

KẾ HOẠCH

Triển khai công tác truyền thông thực hiện Nghị quyết số 71-NQ/TW ngày 22/8/2025 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển giáo dục và đào tạo tại Trường Cao đẳng nghề An Giang

Căn cứ Kế hoạch số 145/KH-UBND, ngày 23/3/2026 của Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang Triển khai thực hiện Quyết định số 157/QĐ-TTg ngày 20/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Kế hoạch đẩy mạnh công tác truyền thông thực hiện Nghị quyết số 71-NQ/TW ngày 22/8/2025 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển giáo dục và đào tạo trên địa bàn tỉnh An Giang;

Căn cứ Quyết định số 3073/QĐ-CDN, ngày 31/8/2021 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng nghề An Giang, về việc ban hành Quy chế tổ chức, hoạt động của Trường Cao đẳng nghề An Giang.

Trường Cao đẳng nghề An Giang lập kế hoạch triển khai công tác truyền thông thực hiện Nghị quyết số 71-NQ/TW của Trường, nội dung cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Tổ chức triển khai đồng bộ, thống nhất và hiệu quả công tác truyền thông thực hiện Nghị quyết số 71-NQ/TW trong toàn Trường, bảo đảm bám sát định hướng chỉ đạo của cấp trên và phù hợp với điều kiện thực tiễn của Nhà trường.
- Nâng cao nhận thức chính trị, ý thức trách nhiệm và năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý, giảng viên, người lao động và học sinh, sinh viên; tạo sự thống nhất về tư tưởng và đồng thuận trong tổ chức thực hiện.
- Góp phần đổi mới tư duy quản trị giáo dục nghề nghiệp theo hướng hiện đại, hiệu quả, nâng cao chất lượng đào tạo, tăng cường gắn kết giữa đào tạo với nhu cầu thị trường lao động và yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội.
- Từng bước xây dựng và củng cố hình ảnh, uy tín và thương hiệu của Nhà trường trong hệ thống giáo dục nghề nghiệp của tỉnh theo hướng chuyên nghiệp, năng động và hội nhập.

2. Yêu cầu

- Việc triển khai công tác truyền thông phải bám sát quan điểm, mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp của Nghị quyết số 71-NQ/TW và Kế hoạch của tỉnh; bảo đảm sự lãnh đạo thống nhất của Đảng ủy, sự chỉ đạo điều hành của Ban Giám hiệu và phù hợp với điều kiện thực tiễn của Nhà trường.
- Công tác truyền thông được tổ chức có trọng tâm, trọng điểm, bảo đảm tính hệ thống, liên tục và hiệu quả; nội dung thông tin phải chính xác, kịp thời, có chiều sâu, phù hợp với điều kiện thực tiễn trong Nhà trường.
- Xác định rõ trách nhiệm của từng đơn vị, cá nhân trong tổ chức thực hiện;

gắn kết chặt chẽ công tác truyền thông với nhiệm vụ chuyên môn, công tác thi đua – khen thưởng và đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ.

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong truyền thông, đa dạng hóa phương thức, nâng cao tính tương tác và khả năng lan tỏa; phát huy vai trò chủ động, sáng tạo của các đơn vị, đặc biệt là đội ngũ giảng viên và học sinh sinh viên trong công tác truyền thông.

- Tăng cường kiểm tra, giám sát, đánh giá và kịp thời điều chỉnh nội dung, hình thức, phương thức truyền thông phù hợp với thực tiễn; chủ động nắm bắt, định hướng dư luận, xử lý thông tin phát sinh, góp phần giữ vững ổn định tư tưởng và môi trường giáo dục trong Nhà trường.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

- Tạo chuyển biến toàn diện, rõ nét và bền vững về nhận thức và hành động trong toàn Trường đối với việc triển khai Nghị quyết số 71-NQ/TW; bảo đảm sự thống nhất về tư tưởng, quyết tâm chính trị và tổ chức thực hiện trong đội ngũ cán bộ, giảng viên, người lao động và học sinh sinh viên.

- Xây dựng môi trường giáo dục nghề nghiệp theo hướng chủ động, đổi mới, thích ứng và phát triển, trong đó lấy chuyển đổi số, nâng cao chất lượng đào tạo và gắn kết với thị trường lao động làm trụ cột; từng bước nâng cao năng lực quản trị nhà trường theo hướng hiện đại, hiệu quả và hội nhập.

2. Mục tiêu cụ thể

a) Giai đoạn 2026 – 2030

- Bảo đảm 100% cán bộ quản lý, giảng viên, người lao động trong Nhà trường được quán triệt, phổ biến đầy đủ, kịp thời nội dung Nghị quyết số 71-NQ/TW bằng các hình thức phù hợp, thiết thực, hiệu quả; qua đó nâng cao nhận thức, trách nhiệm và năng lực tổ chức thực hiện.

- Bảo đảm 100% khoa, phòng chủ động triển khai kế hoạch truyền thông hoặc lồng ghép nội dung truyền thông vào hoạt động chuyên môn thường xuyên; duy trì nề nếp, bảo đảm tính liên tục, có kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh kịp thời.

- Củng cố và phát huy hiệu quả các kênh truyền thông chính thức của Nhà trường theo hướng ổn định, chuyên nghiệp và có khả năng lan tỏa, cụ thể:

- + Có ít nhất 01 chuyên mục truyền thông chuyên biệt trên Cổng thông tin điện tử của Trường, bảo đảm nội dung được cập nhật thường xuyên, có định hướng rõ ràng;

- + Vận hành ít nhất 01 kênh truyền thông số chính thức (fanpage, Zalo, YouTube), bảo đảm hoạt động ổn định, thông tin kịp thời, nội dung có chất lượng, phù hợp với đối tượng người học và xã hội.

- Hằng năm, tổ chức tối thiểu 01 hội thảo hoặc hoạt động truyền thông quy mô cấp Trường trở lên, bảo đảm nội dung có chiều sâu, gắn với nhiệm vụ trọng tâm và định hướng phát triển của Nhà trường.

- Duy trì hoạt động truyền thông thường xuyên trên các kênh chính thức, với tần suất từ 05 đến 10 tin, bài/tháng, bảo đảm nội dung chính xác, kịp thời, có tính định hướng và khả năng lan tỏa.

- Xây dựng và lựa chọn tối thiểu 03 mô hình điển hình về đào tạo gắn với doanh nghiệp để tổ chức truyền thông, góp phần lan tỏa các cách làm hiệu quả, nâng cao chất lượng đào tạo và uy tín của Nhà trường.

- Phân đầu tối thiểu 70% cán bộ, viên chức phụ trách hoặc tham gia công tác truyền thông được đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực, kỹ năng truyền thông trong lĩnh vực giáo dục nghề nghiệp; từng bước đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số, truyền thông đa nền tảng và chuyên nghiệp hóa công tác truyền thông của Nhà trường.

b) Giai đoạn 2030 – 2035

- Bảo đảm 100% cán bộ quản lý, giảng viên, người lao động tiếp tục được cập nhật, quán triệt thường xuyên các chủ trương, chính sách mới về giáo dục và đào tạo; hình thành năng lực tự truyền thông, tự thích ứng và dẫn dắt đổi mới trong từng vị trí công tác.

- Nâng cao chất lượng hoạt động truyền thông tại 100% khoa, phòng theo hướng chuyên nghiệp, có chiều sâu và gắn chặt với kết quả đầu ra, trở thành một cấu phần quan trọng trong quản trị đơn vị.

- Phát triển hệ thống truyền thông của Nhà trường theo hướng đồng bộ, hiện đại và đa nền tảng, trong đó:

- + Công nghệ thông tin điện tử của Nhà trường trở thành nền tảng tích hợp thông tin, dữ liệu truyền thông, phục vụ hiệu quả công tác chỉ đạo, điều hành và hoạt động truyền thông của Nhà trường.

- + Các kênh truyền thông số của Nhà trường được xây dựng, vận hành ổn định, chuyên nghiệp; bảo đảm tính tương tác cao, khả năng lan tỏa và chủ động định hướng thông tin trong lĩnh vực giáo dục nghề nghiệp.

- Phân đầu 100% cán bộ làm công tác truyền thông được đào tạo, bồi dưỡng chuyên sâu; từng bước hình thành đội ngũ truyền thông chuyên nghiệp, có khả năng sản xuất nội dung đa phương tiện và thích ứng với môi trường truyền thông số.

- Từng bước ứng dụng hiệu quả công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI) trong quản trị, sản xuất và phân phối nội dung truyền thông; góp phần nâng cao hiệu quả, tính kịp thời và khả năng lan tỏa thông tin.

- Đưa công tác truyền thông trở thành công cụ quản trị chiến lược, gắn với tuyển sinh, nâng cao chất lượng đào tạo, kết nối doanh nghiệp và phát triển thương hiệu Nhà trường trong hệ thống giáo dục nghề nghiệp khu vực và quốc gia.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Đẩy mạnh truyền thông, phổ biến, nâng cao nhận thức về phát triển giáo dục và đào tạo

- Tổ chức triển khai công tác truyền thông, phổ biến Nghị quyết số 71-NQ/TW theo hướng đồng bộ, thường xuyên, có trọng tâm, trọng điểm, nhằm nâng cao nhận thức, tạo sự thống nhất về tư tưởng và hành động trong toàn Trường.

- Tổ chức các hình thức quán triệt phù hợp như: hội nghị cấp Trường, sinh hoạt chuyên đề tại các khoa, phòng, bảo đảm nội dung được truyền đạt đầy đủ, thiết thực, gắn với nhiệm vụ cụ thể của từng đơn vị.

- Chủ động xây dựng các sản phẩm truyền thông đa dạng như: tin, bài, video, infographic, đăng tải trên Cổng thông tin điện tử và các nền tảng số của Nhà trường; bảo đảm thông tin chính xác, kịp thời, có định hướng và phù hợp với từng nhóm đối tượng.

- Tập trung truyền thông các nội dung trọng tâm: đổi mới giáo dục nghề nghiệp; gắn đào tạo với doanh nghiệp; chuyển đổi số trong đào tạo và quản trị nhà trường, góp phần chuyển hóa nhận thức thành hành động cụ thể.

2. Tăng cường công tác truyền thông nội bộ

- Tổ chức công tác truyền thông nội bộ theo hướng liên tục, có hệ thống và đi vào chiều sâu, góp phần củng cố sự thống nhất về nhận thức, nâng cao tinh thần trách nhiệm và kỷ cương trong toàn Trường.

- Khai thác hiệu quả các kênh truyền thông nội bộ như: website, thư điện tử công vụ, bản tin nội bộ, mạng xã hội chính thống, bảo đảm thông tin được cung cấp kịp thời, chính xác và có định hướng.

- Xây dựng các chuyên mục truyền thông gắn với nhiệm vụ chuyên môn, tập trung phản ánh kết quả hoạt động, mô hình hay, cách làm hiệu quả, gương điển hình tiên tiến, qua đó tạo động lực thi đua và lan tỏa giá trị tích cực.

- Phát huy vai trò của đội ngũ cán bộ quản lý, giảng viên và người học trong tham gia truyền thông; từng bước hình thành mạng lưới truyền thông nội bộ chủ động, đa chiều và hiệu quả.

3. Chú trọng đẩy mạnh truyền thông gắn kết đào tạo với doanh nghiệp và thị trường lao động

- Tăng cường truyền thông theo hướng gắn với thực tiễn đào tạo và nhu cầu thị trường lao động, góp phần khẳng định vai trò của giáo dục nghề nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực.

- Tập trung truyền thông các nội dung: kết quả đào tạo gắn doanh nghiệp; tỷ lệ việc làm sau tốt nghiệp; ngành nghề trọng điểm; kỹ năng nghề và kỹ năng số, đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số và hội nhập.

- Xây dựng các sản phẩm truyền thông có chiều sâu như: video nghề, phóng sự, câu chuyện người học thành công, mô hình hợp tác hiệu quả giữa Nhà trường và doanh nghiệp, nâng cao sức lan tỏa trong xã hội.

- Tăng cường phối hợp với doanh nghiệp, cơ quan báo chí trong công tác truyền thông; phát huy vai trò doanh nghiệp trong đồng hành, phản hồi và lan tỏa thông tin, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và uy tín Nhà trường.

4. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong truyền thông

- Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong tổ chức và triển khai hoạt động truyền thông theo hướng hiện đại, linh hoạt, đa nền tảng.

- Nâng cấp, hoàn thiện Công nghệ thông tin điện tử và các kênh truyền thông số của Nhà trường; bảo đảm tính đồng bộ, liên thông, dễ tiếp cận và thân thiện với người dùng.

- Đa dạng hóa hình thức truyền thông như: video ngắn, infographic, truyền thông đa phương tiện, phù hợp với xu hướng tiếp cận thông tin của người học và xã hội.

- Từng bước ứng dụng công nghệ số và các công cụ hiện đại trong giảng dạy và quản lý đào tạo, nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, hiệu quả quản trị và khả năng thích ứng với yêu cầu chuyển đổi số.

5. Bồi dưỡng, nâng cao năng lực đội ngũ làm công tác truyền thông

- Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng nhằm nâng cao năng lực chuyên môn, kỹ năng truyền thông, kỹ năng số cho đội ngũ cán bộ, viên chức tham gia công tác truyền thông.

- Phân công đầu mối phụ trách truyền thông tại các đơn vị; từng bước chuyên nghiệp hóa hoạt động truyền thông trong Nhà trường.

- Khuyến khích cán bộ, giảng viên, người học tham gia sáng tạo nội dung truyền thông; phát huy tinh thần chủ động, sáng tạo và trách nhiệm trong cung cấp thông tin.

6. Tăng cường kiểm tra, giám sát, đánh giá và định hướng thông tin

- Thiết lập cơ chế theo dõi, kiểm tra, đánh giá việc triển khai công tác truyền thông tại các đơn vị; bảo đảm thực hiện đúng định hướng, có hiệu quả, tránh hình thức.

- Định kỳ tổ chức sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện; kịp thời điều chỉnh nội dung, phương thức truyền thông phù hợp với thực tiễn.

- Chủ động nắm bắt tình hình dư luận liên quan đến giáo dục và đào tạo; kịp thời phát hiện, xử lý hoặc tham mưu xử lý các thông tin sai lệch, góp phần giữ vững ổn định tư tưởng và uy tín của Nhà trường.

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN

- Kinh phí thực hiện Kế hoạch được bảo đảm từ các nguồn ngân sách chi thường xuyên của Nhà trường theo quy định; nguồn kinh phí lồng ghép từ các chương trình, đề án, nhiệm vụ có liên quan; và các nguồn huy động xã hội hóa hợp pháp khác.

- Việc quản lý, sử dụng kinh phí phải tuân thủ đúng quy định của pháp luật hiện hành, đồng thời bảo đảm nguyên tắc tiết kiệm, hiệu quả, đúng mục đích, có trọng tâm, trọng điểm và gắn với sản phẩm, kết quả đầu ra cụ thể; ưu tiên bố trí nguồn

lực cho các hoạt động truyền thông có tính lan tỏa cao, tác động trực tiếp đến chất lượng đào tạo và uy tín của Nhà trường.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Ban Giám hiệu

Chỉ đạo toàn diện việc triển khai Kế hoạch; định hướng nội dung, thông điệp truyền thông; phê duyệt các chương trình, sản phẩm truyền thông trọng tâm; kiểm tra, đôn đốc và đánh giá kết quả thực hiện trong toàn Trường.

2. Phòng Đào tạo – Nghiên cứu khoa học

Tham mưu tổ chức triển khai Kế hoạch trong toàn Trường; hướng dẫn, đôn đốc các đơn vị thực hiện; lồng ghép nội dung truyền thông vào hoạt động giảng dạy và quản lý đào tạo, bảo đảm tính đồng bộ và hiệu quả.

3. Các phòng, khoa

Căn cứ Kế hoạch của Nhà trường tổ chức triển khai tại đơn vị; lồng ghép nội dung truyền thông vào hoạt động chuyên môn; chịu trách nhiệm về tiến độ, chất lượng và hiệu quả công tác truyền thông trong phạm vi quản lý.

4. Ban Công tác chuyển đổi số

Quản lý và vận hành các kênh truyền thông chính thức của Nhà trường (website, mạng xã hội...); tổ chức sản xuất, biên tập và đăng tải nội dung bảo đảm chính xác, kịp thời, đúng định hướng; phối hợp với các đơn vị trong xây dựng sản phẩm truyền thông có chất lượng và sức lan tỏa.

5. Đoàn thanh niên

Tổ chức các hoạt động truyền thông trong học sinh, sinh viên; lồng ghép nội dung tuyên truyền vào phong trào Đoàn; phát huy vai trò của đoàn viên, sinh viên trong lan tỏa thông tin tích cực trên các nền tảng số, góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông của Nhà trường.

Nơi nhận:

- BGH;
- Các Phòng, Khoa;
- Lưu: VT, ĐTNCKH, ntsang.

KT. HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG

Lê Việt Phương