

# KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG DỰ ÁN

## Giai đoạn 2022 – 2024 và những năm tiếp theo

### DỰ ÁN MOTIVE

**“Giám sát xu hướng việc làm của sinh viên tốt nghiệp  
tại Việt Nam” (MOTIVE)**

### DỰ ÁN MOTIVE

**Số tham chiếu dự án. 609781-EPP-1-2019-1-IT-EPPKA2-CBHE-SP**

**Thời gian thực hiện dự án  
15/01/2020 – 14/01/2024**

**- Sản phẩm bàn giao của dự án 5.3.-**

*Dự án được tài trợ bởi Liên minh Châu Âu. Quan điểm và ý kiến được trình bày trong ấn phẩm là của các tác giả, Liên minh Châu Âu không chịu trách nhiệm về những vấn đề này.*

## Mục lục

1. Giới thiệu chung .....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
2. Các đơn vị tham gia dự án MOTIVE .....	5
3. Kế hoạch phổ biến dự án .....	7
3.1 Mục đích và nguyên tắc .....	7
3.2 Thời gian phổ biến: .....	8
3.3 Chiến lược phổ biến .....	9
4. Đối tượng mục tiêu: Hành động và nội dung phổ biến.....	12
4.1 Bộ Giáo dục và Đào tạo (MOET) .....	12
4.2 Các cơ sở giáo dục đại học.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
4.2 Sinh viên /sinh viên tốt nghiệp.....	12
5. Công cụ và nguồn tài liệu thông tin của dự án .....	16
5.1 Hình ảnh nhận diện .....	16
5.2 Việc sử dụng logo Erasmus Plus.....	16
5.3 Giấy phép mở.....	16
5.3 Trang web của Dự án .....	17
5.3 Trang web tổ chức.....	17
5.4 Các cuộc họp của dự án, hội nghị, hội thảo trong nước và quốc tế .....	17
5.5 Thông cáo báo chí, tài liệu quảng cáo, mạng lưới, phương tiện truyền thông xã hội.....	18
6. Kết luận.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>

## 1. Giới thiệu chung

Kế hoạch truyền thông, phổ biến dự án MOTIVE nhằm mục đích xác định cách thức hoạt động đạt được mục tiêu. Đặc biệt, truyền thông góp phần đảm bảo tính minh bạch về nguồn tài trợ, mối quan hệ đối tác, thúc đẩy thông điệp chung, phát triển các kỹ năng và năng lực hiện đại hóa quản trị các cơ sở giáo dục đại học (HEIs), tổng quan những hoạt động chính cần tiến hành trong khuôn khổ dự án, xây dựng tính bền vững.

Việc cung cấp các hoạt động cụ thể, các sáng kiến giúp đa dạng, phong phú cách thức và hiện thực hóa mục tiêu đã đề ra. Các hoạt động được cập nhật trong suốt thời gian thực hiện dự án nhằm đáp ứng tốt nhu cầu truyền thông của dự án.

Bộ Giáo dục và Đào tạo Việt Nam (MOET) hỗ trợ và ủng hộ Dự án MOTIVE, đảm bảo hệ thống giáo dục đại học Việt Nam có khả năng giải quyết thách thức trong việc thay đổi chính sách hiện hành về theo dõi tình trạng sinh viên tốt nghiệp. Việc xây dựng Trung tâm theo dõi sinh viên tốt nghiệp tại các cơ sở giáo dục đại học hỗ trợ giám sát sự thay đổi, hướng tới thị trường lao động cũng như trình trạng việc làm.

Mục tiêu của dự án:

- i) Tăng cường công bố khảo sát sinh viên tốt nghiệp tại Việt Nam;
- ii) Nâng cao năng lực khai thác dữ liệu sinh viên tốt nghiệp phục vụ đảm bảo chất lượng cho giáo dục Việt Nam;
- iii) Tăng cường hợp tác giữa các trường đại học Việt Nam và Bộ GD&ĐT trong việc theo dõi sinh viên tốt nghiệp;
- iv) Củng cố mối quan hệ giữa các cơ sở giáo dục đại học, hiệp hội doanh nghiệp và xã hội trong việc theo dõi, giám sát sinh viên tốt nghiệp.

Theo dõi sinh viên tốt nghiệp là ưu tiên của Bộ GD&ĐT trong quản trị đại học hiện nay tại Việt Nam. Trung tâm là đơn vị nghiên cứu và tư vấn của Bộ Giáo dục và Đào tạo Việt Nam về hệ thống giáo dục đại học. Trung tâm hướng tới xây dựng một công cụ hỗ trợ cải cách quản trị và hoạch định chính sách bằng cách thu thập thông tin của sinh viên tốt nghiệp một cách bài bản, đồng nhất và cập nhật. Bộ công cụ khả thi và bền vững cho các nghiên cứu, khảo sát trong tương lai dựa trên dữ liệu sinh viên tốt

nghiệp từ các trường đại học (nghiên cứu dài hạn, hồ sơ sinh viên tốt nghiệp, khảo sát việc làm của sinh viên tốt nghiệp). Thông qua việc thành lập Trung tâm, sự chung tay phát triển phương pháp và bộ công cụ từ các thành viên, khảo sát đầu tiên về tình trạng việc làm của sinh viên tốt nghiệp đã được tiến hành. Phản hồi giúp nắm bắt thông tin sinh viên tiếp cận thị trường lao động sau khi tốt nghiệp, lựa chọn công việc, nghề nghiệp phù hợp với chuyên ngành. Dựa trên nền tảng VOYAGE về cơ sở dữ liệu của sinh viên/sinh viên tốt nghiệp, đã được xây dựng và thí điểm trong dự án 561656 Erasmus+ (<http://www.voyage-project.eu>), bộ công cụ được mở rộng cho những đơn vị mới tham gia dự án MOTIVE. Công tác tham vấn định kỳ cho các đối tác trong nước giúp tác động đến quản trị cũng như cải cách chính sách trong giáo dục đại học và thị trường lao động. Thành lập mạng lưới các bên tham gia nhằm đánh giá nội dung, chất lượng và sự phù hợp của các cuộc khảo sát sinh viên tốt nghiệp. Mục tiêu cốt lõi của dự án là nâng cao năng lực, chuyển giao các công cụ và phương pháp nghiên cứu dựa trên ứng dụng công nghệ thông tin trong việc khảo sát sinh viên tốt nghiệp. Đặc biệt, nâng cao năng lực cán bộ, nhân viên cũng chính là mục tiêu ưu tiên đã được đề ra trong Chiến lược phát triển 2011-2020 của Bộ GD&ĐT. Mạng lưới các bên liên quan, cụ thể là sinh viên, sinh viên tốt nghiệp và công ty, cơ quan, doanh nghiệp sẽ tạo nên bộ cơ sở dữ liệu của Trung tâm, giúp tư vấn định kỳ về vấn đề theo dõi sinh viên tốt nghiệp và cập nhật, phát triển bảng câu hỏi khảo sát. Mạng lưới hỗ trợ nhu cầu phát triển giáo dục đại học trong trong nước nói chung, và chiến lược hiện tại của Bộ GD & ĐT nói riêng.

## 2. Các đơn vị tham gia dự án MOTIVE

### *CÁC ĐỐI TÁC VIỆT NAM*

#### 6. Trường Đại học Hà Nội (HANU)



#### 7. Học viện Công nghệ bưu chính viễn thông (PTIT)



#### 8. Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương (NUAE)



#### 9. Học viện Nông nghiệp Việt Nam (VNUA)



#### 10. Đại học Thái Nguyên (TNU)



#### 11. Học viện Báo chí và tuyên truyền



#### 12. Trường Đại học Nội vụ Hà Nội



#### 13. Trường Cao đẳng du lịch Hà Nội



MINISTRY OF CULTURE, SPORTS AND TOURISM OF VIETNAM

**HANOI TOURISM COLLEGE**

Address: 236 Hoang Quoc Viet Road, North Tu Liem District, Hanoi, Viet Nam



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

#### 14. Trường Đại học Hạ Long (HALOU)



#### 15. Bộ Giáo dục và Đào tạo (MOET)



#### 16. Hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Hà Nội - HanoiSME



### *CÁC ĐỐI TÁC QUỐC TẾ*

#### 1. Hiệp hội các trường đại học (ALMALAUREA) – điều phối viên, Italia



#### 3. Đại học Khoa học và ứng dụng (FH JOANNEUM), Áo



#### 1. Đại học Barcelona (UB), Tây Ban Nha



#### 4. Cơ quan tư vấn và di động quốc tế (INCOMA), Tây Ban Nha



#### 5. Cơ quan Đánh giá và Công nhận Chất lượng Quốc gia (ANECA), Tây Ban Nha



### 3. Kế hoạch truyền thông

#### 3.1 Mục đích và nguyên tắc

Tài liệu được thiết kế cho thành viên của dự án MOTIVE, sử dụng và cá nhân hóa theo từng đơn vị nhằm nâng cao công tác truyền thông về dự án ở địa phương, trong nước và quốc tế. Từ đó thúc đẩy sự tham gia của các bên liên quan và những người hưởng lợi từ dự án.

Kế hoạch nhằm mục đích đảm bảo thông tin được chia sẻ đúng đối tượng, kịp thời, hiệu quả.

Thuật ngữ “Truyền thông” và “Khai thác” được Erasmus+ định nghĩa trong Phụ lục II như sau:

**"Truyền thông"** là quá trình có kế hoạch, cung cấp thông tin về kết quả của chương trình cũng như những sáng kiến xuất sắc. Với các Chương trình Erasmus +, truyền thông giúp lan tỏa thông tin về những thành tựu và kết quả của dự án. Từ đó, giúp kết nối các bên liên quan, đồng thời làm giàu thêm cơ sở dữ liệu, hồ sơ của dự án. Để đạt được điều này, cần xây dựng quy trình từ khi bắt đầu và xác định rõ mục tiêu (bằng các câu hỏi như tại sao, cái gì, như thế nào, khi nào, cho ai và ở đâu) trong suốt quá trình thực hiện và sau khi hoàn thành dự án.

**"Khai thác"** là quá trình có kế hoạch, nhằm chuyển giao kết quả và sáng kiến cho người đứng đầu địa phương, khu vực hoặc quốc gia. Mặt khác, đây là quá trình thuyết phục người dùng đón nhận và/hoặc áp dụng sáng kiến. Đối với Erasmus +, khai thác là tối đa hóa tiềm năng của các hoạt động được tài trợ, thành quả có tính bền vững và khả năng duy trì lâu dài. Đặc biệt, dự án được bảo trợ bởi chương trình quốc tế hướng tới học tập suốt đời và hỗ trợ các chính sách của châu Âu trong lĩnh vực giáo dục, đào tạo, thanh niên và thể thao. Kết quả được điều chỉnh, cải tiến phù hợp nhu cầu của con người, khu vực; có khả năng duy trì sau khi kết thúc thời gian tài trợ; hoặc sử dụng để tác động đến chính sách và thực tiễn trong tương lai.

Mục tiêu chính của Đầu mục công việc số 5 trong dự án MOTIVE - các hoạt động truyền thông - là nâng cao nhận thức về dự án, làm cho dự án thành công và duy trì bền vững.

Truyền thông bằng cách tích hợp nhiều kênh khác nhau, các nguồn tài liệu khác nhau cũng như trao đổi thông tin trực tiếp tại các hội nghị, hội thảo.

Mục đích của truyền thông là lan tỏa kết quả của dự án ở cấp quốc gia và quốc tế, đặt nền móng cho sự phát triển bền vững của Trung tâm Quốc gia ngay cả khi kết thúc dự án. Điều phối viên và đối tác Châu Âu cần hợp tác, chung tay hướng tới các mục tiêu sau:

- i) Mô tả kết quả và tiềm năng của dự án để các bên liên quan thấy được lợi ích khi tham gia.
- ii) Thiết lập và duy trì mạng lưới thông tin liên lạc hiệu quả và kịp thời.
- iii) Xây dựng chiến lược thu hút sự quan tâm của nhóm mục tiêu trong các sự kiện công cộng.
- iv) Cung cấp số tay truyền thông cho các thành viên trong quá trình thực hiện dự án.

Những kết quả chính của dự án là: thiết lập trang thông tin từ khi dự án bắt đầu được triển khai, xây dựng nguồn tài liệu truyền thông (tài liệu quảng cáo, tờ rơi, áp phích và video) bằng tiếng Việt, tiếng Anh; tổ chức 09 hội thảo truyền thông.

### *3.2 Thời điểm truyền thông:*

**TRƯỚC** khi dự án bắt đầu:

- Xây dựng dự thảo kế hoạch truyền thông;
- Phát triển website Dự án;
- Thông báo cho đối tác và các bên liên quan các bước đầu tiên triển khai Dự án;
- Cân nhắc, lựa chọn thông tin truyền thông sẽ được phổ biến như thế nào và cho ai.

**TRONG** quá trình thực hiện dự án:

- Liên hệ với các phương tiện truyền thông có liên quan: ở cấp địa phương hoặc khu vực;
- Tiến hành các hoạt động thường xuyên như các buổi trao đổi thông tin, đào tạo, hướng dẫn, thẩm định;
- Đánh giá tác động đến các nhóm đối tượng;
- Thu hút sự tham gia của các bên liên quan khác nhằm chuyển giao kết quả cho người dùng cuối/các lĩnh vực mới/chính sách mới.
- Đặt quảng cáo về dự án cùng đường dẫn tới dự án Erasmus+ trên trang web của dự án

**GIAI ĐOẠN BÁO CÁO CUỐI CÙNG**

- Đăng tải kết quả của dự án và cập nhật mô tả kết quả dự án trên nền tảng Erasmus+

**SAU KHI** kết thúc dự án:

- Tiếp tục truyền thông, phổ biến dự án (như đã nói ở trên);



- Phát triển ý tưởng hợp tác trong tương lai;
- Đánh giá kết quả đạt được và tác động;
- Kết nối với các phương tiện truyền thông liên quan;
- Liên hệ với các nhà hoạch định chính sách (chính quyền địa phương, Bộ Giáo dục và Đào tạo, v.v.)
- Hợp tác với Ủy ban Châu Âu bằng cách cung cấp thông tin truyền thông có giá trị.

Cụ thể hơn, mục tiêu là:

- i) Thông báo cho các bên liên quan về lợi ích và tiến độ của dự án
- ii) Thu hút sự tham gia và khuyến khích sự tương tác của các bên liên quan
- iii) Thiết lập và duy trì mạng lưới thông tin liên lạc hiệu quả và kịp thời.

Kế hoạch và chiến lược truyền thông phải được ưu tiên triển khai ở cấp địa phương, sau đó là mở rộng ở cấp quốc gia và quốc tế. Kế hoạch phải rõ ràng, đầy đủ và kịp thời điều chỉnh cho phù hợp với nguồn lực sẵn có của từng đơn vị, phù hợp với cấu trúc của tổ chức nhằm tối ưu hóa mục tiêu.

Các hoạt động truyền thông của MOTIVE gồm chuỗi các hoạt động thu hút sự tham gia của nhiều bên liên quan, chủ yếu là sinh viên tốt nghiệp và cán bộ công nhân viên của các trường đại học.

### *3.3 Chiến lược truyền thông*

Chiến lược được thiết lập bởi các đối tác tham gia. Đặc biệt ở Việt Nam, mỗi đối tác đều hiểu rõ thông điệp cho nhóm mục tiêu. Chiến lược sẽ tập trung vào 3 vấn đề chính:

- A. Chiến lược truyền thông đa phương tiện kết hợp tài liệu, văn bản;
- B. Chiến lược sự kiện
- C. Làm việc trực tiếp tại cơ sở của các đối tác

**A. Chiến lược truyền thông đa phương tiện kết hợp tài liệu, văn bản:** Tất cả các đối tác sẽ tiếp tục:

- Cập nhật tin tức trên web (<https://motive-euproject.net/>)
- Tăng tương tác về Dự án trên các phương tiện truyền thông, mạng xã hội... (<https://www.facebook.com/euprojectmotive/>)
- Truyền thông về Dự án trên trang web của các đối tác (<https://motive-euproject.net/project-consortium/>)

- Thiết kế và truyền bá các tài liệu thuyết trình, xây dựng thương hiệu (Thông tin quảng bá, video bài phát biểu, tờ rơi, áp phích về tập huấn dự án) <https://motive-euproject.net/the-project/work-packages/wp-5-dissemination/testimonial-videos/testimonials-and-project-video-presentation/>

## B. Chiến lược sự kiện:

Trình bày kết quả dự án tại các sự kiện quốc gia và quốc tế; các sự kiện kế hoạch thuộc khuôn khổ dự án.

Cách thức triển khai (duy trì dự án sau khi kết thúc được trình bày chi tiết trong Sổ tay truyền thông)

<https://motive-euproject.net/events/follow-erasmusdays-2020/>

<https://motive-euproject.net/events/motive-project-presentation-by-moet/>

<https://motive-euproject.net/events/https-motive-euproject-net-events-motive-project-presentation-at-symposium-erasmus-capacity-building-programmes-of-yesterday-and-tomorrow/>

## C. Làm việc trực tiếp tại cơ sở của các đối tác

Cách làm hiệu quả là liên tục triển khai các hoạt động:

<https://motive-euproject.net/events/local-dissemination-avent-at-thay-nguyen-university-december-2020/>

<https://motive-euproject.net/events/local-dissemination-event-at-tay-bac-university-tbu-9-10-april-2021/>

<https://motive-euproject.net/events/2022-september-19-21-local-dissemination-event-at-da-lat-center-da-lat-city/>

Tất cả các đối tác của dự án đều kỳ vọng:

- Tiếp tục triển khai các sáng kiến liên quan đến truyền thông về dự án (sự kiện, ấn phẩm, tin tức, web, v.v.);
- Tuyên truyền thành quả đạt được từ các sản phẩm truyền thông (video, thông cáo báo chí, v.v.);
- Sử dụng mạng lưới thông tin và trang web để hỗ trợ phổ biến về dự án;
- Trình bày/giới thiệu dự án tại các hội nghị, hội thảo và sự kiện có liên quan;
- Thu hút, động viên các đối tác, các bên liên quan tham gia với vai trò là người truyền bá dự án.

Chiến lược truyền thông bao gồm:

- Tiếp cận các nhóm đối tượng (sinh viên, sinh viên tốt nghiệp, cán bộ nhân viên tại các trường đại học, các cơ quan công quyền);
- Phổ biến và truyền tải đến công chúng các hoạt động chính yếu;
- Lên lịch cho các hoạt động và công bố kết quả;
- Ý thức tự chịu trách nhiệm của tất cả các thành viên.

Các nguyên tắc chính:

- **Dễ tiếp cận:** dữ liệu, thông tin dễ dàng truy cập và tiếp cận rộng rãi. Sự trao đổi tích cực giữa các thành viên giúp nâng cao lợi ích chung của tất cả các nhóm mục tiêu.
- **Dễ hiểu:** kết quả từ Báo cáo theo dõi trình trạng sinh viên tốt nghiệp là thông tin được xã hội quan tâm.
- **Minh bạch:** Các công cụ truyền thông được chia sẻ công khai đối với các trường đại học thành viên.
- **Phù hợp:** các thông điệp và kết quả chính phải đồng nhất với mục tiêu của tất cả các nhóm. Sự hiện diện của Bộ Giáo dục và Đào tạo là vô cùng quan trọng (Bộ GD&ĐT là cơ quan của Chính phủ thực hiện chức năng quản lý nhà nước về mục tiêu phát triển giáo dục đại học). Đại diện Bộ GD&ĐT đã có những phát biểu ghi nhận mục tiêu của dự án.
- **Bền vững:** việc triển khai các hoạt động thúc đẩy và duy trì ngay cả khi dự án kết thúc: Báo cáo theo dõi tình trạng tốt nghiệp của Sinh viên là công cụ quan trọng so sánh với các chỉ số quốc tế (so sánh với sáng kiến Eurograd - Việc làm sinh viên tốt nghiệp ở EU).
- Mục tiêu chính của chiến lược truyền thông là đảm bảo tác động mạnh mẽ các kết quả dự án về tính phù hợp và tính bền vững.

## 4. Đối tượng mục tiêu: Các hành động và nội dung phổ biến

Kế hoạch truyền thông gồm các hoạt động nâng cao nhận thức và thu hút sự tham gia của các đối tác thụ hưởng/nhóm mục tiêu vào dự án MOTIVE:

### *4.1. Bộ Giáo dục & Đào tạo (MOET)*

Bộ Giáo dục và Đào tạo cùng các cơ sở giáo dục đại học coi việc Khảo sát sinh viên tốt nghiệp là hoạt động thường niên trong quản trị đại học ở Việt Nam. Khảo sát cung cấp thông tin về tình hình việc làm và khả năng tham gia vào thị trường lao động của sinh viên sau khi tốt nghiệp.

Kết quả là một trong các cơ sở để đăng ký chỉ tiêu tuyển sinh, đăng ký mở ngành đào tạo, đồng thời đề xuất khuyến nghị cải cách chương trình đào tạo.

### *4.2. Các cơ sở giáo dục đại học*

Từ năm 2017, Bộ Giáo dục và Đào tạo yêu cầu thủ trưởng các cơ sở đào tạo hàng năm đều phải triển khai khảo sát và báo cáo tình hình việc làm của sinh viên tốt nghiệp. Bộ GDĐT cần cơ sở dữ liệu tin cậy, kịp thời và cập nhật nhằm theo dõi tình trạng tốt nghiệp của sinh viên. Ngoài ra, các trường đại học cần đào tạo đội ngũ nhân viên (đối với các chương trình đào tạo mang tính cạnh tranh ở cấp độ quốc tế) cách khai thác dữ liệu và thực hiện khảo sát đáng tin cậy. Đội ngũ nhân viên được đào tạo về các sử dụng dữ liệu khảo sát từ bảng hỏi thông qua hoạt động nâng cao năng lực chuyên sâu của dự án. Ngoài ra, các công cụ và phương pháp đánh giá của dự án phù hợp với nhu cầu thị trường lao động. Dự án MOTIVE cung cấp cho các trường đại học một cơ sở dữ liệu đồng bộ về dữ liệu sinh viên tốt nghiệp (phát triển trên nền tảng Dự án VOYAGE) và một trung tâm nghiên cứu có khả năng khai thác dữ liệu, cung cấp thông tin cơ sở cho lãnh đạo các trường đại học chỉnh sửa chương trình đào tạo, quản lý nội bộ và cải cách giáo dục.

### *4.2 Sinh viên / sinh viên tốt nghiệp*

Sinh viên/sinh viên tốt nghiệp và phụ huynh có thêm tư liệu tham khảo về trường đại học, chất lượng đào tạo, những kỹ năng cần thiết để bước vào thị trường lao động bên cạnh các cơ hội việc làm của ngành học. Thông qua dự án MOTIVE, đối tượng thụ hưởng là các trường đại học được chuyển giao năng lực; sinh viên/sinh viên tốt nghiệp và phụ huynh được cập nhật về chất lượng giảng dạy cũng như cơ hội việc làm. Bằng cách tham gia khảo sát tình trạng việc làm, sinh viên đã đóng góp tích cực trong việc cải cách giáo dục, quản trị giáo dục đại học và thị trường lao động ở Việt Nam.

## **THÀNH VIÊN DỰ ÁN MOTIVE SẼ THỰC HIỆN NHỮNG CÔNG VIỆC GÌ**

### **Các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam:**

Thông báo, phổ biến tới sinh viên/sinh viên tốt nghiệp cách sử dụng và các tính năng của công cụ mới.

### **Cán bộ công nhân viên các trường đại học:**

Trước khi sinh viên tốt nghiệp, cán bộ phụ trách thông báo cho sinh viên tham gia khảo sát; giải thích cho sinh viên thấy tầm quan trọng của kết quả khảo sát với nền giáo dục quốc gia. Bên cạnh các trường thành viên - tập trung chủ yếu ở phía Bắc, dự án còn mở rộng liên kết tới các trường đại học phía Nam như Trường đại học Mở thành phố Hồ Chí Minh.

### **Bộ Giáo dục và Đào tạo**

Bộ GD&ĐT hỗ trợ các hoạt động và đưa ra quan điểm về chính sách, ưu tiên cho dự án. “Trung tâm theo dõi sinh viên tốt nghiệp của các cơ sở giáo dục đại học” (<http://news.motive.edu.vn/>) được Bộ Giáo dục và Đào tạo bảo.

### **Các đối tác châu Âu:**

Các đối tác Châu Âu hỗ trợ cung cấp thông tin, chuyển giao kinh nghiệm thực tiễn về hoạt động truyền thông cho các đối tác Việt Nam (bài viết, tin tức liên quan đến chủ đề Theo dõi sinh viên tốt nghiệp trên thế giới, Báo cáo của Hiệp hội các trường đại học về Theo dõi tình trạng tốt nghiệp tại Italia...).

### **Các doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp nước ngoài**

Thông qua Hội doanh nghiệp nhỏ và vừa Hà Nội (HanoiSME) cộng đồng doanh nghiệp chia sẻ thông tin tuyển dụng trong nước và quốc tế cho các trường đại học, đồng thời các trường đại học cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao cho doanh nghiệp và thị trường lao động.

### **Truyền thông tới sinh viên/sinh viên tốt nghiệp**

- a. Ai sẽ thông tin tới sinh viên? Tất cả các thành viên tham gia dự án **MOTIVE**.
- b. Khi nào thông tin tới sinh viên? Đối với sinh viên năm cuối, người phụ trách thông báo về Khảo sát tình trạng việc làm (khảo sát sẽ được thực hiện sau hai năm kể từ khi sinh viên tốt nghiệp). Cựu sinh viên sẽ nhận được email thông báo về trước khi tiến hành khảo sát tình trạng việc làm.

Năm 2022, Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành **Thông tư số 07** (<https://luatvietnam.vn/giao-duc/thong-tu-07-2022-tt-bgdtdt-quy-dinh-cong-tac-tu-van-nghe-nghiep-viec-lam-va-ho-tro-khoi-nghiep-221465-d1.html>) trong đó tại mục 4, Điều 5 “**Đối với cơ sở giáo dục đại học**” thông tư quy định rõ “**Tổ chức ngày hội việc làm, tuyển dụng cho sinh viên, tối thiểu 01 lần/năm học**”.

Như vậy, các trường đại học Việt Nam tham gia dự án đều nhất trí: thời điểm tổ chức ngày hội việc làm, tuyển dụng là thích hợp để phổ biến kết quả dự án và truyền thông cho sinh viên.

Diễn đàn “Nhà trường – Nhà tuyển dụng và Ngày hội việc làm sinh viên năm 2022 do Trường Đại học Hạ Long (Tp Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh) tổ chức là một minh chứng (<https://motive-euproject.net/events/2022-june-02-participation-at-university-employer-forum-and-students-career-day-2022-at-halong-university-province-of-quang-ninh/>).

Sổ tay truyền thông được cập nhật hàng năm với các sự kiện mới nhất dựa trên kế hoạch tổ chức chương trình tại các cơ sở giáo dục đại học.

- c. Phương thức nào? Đăng trên trang web chính thức của trường; phát tài liệu quảng bá tới sinh viên; gửi email tới cựu sinh viên mời tham gia khảo sát; thông báo thời điểm bắt đầu khảo sát trên web của Trung tâm.
- d. Địa điểm nào? Tại tất cả các cơ sở giáo dục đại học. Tài liệu và các thông tin tuyên truyền được cung cấp tới sinh viên (như lớp học, thư viện, văn phòng hướng nghiệp, văn phòng khoa v.v.) cũng như đăng tải trên trang web của các trường đại học đối tác (trong mục dành

riêng cho hợp tác quốc tế, các dự án, tin tức, v.v.). Tất cả các sự kiện và tin tức từ các cơ sở sẽ được công bố trên trang web của Dự án MOTIVE.

Các đối tác Việt Nam cùng kết nối, tăng cường phổ biến tác động và lợi ích của dự án cho chính đơn vị của mình và các đơn vị khác. Thành viên của dự án MOTIVE được khuyến khích tổ chức các hội nghị truyền thông thu hút sự gia nhập của các cơ sở giáo dục đại học.

Với vai trò là **đơn vị chủ trì Đầu mục công việc số 5, Học viện Báo chí và Tuyên truyền (AJC)** thực hiện xây dựng bảng số tham chiếu cho các hoạt động truyền thông, hướng tới các nhóm mục tiêu trong việc lập kế hoạch cho giải pháp mới, đặc biệt thông qua kinh nghiệm và chuyên môn trong lĩnh vực truyền thông. Học viện Báo chí và tuyên truyền sẽ đánh giá các kênh truyền thông tốt nhất phù hợp ở cấp quốc gia.

**AlmaLaurea** điều phối Hội nghị thường niên của AlmaLaurea và hỗ trợ một phần hoạt động truyền thông tại các cơ sở ở Việt Nam.

## 5. Công cụ và tài liệu dự án

### 5.1 Nhận diện thương hiệu

Việc thiết kế logo dự án cần đảm bảo yếu tố đồng bộ và nhất quán nhằm đem lại hiệu quả tốt nhất. Học viện Báo chí và tuyên truyền đề xuất ý tưởng xây dựng và phát triển bộ nhận diện. Logo dự án sẽ được lưu tệp ở các định dạng khác nhau. Mọi sự kiện, bài thuyết trình, bản tin, sản phẩm, tờ rơi, nhãn dán, v.v. đều sử dụng logo dự án.

### 5.2 Logo của Erasmus Plus

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Yêu cầu sử dụng logo ERASMUS+ trong tất cả các hoạt động, sự kiện, ấn phẩm và thiết bị của dự án. Phải nêu rõ các sự kiện và sản phẩm được tài trợ bởi Chương trình Erasmus + của Liên minh Châu Âu bằng nội dung sau: “Dự án được tài trợ bởi Liên minh Châu Âu. Quan điểm và ý kiến được trình bày trong ấn phẩm là của các tác giả, Liên minh Châu Âu không chịu trách nhiệm về những vấn đề này”.

Số dự án: 609781- EPP-1-2019-1-IT-EPPKA2-CBHE-SP.

Để có thêm thông tin về ERASMUS +, vui lòng truy cập: [https://eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity_en)

### 5.3 Giấy phép mã nguồn mở

Trừ khi có quy định cập nhật khác, tất cả sản phẩm của Dự án MOTIVE phải tuân thủ Giấy phép Creative Commons Ghi công - Chia sẻ 4.0. Điều này có nghĩa là:

(i) người dùng được tự do chia sẻ – sao chép và tái phân phối tài liệu bằng bất kỳ phương tiện hay định dạng nào; (ii) người dùng được chuyên thể, pha trộn và tạo mới dựa trên tài liệu gốc cho bất kỳ mục đích nào, kể cả mục đích thương mại; (iii) người dùng phải ghi liên kết đến giấy phép và chỉ ra những



thay đổi đã thực hiện; (iv) người dùng tuân thủ các điều kiện một cách hợp lý, nhưng không có nghĩa là người cấp phép ủng hộ.

#### *5.4 Trang web của Dự án*

Để tiếp cận được các đối tượng, dự án MOTIVE sử dụng một số kênh truyền, trong đó:

a) **Trang web dự án MOTIVE ([www.motive-euproject.net](http://www.motive-euproject.net))** và Logo: Trang web dự án là giao diện tương tác trực tiếp với người dùng, cho phép họ dễ dàng thu thập thông tin trực tuyến và vấn đề của các bên liên quan. Trang web được cập nhật định kỳ thông tin liên quan về dự án (biên bản, tài liệu nội bộ, thông tin liên lạc của EACEA, v.v.), các liên kết, công vào Trung tâm, v.v.

#### *5.5 Trang web tổ chức*

Thông tin về Dự án MOTIVE được đăng trên trang web của các đơn vị thành viên. Đây là yêu cầu của cơ quan tài trợ và là bước đầu tiên trong quá trình truyền thông. Trên trang web, trong Mục “Các bên tham gia”, người dùng có thể biết được thông tin về dự án từ mỗi đơn vị thành viên. Tất cả các đối tác được khuyến khích đăng tin tức trên trang web của họ (mỗi trường đại học thành viên dự án sẽ đặt vị trí liên kết dự án MOTIVE ở mục khác nhau: mục “Dự án quốc tế”, “Hợp tác quốc tế”, “Tin tức” hoặc “Các dự án”, v.v).

#### *5.6 Các cuộc họp dự án, hội nghị, hội thảo trong nước và quốc tế*

Họp nội bộ giúp trao đổi thông tin giữa đối tác trong ngoài nước và các bên liên quan, xác định vai trò/trách nhiệm, cập nhật tình hình dự án. Ban chỉ đạo và Nhóm chuyên gia thảo luận các vấn đề quan trọng, xác định những tồn tại hạn chế và đưa ra kế hoạch cải tiến. **Các cuộc họp truyền thông ở địa phương, hội nghị quốc gia và quốc tế:** tạo điều kiện tương tác trực tiếp giữa cộng đồng các nhà khoa học (sinh viên, giảng viên, cán bộ nhân viên các trường đại học) cũng như các cấp chính quyền địa phương. Những sáng kiến tương tự được thực hiện ở toàn quốc để quảng bá và thu hút các trường đại học khác tham gia vào hệ thống, củng cố tính bền vững của dự án.

Ở cấp quốc gia, thông báo cung cấp thông tin và lời mời tham gia dự án từ Bộ GD&ĐT sẽ tăng chất lượng của khảo sát đồng thời đóng góp thêm cho cơ sở dữ liệu thống kê ở cấp quốc gia.

Trong quá trình triển khai kế hoạch truyền thông, 9 hội nghị được tổ chức với sự góp mặt của đối tác Châu Âu:

1. **Sự kiện truyền thông lần 1 tại Học viện Công nghệ bưu chính viễn thông (PTIT)**, là hội thảo đầu tiên tại Việt Nam, nhằm tăng cường hiểu biết giữa các đối tác, thiết lập mạng lưới liên hệ trong cộng đồng học thuật;
2. **Sự kiện truyền thông lần thứ 2 tại Học viện Nông nghiệp Việt Nam (VNUA)**, Hội thảo 1 thuộc WP 4.1 "Cơ chế, cách tiếp cận đảm bảo chất lượng và quản trị đại học ở Việt Nam".
3. **Sự kiện truyền thông lần thứ 3 tại Đại học Thái Nguyên (TNU) Thái Nguyên, Việt Nam**, hội thảo thảo luận về cấu trúc và nội dung khảo sát.
4. **Sự kiện truyền thông lần thứ 4 tại Trường Đại học Nội vụ (HUHA) phân hiệu Quảng Nam, thành phố Quảng Nam**, Hội thảo liên quan đến xây dựng Dự thảo "Sổ tay phổ biến dự án" thuộc gói công việc 5.4 - WP 5.4;
5. **Sự kiện truyền thông lần thứ 6 tại Trường Đại học Hạ Long, (HALOU), thành phố Uông Bí**, Hội thảo "Bộ công cụ tự đánh giá năng lực cốt lõi đạt được trong quá trình đào tạo" thuộc gói công việc 4.2 - WP 4.2
6. **Sự kiện truyền thông lần thứ 7 tại Trường Cao đẳng du lịch Hà Nội (HTC)**, Hội thảo "Vai trò và tầm quan trọng của việc phân tích dữ liệu sinh viên tốt nghiệp".
7. **Sự kiện truyền thông lần thứ 8 tại Học viện Báo chí truyền thông Hà Nội (AJC)**, Hội thảo: "Chính sách dựa trên minh chứng và giáo dục đại học: Thực trạng, thách thức và cơ hội".
8. **Sự kiện truyền thông bổ sung lần thứ 9 tại Học viện Công nghệ bưu chính viễn thông – (PTIT) cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh;**
9. **Sự kiện truyền thông lần thứ 10 tại Trường Đại học Hà Nội (HANU)**, Hội nghị kết thúc dự án, Báo cáo các kết quả đạt được của dự án, trình bày **Báo cáo thí điểm** "Theo dõi xu hướng việc làm của sinh viên Việt Nam sau tốt nghiệp".

### *5.7. Thông cáo báo chí, tài liệu quảng cáo, mạng lưới và các phương tiện truyền thông xã hội*

- a) **Thông cáo báo chí:** thúc đẩy phổ biến rộng rãi các mục tiêu, sáng kiến, sự kiện, dịch vụ và thành tựu của dự án.

- b) Tài liệu quảng cáo:** bao gồm các bài thuyết trình về mục tiêu, nhóm mục tiêu và lợi ích của dự án; có thể tải tài liệu từ trang web của dự án MOTIVE (bản tiếng Anh và tiếng Việt).
- c) Hoạt động kết nối:** thành viên dự án MOTIVE sẽ được hưởng lợi từ việc mở rộng số lượng các bên liên quan (sinh viên, các trường đại học, công ty, tổ chức giáo dục đại học, v.v.) cũng như đảm bảo tính bền vững của dự án. Về mặt này, các thành viên sẽ trình bày những điểm mới của dự án trong những dịp thuận lợi như hội nghị, hội thảo có sự góp mặt của các cơ sở giáo dục chưa tham gia.
- d) Các phương tiện truyền thông xã hội:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền (AJC) đã sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội (trong đó chủ yếu là Facebook) để khai thác triệt để tiềm năng quảng bá, lan truyền về dự án. Học viện đã xây dựng và vận hành trang Facebook chính thức của dự án MOTIVE, đồng thời là đơn vị chịu trách nhiệm chia sẻ, đăng tải và cập nhật thông tin của dự án.

## 6 Kết luận

Các thành viên có trách nhiệm nối kết, chung tay xây dựng và phát triển dự án một cách bền vững, đặc biệt trong bối cảnh có sự tham gia của các trường đại học mới. Kết quả khảo sát là công cụ thúc đẩy khả năng tìm việc của sinh viên, giám sát hiệu quả chất lượng giáo dục đại học; phụ thuộc chính yếu vào quy mô của cơ sở dữ liệu (gồm hồ sơ của sinh viên và doanh nghiệp) cuối thời gian thực hiện dự án.

Từ việc tận dụng nguồn vốn của dự án Erasmus+ - VOYAGE, một chuỗi thành quả tiếp nối đã tạo ra cơ sở dữ liệu đồng nhất; tối đa hóa cơ hội liên hệ khảo sát trong tương lai.

Do vậy, nhóm nghiên cứu có thể sử dụng Kế hoạch truyền thông này trong suốt thời gian thực hiện dự án. Các cuộc khảo sát việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp được thực hiện sau một năm, ba năm hoặc năm năm hỗ trợ đánh giá hiệu quả sơ bộ về chất lượng đào tạo, giúp điều chỉnh chương trình phù hợp và đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp, xã hội.



**Sự thành công của Dự án MOTIVE phụ thuộc rất nhiều vào cam kết của các bên tham gia và khả năng tuyên truyền mục tiêu, lợi ích rõ ràng, rộng rãi, kịp thời và có chủ đích.**