông đến người học với tầm nhìn dài hạn phù hợp thực tiễn:** Điều này giúp cho việc triển khai hoạt động truyền thông theo một qui trình khoa học và logic theo những mục tiêu, nội dung, nhiệm vụ, phương hướng truyền thông đến người học trong thời gian dài hạn, trong từng năm học, từng học kỳ, đảm bảo vừa có tính hợp lý và vừa có tính khả thi.

- **Nâng cao số lượng và chất lượng nhân sự của bộ máy tổ chức phòng Truyền thông:** Biện pháp này nhằm thiết lập bộ máy tổ chức, chuẩn hoá đội ngũ cán bộ truyền thông theo hướng đủ số lượng và đảm bảo chất lượng để hỗ trợ cho Ban giám hiệu quản lý hoạt động truyền thông đến người học; Qui định chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn cụ thể, rõ ràng của Phòng Truyền thông trong việc quản lý hoạt động truyền thông đến người học trong nhà trường; Xây dựng cơ chế phối hợp của Phòng truyền thông với các cá nhân, tổ chức khác trong trường và ngoài nhà trường. Từ đó giúp cho việc đảm bảo triển khai kế hoạch hoạt động truyền thông đến người học trong nhà trường một cách có trách nhiệm và hiệu quả.

- **Nâng cao vai trò chỉ đạo, giám sát thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại các đơn vị** nhằm đảm bảo cho việc tổ chức thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh được diễn ra theo đúng lộ trình, bám sát mục tiêu đã đề ra.

- **Tăng cường kiểm tra đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học đảm bảo tính khách quan, linh hoạt:**



Biện pháp này giúp cho nhà quản lý nắm bắt kịp thời thực trạng triển khai hoạt động truyền thông đến người học và nhằm đánh giá tình hình, kết quả triển khai việc thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học tại các đơn vị trong nhà trường; Giúp các đơn vị tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc; Đồng thời rà soát những mục tiêu của kế hoạch và tìm ra những giải pháp cụ thể, phù hợp để triển khai có hiệu quả các hoạt động của kế hoạch trong những năm tiếp theo.

- **Tăng cường đầu tư nguồn lực về cơ sở vật chất và nguồn lực tài chính thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học:** Đảm bảo nguồn lực cơ sở vật chất và nguồn lực tài chính trong thực hiện kế hoạch truyền thông đến người học sẽ tạo điều kiện thuận lợi để đạt được mục tiêu truyền thông đến người học, có đủ điều kiện để tổ chức hoạt động truyền thông đến người học đa dạng, phong phú, có chất lượng về nội dung và hình thức, góp phần nâng cao chất lượng hoạt động truyền thông đến người học của nhà trường.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Sỹ Nam; Luận văn thạc sĩ Khoa học Giáo dục: *Quản lý hoạt động truyền thông trong các trường trung học cơ sở trên địa bàn Quận Hà Đông, Hà Nội*; Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam, 2016.
- [2] Bộ Giáo dục và Đào tạo, *Vai trò của các phương tiện truyền thông trong xây dựng xã hội học tập*, <https://www.moet.gov.vn/giaoducquocdan/Pages/giao-duc-thuong-xuyen.aspx?ItemID=4066>, 2016.
- [3] Trần Kiểm, *Khoa học Quản lý Giáo dục – Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, NXB Giáo dục, 2004.
- [4] Hà Thế Ngữ, Đặng Vũ Hoạt, *Giáo dục học*, NXB Giáo dục, 1998.
- [5] Tạ Ngọc Tấn, *Truyền thông đại chúng*, NXB Chính trị Quốc gia, 2001.

#### **Tác giả chịu trách nhiệm bài viết:**

Lê Việt Tiên

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh

Email: viettien@hcmute.edu.vn