



Thực trạng và biện pháp quản lý hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên tại Trường Đại học Sài Gòn

Trần Tú Uyên

Học viên cao học (Khóa 24.1), Ngành Quản lý giáo dục, Trường Đại học Sài Gòn

THÔNG TIN BÀI BÁO

Quá trình xử lý:

Ngày nhận bài: 26/01/2026

Ngày nhận bản chỉnh sửa: 05/02/2026

Ngày nhận đăng: 09/02/2026

Ngày xuất bản: 20/02/2026

Từ khóa:

Quản lý hoạt động;

Truyền thông sự kiện;

Sinh viên;

Thực trạng và biện pháp.

TÓM TẮT

Trong bối cảnh đổi mới và hội nhập hiện nay, hoạt động truyền thông sự kiện trong trường học có những bước phát triển mạnh mẽ, kéo theo yêu cầu gia tăng vai trò, hiệu quả quản lý hoạt động truyền thông cho sinh viên của các trường đại học. Bài viết tập trung khảo cứu, phân tích các vấn đề lý luận cơ bản về quản lý truyền thông sự kiện; thực hiện khảo sát bằng phiếu hỏi các phương diện khác nhau của thực trạng quản lý hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên tại Trường Đại học Sài Gòn. Sáu biện pháp đề xuất trong nghiên cứu này kỳ vọng có thể góp phần nâng cao hiệu quả quản lý truyền thông sự kiện cho sinh viên trên các phương diện: quản trị đội ngũ, cải thiện năng lực truyền thông số, chuyển giao quyền chủ động cho sinh viên,...

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Quản lý hoạt động truyền thông (TT) sự kiện trong giáo dục đại học (ĐH) là một quá trình bao gồm lập kế hoạch, tổ chức, thực hiện và đánh giá các chiến lược TT nhằm đạt được các mục tiêu chiến lược của trường ĐH. Các hoạt động này bao gồm xây dựng hình ảnh thương hiệu, quảng bá chương trình đào tạo, TT cho các sự kiện học thuật và văn hóa cũng như duy trì mối quan hệ với các bên liên quan như sinh viên (SV), giảng viên (GV), đối tác và cộng đồng. Theo nghiên cứu của Jones và Liu (2020), quản lý TT hiệu quả trong các cơ sở giáo dục ĐH quốc tế đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các phòng ban và khả năng thích ứng với các bối cảnh văn hóa đa dạng. Theo nghiên cứu của Lê Việt Tiên (2021), trong bối cảnh giáo dục ĐH ngày càng cạnh tranh và hội nhập, việc “quản lý hoạt động TT đến người học có vai trò vô cùng quan trọng trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu, nâng cao sức cạnh tranh cho nhà trường”.

Trong những năm gần đây, hoạt động TT sự kiện ở các trường ĐH tại Việt Nam được đánh giá tích cực trên nhiều phương diện, như: nâng cao hiệu quả lan tỏa và tiếp cận, chuyên nghiệp và hiện đại hơn, tăng khả năng kết nối và truyền cảm hứng. Các văn bản pháp lý của Bộ GD&ĐT cũng đặt ra yêu cầu thường xuyên cập nhật, công bố thông tin về hoạt động học thuật, tài chính, nhân sự, quy trình đánh giá giáo dục,... tại các cơ sở giáo dục ĐH. Đây là một trong những cơ sở quan trọng thúc đẩy nhà trường gia tăng vai trò của TT sự kiện, đẩy mạnh hơn nữa việc quản lý TT sự kiện. Trong bối cảnh đó, Trường ĐH Sài Gòn đã hoạch định chiến lược cụ thể cho công tác TT, điều chỉnh tên gọi Trung tâm Tổ chức Sự kiện và Du lịch thành Phòng Truyền thông và Tổ chức Sự kiện, duy trì các kênh TT như website, fanpage chính thức, cổng thông tin tuyển sinh và nhiều ấn phẩm TT nội bộ khác. Mặc dù vậy, các khảo cứu thực trạng bước đầu cho thấy, công tác quản lý TT sự kiện cho SV tại trường vẫn còn một số hạn chế, như: việc xây dựng kế hoạch TT còn mang tính ngắn hạn, chưa có kế hoạch TT tổng thể cho từng sự kiện dẫn đến tình trạng bị động, nội dung TT đôi khi chưa thực sự bám sát nhu cầu, tâm lý và xu hướng tiếp nhận thông tin của SV trong kỉ nguyên số,... Bên cạnh đó, việc chưa có quy chế rõ ràng về sự phối hợp giữa các đơn vị trong trường cũng dẫn đến tình trạng triển khai hoạt động TT thiếu thống nhất, khó đánh giá hiệu quả tổng thể. Việc ứng dụng công nghệ số trong TT cũng bộc lộ một số hạn chế như chưa tận dụng hiệu quả các nền tảng trực tuyến (fanpage, website, livestream, infographic), chưa khai thác

Tác giả liên hệ: Trần Tú Uyên;

Địa chỉ e-mail: ttuyen@sgu.edu.vn

DOI: <https://doi.org/10.26459/jse.024.2026>

một số công cụ đo lường mức độ tương tác để điều chỉnh nội dung phù hợp. Các khảo cứu đến thời điểm hiện tại cũng xác nhận rằng chưa có một nghiên cứu khoa học đầy đủ về lý luận, thực trạng và giải pháp pháp thực hiện công tác TT và quản lý TT sự kiện cho SV tại Trường ĐH Sài Gòn.

Nghiên cứu này, chính vì thế, không chỉ có ý nghĩa trong việc đánh giá đúng thực trạng hiện nay của công tác TT sự kiện tại Trường ĐH Sài Gòn mà còn góp phần nâng cao hiệu quả quản lý TT sự kiện cho SV trong giai đoạn phát triển mới. Các biện pháp đề xuất trong nghiên cứu này cũng kì vọng tạo nên những chuyển biến tích cực trong công tác quản lý TT sự kiện cho SV trước những nhiệm vụ, thách thức mới của giáo dục ĐH ở Việt Nam cũng như trên thế giới.

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Khái lược về quản lý hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên tại trường đại học

2.1.1. Các khái niệm liên quan

- Hoạt động TT sự kiện

Hoạt động TT sự kiện là quá trình lan tỏa thông tin về một sự kiện cụ thể thông qua các phương tiện TT để thu hút sự chú ý của công chúng, tạo sự quan tâm và mong muốn tham gia. Khái niệm TT sự kiện gắn bó mật thiết với tri thức về “truyền thông” và “sự kiện”; và từ những khảo cứu lý thuyết, chúng tôi đề xuất cách hiểu khái lược về hoạt động TT sự kiện nói chung, hoạt động TT sự kiện cho SV tại các trường ĐH như sau:

- Hoạt động TT sự kiện cho SV tại trường ĐH là một dạng TT có mục đích, được triển khai trên cơ sở các sự kiện giáo dục – văn hóa – xã hội trong môi trường ĐH, nhằm truyền tải thông tin, định hướng nhận thức và thúc đẩy hành vi tham gia của SV. Hoạt động TT sự kiện cho SV thường được xem là sự kết hợp giữa TT giáo dục và TT sự kiện, được thực hiện qua nhiều phương thức trực tiếp, gián tiếp hoặc kết hợp.

- Hoạt động TT sự kiện cho SV tại trường ĐH sử dụng đa dạng kênh TT truyền thông và TT số (như mạng xã hội, website, ấn phẩm, sân khấu, diễn đàn,...), gắn với mục đích tăng cường tương tác hai chiều giữa nhà trường và SV, quảng bá hình ảnh, giá trị và thương hiệu ĐH, đồng thời tạo môi trường trải nghiệm, rèn luyện kĩ năng, củng cố tinh thần cộng đồng và bản sắc học đường cho người học.

- Quản lý hoạt động TT sự kiện

Khởi tạo từ các khái niệm nền tảng về TT, sự kiện, TT sự kiện và quản lý (được đề cập chi tiết trong nghiên cứu của tác giả Nguyễn Thị Mỹ Lộc (2009)), có thể hiểu rằng quản lý hoạt động TT sự kiện trong môi trường ĐH là một quá trình phức hợp, vừa mang tính giáo dục vừa mang tính chiến lược TT. Dưới góc độ quản lý, hoạt động TT sự kiện không chỉ là việc điều hành kĩ thuật hay kiểm soát thông tin mà còn là quá trình hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra một cách khoa học, có hệ thống nhằm đảm bảo mọi hoạt động TT sự kiện được thực hiện đúng mục tiêu, thông điệp, phù hợp đối tượng. Quản lý hoạt động TT sự kiện cho SV tại trường ĐH mang những đặc tính riêng biệt, cụ thể, gắn với quá trình chủ thể quản lý (nhà trường, các Khoa, Phòng Ban chức năng, các tổ chức đoàn thể trong nhà trường) thực hiện một chuỗi hoạt động như kế hoạch hóa, tổ chức, chỉ đạo, kiểm tra toàn bộ hoạt động TT liên quan đến sự kiện học thuật, văn hóa, xã hội, hướng nghiệp,... dành cho SV.

Trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập giáo dục hiện nay, quản lý TT sự kiện còn mang ý nghĩa chiến lược, giúp nhà trường mở rộng không gian giao tiếp số, đổi mới phương thức tiếp cận SV, qua đó nâng cao hiệu quả TT giáo dục và khẳng định vị thế của trường ĐH. Tương ứng với hoạt động TT sự kiện, việc quản lý cũng bao gồm toàn bộ quá trình giám sát, phê duyệt đánh giá,... hoạt động xây dựng, triển khai, duy trì các hình thức thông tin – quảng bá liên quan đến một sự kiện cụ thể trong trường ĐH.

2.1.2. Tầm quan trọng của hoạt động quản lý truyền thông sự kiện cho sinh viên tại trường đại học

Trong bối cảnh các trường ĐH cạnh tranh về chất lượng đào tạo, trải nghiệm người học và hình ảnh thương hiệu, hoạt động TT sự kiện dành cho SV đã trở thành một cấu phần quan trọng trong quản trị nhà trường. Nhiều công trình khảo nghiệm thực tiễn, trong đó có nghiên cứu của Đinh Hồng Nhung và Đặng Thị Việt Hòa (2022) đã nhấn mạnh tầm quan trọng của hoạt động quản lý TT sự kiện trong các cơ sở giáo dục ĐH. Quản lý hoạt động TT sự kiện có ý nghĩa như một cơ chế bảo đảm để các sự kiện được tổ chức và lan tỏa đúng định hướng, đúng đối tượng, đúng thời điểm, đồng thời phát huy tối đa vai trò giáo dục và sức ảnh hưởng của nhà trường đối với SV và cộng đồng. Vị trí, ý nghĩa và tầm quan trọng của quản lý TT sự kiện cho SV tại trường ĐH thể hiện trên những phương diện cơ bản sau:

- Quản lý giúp kiến tạo TT sự kiện từ hoạt động rời rạc thành một quá trình có mục tiêu và có hệ thống. Nếu không quản lý, TT dễ mắc phải những sai lầm như nội dung thiếu thống nhất, thông điệp không rõ ràng, chạy theo hình thức; ngược lại, khi được quản lý tốt, truyền thông được định hướng theo mục tiêu cụ thể (nhận biết – tham gia – trải nghiệm – lan tỏa – duy trì cộng đồng), có kế hoạch theo giai đoạn (trước – trong – sau sự

kiện), có tiêu chuẩn về nội dung và nhận diện, nhờ đó nâng cao tính nhất quán, tránh lãng phí nguồn lực và tăng xác suất đạt kết quả thực chất (đặc biệt là tỉ lệ tham dự và mức độ hài lòng của SV).

- Quản lý TT sự kiện đảm bảo hiệu quả phối hợp liên đơn vị trong nhà trường. Quản lý ở đây không chỉ là “phân việc” mà là thiết lập cơ chế phối hợp: đầu mối chịu trách nhiệm, quy trình duyệt nội dung, lịch TT, thống nhất kênh và thông điệp, quy định xử lý phát sinh; nhờ đó hạn chế mâu thuẫn, chông chéo, bỏ sót việc và giúp toàn bộ hệ thống vận hành đồng bộ như một “chuỗi cung ứng TT”.

- Quản lý TT sự kiện giữ vai trò kiểm soát rủi ro và bảo vệ uy tín nhà trường. TT luôn đi kèm rủi ro: thông tin sai lệch, hình ảnh nhạy cảm, phản ứng tiêu cực, tranh luận trên mạng xã hội, sự cố livestream, khủng hoảng nhỏ phát sinh từ một bình luận hoặc một chi tiết không phù hợp. Quản lý tốt TT sự kiện giúp nhà trường đảm bảo các nguyên tắc và kịch bản TT, chính vì vậy nó thường được xem là “hệ thống phanh an toàn” để công tác TT vừa năng động vừa đảm bảo tính chuẩn mực.

- Quản lý TT sự kiện góp phần trực tiếp vào chất lượng giáo dục và phát triển năng lực SV. Sự kiện trong trường ĐH không chỉ nhằm tạo sân chơi, mà còn mang chức năng giáo dục: bồi dưỡng kỹ năng, thái độ, giá trị sống và năng lực nghề nghiệp. Khi TT sự kiện được quản lý theo hướng có chủ đích, SV không chỉ là người nhận thông tin mà có thể trở thành người tham gia sản xuất nội dung, vận hành kênh truyền thông, làm cộng tác viên sự kiện,... Quản lý TT sự kiện đảm bảo tạo ra giá trị giáo dục thật sự, trở thành “môi trường thực hành” giúp SV rèn năng lực TT, làm việc nhóm, tổ chức, tư duy sáng tạo và trách nhiệm cộng đồng.

- Quản lý TT sự kiện là phương tiện xây dựng văn hóa học đường và thương hiệu nhà trường một cách bền vững. Hình ảnh nhà trường trong mắt SV và xã hội không chỉ đến từ chương trình đào tạo mà còn đến từ trải nghiệm sự kiện và cách nhà trường giao tiếp với người học. Một sự kiện được TT tốt sẽ tạo cảm giác chuyên nghiệp, tôn trọng người học, đồng thời truyền tải giá trị cốt lõi và bản sắc của trường. Quản lý TT giúp nhà trường kể một câu chuyện thương hiệu nhất quán qua từng sự kiện, tích lũy niềm tin và sự gắn kết.

- Quản lý TT sự kiện tạo nền tảng đo lường – đánh giá – cải tiến liên tục, giúp hoạt động TT sự kiện đạt được chất lượng cao. Quản lý TT tốt, nhà trường có thể đo lường theo dữ liệu (tiếp cận, tương tác, đăng kí, tham dự, mức độ hài lòng, phản hồi nội dung, hiệu quả kênh, chi phí/hiệu quả,...), rút kinh nghiệm và chuẩn hóa thành quy trình để phát triển bền vững.

2.2. Thực trạng quản lý hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên tại trường đại học Sài Gòn

2.2.1. Thông tin cơ bản về hoạt động khảo sát thực trạng

- Mục đích và phương pháp khảo sát: Khảo sát khách quan, toàn diện thực trạng quản lý hoạt động TT sự kiện cho SV tại Trường ĐH Sài Gòn thông qua các câu hỏi đo nghiệm. Kết quả khảo sát được phân tích theo thang đo Likert 05 mức độ. Giá trị khoảng cách = (Maximum – Minimum)/n = (5-1)/5 = 0.8. Ý nghĩa ĐTB được quy ước như sau:

Điểm	Mức độ đánh giá	Diễn giải mức độ
1	$1.00 \leq \text{ĐTB} \leq 1.80$	Hoàn toàn không quan trọng/ Hoàn toàn không đồng ý/ Yếu
2	$1.81 \leq \text{ĐTB} \leq 2.60$	Không quan trọng/ Không đồng ý/ Trung bình
3	$2.61 \leq \text{ĐTB} \leq 3.40$	Bình thường/ Khá
4	$3.41 \leq \text{ĐTB} \leq 4.20$	Quan trọng/ Đồng ý/ Khá Tốt
5	$4.21 \leq \text{ĐTB} \leq 5.00$	Rất quan trọng/ Hoàn toàn đồng ý/ Tốt

- Nội dung khảo sát trọng tâm: Thực trạng quản lý hoạt động TT sự kiện cho SV tại Trường ĐH Sài Gòn và một số ảnh hưởng của các yếu tố khách quan, chủ quan đến hoạt động TT sự kiện cho SV.

- Đối tượng khảo sát: Để đo thực trạng quản lý hoạt động TT sự kiện cho SV, chúng tôi thực hiện khảo sát 50 viên chức người lao động (VCNLĐ) hiện đang công tác tại các Khoa, Phòng Ban, tổ chức đoàn thể. Đối tượng khảo sát có tỉ lệ nam nữ tương đối cân bằng, thâm niên công tác đều từ 3 năm trở lên, trong đó có 22 người có thâm niên >10 năm.

2.2.2. Đánh giá các phương diện của thực trạng quản lý hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên tại trường Đại học Sài Gòn

2.2.2.1. Thực trạng nhận thức về tầm quan trọng của quản lý hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên

Kết quả khảo sát tại bảng 1 cho thấy VCNLD có nhận thức rất tích cực và thống nhất về tầm quan trọng của quản lý hoạt động TT sự kiện cho SV. Cụ thể, cả 06 nội dung đều đạt mức “rất quan trọng”, với ĐTB dao động từ 4.50 đến 4.70, phản ánh quản lý TT sự kiện được nhìn nhận như một yếu tố thiết yếu trong hoạt động quản trị nhà trường. Nội dung được đánh giá cao nhất là [1] (ĐTB: 4.70; XH: 1), cho thấy VCNLD đặc biệt coi trọng tính bài bản và định hướng ngay từ đầu để đảm bảo hiệu quả TT. Vai trò của quản lý trong tăng hiệu quả phối hợp giữa các đơn vị nhằm triển khai TT đồng bộ (ĐTB: 4.62; XH: 2) cũng được khẳng định, nhấn mạnh chức năng điều phối nguồn lực và hạn chế tình trạng chông chéo hoặc đứt gãy thông tin. Bên cạnh đó,

quản lý hoạt động TT sự kiện còn được đánh giá là rất quan trọng trong kiểm soát rủi ro TT và bảo vệ uy tín nhà trường trước các tình huống phát sinh như thông tin sai lệch, phản hồi tiêu cực hay sự cố TT (ĐTB: 4.62; XH: 3).

Bảng 1. Nhận thức của VCNLD về tầm quan trọng (QT) của quản lý hoạt động TT sự kiện

STT	Nội dung	Đối tượng VCNLD			
		ĐTB	ĐLC	XH	Mức độ
1	Quản lý hoạt động TT sự kiện giúp định hướng mục tiêu và xây dựng quy trình TT có hệ thống (trước – trong – sau sự kiện)	4.70	0.54	1	Rất QT
2	Quản lý hoạt động TT sự kiện giúp tăng hiệu quả phối hợp giữa các đơn vị (Khoa, Phòng ban, Đoàn – Hội, CLB/đội nhóm,...) để triển khai đồng bộ.	4.62	0.56	2	Rất QT
3	Quản lý hoạt động TT sự kiện có vai trò quan trọng trong việc kiểm soát rủi ro TT và bảo vệ uy tín nhà trường (thông tin sai lệch, phản hồi tiêu cực, sự cố TT,...).	4.62	0.60	3	Rất QT
4	Quản lý hoạt động TT sự kiện góp phần nâng cao giá trị giáo dục và phát triển năng lực SV thông qua tham gia thực hành TT/sự kiện.	4.52	0.64	5	Rất QT
5	Quản lý hoạt động TT sự kiện giúp xây dựng văn hóa học đường và thương hiệu nhà trường thông qua các sự kiện được TT chuyên nghiệp, nhất quán.	4.50	0.57	6	Rất QR
6	Quản lý hoạt động TT sự kiện tạo cơ sở đo lường – đánh giá – cải tiến liên tục dựa trên dữ liệu (mức độ tiếp cận, tương tác, tham dự, hài lòng,...).	4.56	0.57	4	Rất QT

Nhìn chung, kết quả này khẳng định quản lý TT sự kiện không chỉ giúp nâng cao hiệu quả tổ chức và vận hành, mà còn góp phần kiểm soát rủi ro, cải tiến chất lượng và gia tăng giá trị giáo dục – thương hiệu của nhà trường một cách bền vững.

2.2.2.2. Thực trạng lập kế hoạch hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên

Bảng 2. Thực trạng lập kế hoạch TT cho các sự kiện đã diễn ra tại Trường ĐH Sài Gòn

STT	Nội dung	Đối tượng VCNLD			
		ĐTB	ĐLC	XH	Mức độ
1	Lãnh đạo nhận thức đầy đủ tầm quan trọng của quản lý TT	4.40	0.60	4	Tốt
2	Có kế hoạch TT tổng thể cho từng sự kiện theo 3 giai đoạn	4.44	0.67	3	Tốt
3	Kế hoạch TT được xây dựng khoa học, chi tiết	4.50	0.61	1	Tốt
4	Có kế hoạch ngân sách TT minh bạch, hợp lý	4.48	0.61	2	Tốt

Dựa vào số liệu thống kê từ bảng 2, thực trạng lập kế hoạch cho các hoạt động TT sự kiện cho SV tại Trường ĐH Sài Gòn nhìn chung đều được đánh giá ở mức “tốt” với ĐTB dao động từ 4.40 đến 4.50. Trong đó, hai yếu tố được thực hiện tốt nhất là việc xây dựng nội dung chi tiết và quản lý ngân sách. Điều này cho thấy các đơn vị đã chú trọng khâu chuẩn bị công tác TT khá cụ thể, khoa học; đồng thời luôn rõ ràng trong phân bổ nguồn lực tài chính cho các hoạt động TT. Tuy nhiên, khi nhìn vào các tiêu chí ở thứ hạng thấp hơn, có thể thấy rõ một số rào cản khiến hoạt động TT tại trường chưa đạt đến sự chuyên nghiệp và bài bản đồng bộ. Chẳng hạn, việc nội dung [2] chỉ đạt ĐTB 4.44 ít nhiều bộc lộ hạn chế vì thiếu vắng một lộ trình tổng thể xuyên suốt - vốn dĩ thường bị xem là nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng TT bị đứt quãng.

2.2.2.3. Thực trạng tổ chức hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên

Bảng 3. Thực trạng tổ chức thực hiện TT cho các sự kiện đã diễn ra tại Trường ĐH Sài Gòn

STT	Nội dung	Đối tượng VCNLD			
		ĐTB	ĐLC	XH	Mức độ
1	Có đơn vị chuyên trách về TT cho các sự kiện	4.36	0.66	1	Tốt
2	Phân công rõ nhiệm vụ cho thành viên chuyên trách TT	4.34	0.71	2	Tốt
3	Phối hợp hiệu quả giữa Phòng - Ban - Đoàn Hội - Khoa	4.16	0.78	3	Khá tốt
4	Thành lập nhân sự Ban TT cho từng sự kiện lớn	4.08	0.82	4	Khá tốt
5	Triển khai đồng bộ các hoạt động TT 3 giai đoạn	4.05	0.77	5	Khá tốt

Theo số liệu thống kê tại bảng 3, nhìn chung công tác tổ chức thực hiện TT cho các sự kiện tại Trường ĐH Sài Gòn được VCNLD đánh giá rất tích cực, ĐTB của tất cả các tiêu chí đều đạt trên 4.0, thuộc mức độ “tốt” và “khá tốt”. Điểm được đánh giá tốt nhất trong công tác TT trong sự kiện là việc thiết lập được bộ máy tổ chức nhân sự ổn định và trách nhiệm. Tiêu chí “có đơn vị chuyên trách về TT cho các sự kiện” đạt điểm cao nhất (ĐTB: 4.36, DLC: 0,66) phản ánh sự đồng thuận cao của VCNLD về mặt công tác của đơn vị chuyên môn. Bên cạnh đó, việc “phân công rõ nhiệm vụ cho thành viên chuyên trách TT” cũng được đánh giá tốt, khẳng định khâu tổ chức nhân sự là nền tảng giúp các hoạt động TT được vận hành trơn tru, hạn chế sự chông chéo và gia tăng khả năng chịu trách nhiệm trong công việc. Tuy vậy, các hoạt động mang tính phối hợp và quy trình triển khai chi tiết, mức độ đánh giá chỉ ở mức “khá tốt” so với kì vọng của thực tiễn, cho thấy sự liên kết giữa các đơn vị trong trường đôi khi chưa được nhịp nhàng. Hơn thế nữa, mặc dù các khâu riêng lẻ đã được thực hiện tốt nhưng tính xuyên suốt và sự kết nối thông tin giữa các giai đoạn của một chiến dịch TT vẫn chưa được đánh giá cao và do vậy cần được cải thiện để tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ và bền vững hơn.

2.2.2.4. Thực trạng chỉ đạo hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên

Bảng 4. Thực trạng chỉ đạo điều hành TT cho các sự kiện đã diễn ra tại Trường ĐH Sài Gòn

Stt	Nội dung	Đối tượng VCNLD			
		ĐTB	DLC	XH	Mức độ
1	Việc điều hành và giám sát trực tiếp tại hiện trường (theo dõi diễn biến, đôn đốc, tạo động lực cho đội TT) được thực hiện hiệu quả.	4.42	0.64	2	Tốt
2	Việc chỉ đạo xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình đưa tin, tương tác và quản lý bình luận trực tuyến được thực hiện kịp thời.	4.38	0.66	3	Tốt
3	Việc duy trì phối hợp liên tục giữa các bộ phận để bảo đảm triển khai TT nhịp nhàng và thống nhất nội dung trong suốt thời gian diễn ra sự kiện.	4.54	0.54	1	Tốt
4	Ở mỗi sự kiện có quy trình xử lý khủng hoảng TT rõ ràng và được áp dụng hiệu quả để kiểm soát thông tin sai lệch.	4.26	0.66	5	Tốt
5	Khuyến khích sự sáng tạo và phản ứng linh hoạt của SV thông qua quá trình tham gia hoạt động TT sự kiện.	4.36	0.62	4	Tốt

Thông qua bảng 4, có thể thấy công tác chỉ đạo điều hành các hoạt động TT sự kiện tại Trường ĐH Sài Gòn được đánh giá rất cao, với tất cả các nội dung đều đạt mức “tốt” với ĐTB dao động từ 4.26 đến 4.54. Điều này phản ánh sự quan tâm sát sao và năng lực quản trị hiệu quả của đội ngũ lãnh đạo nhà trường trong việc định hướng và kiểm soát dòng chảy thông tin trong khi sự kiện diễn ra. Nội dung được đánh giá cao nhất là việc duy trì phối hợp liên tục giữa các bộ phận nhằm bảo đảm triển khai TT nhịp nhàng và thống nhất trong suốt thời gian diễn ra sự kiện (ĐTB: 4,54; XH: 1), phản ánh cơ chế phối hợp nội bộ tương đối hiệu quả và có sự đồng thuận cao. Bên cạnh đó, hoạt động điều hành, giám sát trực tiếp tại hiện trường cũng đạt mức điểm khá cao (ĐTB: 4.42; XH: 2), cho thấy việc theo dõi diễn biến, đôn đốc và tạo động lực cho đội TT được triển khai tương đối tốt. Từ số liệu đo, chúng tôi cũng nhận thấy rằng các nội dung liên quan đến chỉ đạo xử lý tình huống phát sinh trong đưa tin, tương tác và quản lý bình luận trực tuyến (ĐTB: 4.38; XH: 3) và khuyến khích sáng tạo, phản ứng linh hoạt SV thông qua hoạt động TT sự kiện (ĐTB: 4.36; XH: 4) có độ phân tán cao hơn, cho thấy mức độ thực hiện giữa các sự kiện hoặc các đơn vị có thể chưa thật sự đồng đều. Đáng chú ý, nội dung có ĐTB thấp nhất lại là việc xây dựng và áp dụng quy trình xử lý khủng hoảng TT; điều này giúp chúng tôi có thêm thông tin để đề xuất biện pháp chuẩn hóa quy trình, nâng cao tính nhất quán trong ứng phó nhằm hạn chế rủi ro và bảo vệ uy tín nhà trường trong thời đại TT số nhiều biến động.

2.2.2.5. Thực trạng kiểm tra hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên

Bảng 5. Thực trạng kiểm tra đánh giá hoạt động TT cho các sự kiện tại Trường ĐH Sài Gòn

Stt	Nội dung	Đối tượng VCNLD			
		ĐTB	DLC	XH	Mức độ
1	Có quy trình đánh giá hiệu quả sau mỗi sự kiện	4.26	0.66	3	Tốt
2	Sử dụng chỉ số đo lường cụ thể (KPI, NPS, engagement)	4.00	0.63	4	Khá tốt
3	Phân tích dữ liệu và phản hồi từ SV	3.92	0.69	5	Khá tốt
4	Tổng kết, rút kinh nghiệm sau mỗi sự kiện	4.36	0.69	2	Tốt
5	Lưu trữ tài liệu, hình ảnh để phục vụ hoạt động sau	4.46	0.67	1	Tốt

Kết quả khảo sát từ bảng 5 cho thấy công tác kiểm tra, đánh giá sau sự kiện tại Trường ĐH Sài Gòn được

thực hiện khá nghiêm túc và có hệ thống, với ĐTB của các tiêu chí dao động từ 3.92 đến 4.46. Nhìn chung, đội ngũ VCNLD đánh giá cao các hoạt động hậu kỳ mang tính lưu trữ và rút kinh nghiệm trực tiếp, giúp duy trì nền tảng tư liệu cho các hoạt động tiếp theo. Điểm mạnh nhất trong công tác này là việc “lưu trữ tài liệu, hình ảnh để phục vụ hoạt động sau” (ĐTB: 4.46, XH: 1, DLC: 0.67). Điều này chứng tỏ nhà trường rất chú trọng đến việc xây dựng kho dữ liệu TT, đảm bảo tính kế thừa giữa các sự kiện. Tiếp sau đó là các hoạt động tổng kết, rút kinh nghiệm sau mỗi sự kiện (ĐTB: 4.36) và thiết lập quy trình đánh giá hiệu quả sau mỗi sự kiện (ĐTB: 4.26). Các chỉ số này phản ánh một quy trình làm việc chuyên nghiệp, không chỉ dừng lại ở khâu tổ chức mà còn tập trung vào việc nhìn nhận lại những mặt đạt được và hạn chế để cải thiện trong tương lai. Ở phương diện thực trạng này, chúng tôi đặc biệt lưu ý phản hồi thu được từ đánh giá của VCNLD về việc sử dụng các chỉ số đo lường cụ thể (KPI, NPS, engagement) và việc phân tích dữ liệu và phản hồi từ SV. Với mức điểm từ 3.92 đến 4.0 như trên, có thể thấy mặc dù nhà trường đã có quy trình tổng kết chung nhưng việc lắng nghe tiếng nói trực tiếp từ đối tượng thụ hưởng chính là SV vẫn còn hạn chế.

2.2.2.6. Thực trạng quản lý các điều kiện hỗ trợ hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên

Bảng 6. Thực trạng nhận thức của VCNLD về mức độ quan trọng của các điều kiện hỗ trợ hoạt động TT sự kiện cho SV

Stt	Nội dung	Đối tượng VCNLD			
		ĐTB	ĐLC	XH	Mức độ
1	Đội ngũ nhân lực đủ số lượng, có năng lực chuyên môn	4.48	0.50	1	Rất QT
2	Cán bộ chuyên trách có kỹ năng TT số và công nghệ hiện đại	4.42	0.53	2	Rất QT
3	Cơ sở vật chất, trang thiết bị đáp ứng nhu cầu	4.24	0.62	8	Rất QT
4	Phần mềm, công cụ quản lý TT hiện đại	4.30	0.61	7	Rất QT
5	Nguồn kinh phí đầu tư đầy đủ, sử dụng hiệu quả	4.36	0.59	5	Rất QT
6	Hạ tầng công nghệ (website, fanpage, email) hoạt động tốt	4.40	0.60	3	Rất QT
7	Có quy chế phối hợp rõ ràng giữa các đơn vị	4.40	0.63	4	Rất QT
8	Quy định về TT/tổ chức sự kiện cho SV được thể hiện rõ bằng văn bản do các Sở, ban ngành liên quan triển khai	4.34	0.65	6	Rất QT

Kết quả thống kê bảng 6 cho thấy VCNLD tại Trường ĐH Sài Gòn có nhận thức rất cao và đồng nhất về tầm quan trọng của các điều kiện hỗ trợ đối với sự thành công của TT sự kiện. Tất cả các tiêu chí khảo sát đều đạt ĐTB rất cao, dao động từ 4.24 đến 4.48. Điều này chứng tỏ nhà trường luôn ý thức rõ ràng TT cần sự cộng hưởng của nhiều nguồn lực khác nhau. Yếu tố con người được VCNLD đánh giá là điều kiện quan trọng nhất hiện nay, minh chứng ở việc tiêu chí [1] chiếm vị trí dẫn đầu với ĐTB là 4.48 và DLC thấp nhất. Ngay sau đó là yêu cầu về cán bộ chuyên trách có kỹ năng TT số và công nghệ hiện đại. Việc ưu tiên hai vị trí đầu cho nhân sự và kỹ năng cho thấy VCNLD tin rằng con người chính là hạt nhân quyết định hiệu quả TT, đặc biệt là trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ hiện nay. Bên cạnh yếu tố con người, hệ thống hạ tầng và cơ chế phối hợp cũng được đánh giá ở mức độ ưu tiên rất cao, thể hiện ở việc cả hai tiêu chí [6] và [7] đều đạt ĐTB là 4.40. Kết quả này phản ánh mong muốn của cán bộ về một nền tảng kỹ thuật ổn định đi kèm với sự minh bạch trong quy trình làm việc liên khoa, phòng, ban. Trong khi đó, dù vẫn được đánh giá là quan trọng, nhưng các yếu tố về phần mềm quản lý hiện đại và cơ sở vật chất, trang thiết bị tạm thời không chiếm ưu thế so với nguồn lực con người hay sự phối hợp giữa các đơn vị.

Từ các kết quả đo nghiệm nêu trên, chúng tôi cho rằng điểm mạnh nổi bật nhất trong công tác quản lý TT sự kiện cho SV tại Trường ĐH Sài Gòn chính là khả năng kiến tạo một đội ngũ chuyên nghiệp, có năng lực điều hành nhạy bén các hoạt động TT. Công tác chỉ đạo, điều hành hoạt động TT luôn nhận được các phản hồi tích cực từ VCNLD, trong đó đặc biệt nhất là khả năng xử lý hiệu quả các tình huống nảy sinh. Nguồn nhân lực tham gia điều hành hoạt động TT sự kiện sở hữu kỹ năng TT số khá hiệu quả, đáp ứng tốt yêu cầu của kỉ nguyên mới. Bên cạnh đó, khâu lưu trữ dữ liệu, hình ảnh sau sự kiện được thực hiện rất tốt, giúp xây dựng kho tài liệu phong phú và đảm bảo tính kế thừa cho các hoạt động về sau. Ý thức tuân thủ các quy định pháp luật, đặc biệt là các nghị định về TT số cũng là một điểm tựa vững chắc giúp nhà trường quản trị rủi ro pháp lý hiệu quả.

Mặc dù vậy, công tác quản lý TT sự kiện vẫn còn một số hạn chế nhất định, đặc biệt là ở tính đồng bộ và việc ứng dụng dữ liệu trong đánh giá. Hạn chế rõ nét nhất nằm ở khâu phân tích dữ liệu và tiếp nhận phản hồi từ SV. Điều này cho thấy công tác TT hiện nay có thể đang mang tính một chiều từ phía nhà trường, chưa thực sự chú trọng đo lường trải nghiệm và sự hài lòng của đối tượng thụ hưởng thông qua các chỉ số định lượng như KPI, chưa tạo được một diễn đàn gắn kết để SV tham gia một cách thường xuyên hơn vào việc lan tỏa các thông điệp, giá trị.

2.3. Biện pháp quản lý hoạt động truyền thông sự kiện cho sinh viên tại Trường Đại học Sài Gòn

2.3.1. Nguyên tắc đề xuất biện pháp

Hệ thống biện pháp được đề xuất dựa trên các nguyên tắc cơ bản: i) Nguyên tắc đảm bảo tính mục tiêu; ii) Nguyên tắc đảm bảo tính hệ thống; iii) Nguyên tắc đảm bảo tính thực tiễn; iv) Nguyên tắc đảm bảo tính khả thi. Cụ thể:

i) Nguyên tắc đảm bảo tính mục tiêu: Tính mục tiêu đòi hỏi mỗi biện pháp phải gắn chặt với: (i) mục tiêu chiến lược của Nhà trường (xây dựng hình ảnh, nâng cao chất lượng đào tạo – nghiên cứu – phục vụ cộng đồng, tăng mức độ gắn kết người học); (ii) mục tiêu giáo dục của từng nhóm sự kiện (học thuật, hướng nghiệp, kỹ năng, phong trào, tình nguyện...); và (iii) mục tiêu TT cụ thể có thể đo lường (độ phủ, mức độ tiếp cận đúng nhóm SV, tỉ lệ tham gia, mức độ hài lòng, tác động nhận thức – thái độ – hành vi).

ii) Nguyên tắc đảm bảo tính hệ thống: Các biện pháp đề xuất phải đảm bảo tính hệ thống, có sự liên kết chặt chẽ giữa các khâu, giữa các chủ thể tham gia và giữa các nguồn lực (nhân lực, tài lực, vật lực, tin lực). Tính hệ thống còn thể hiện ở việc biện pháp không chỉ tập trung vào một “điểm nghẽn” đơn lẻ, mà phải đồng thời giải quyết các mắt xích liên quan như quy trình duyệt nội dung, phân công nhiệm vụ, lịch TT, sự phối hợp các đơn vị và cơ chế phản hồi từ SV.

iii) Nguyên tắc đảm bảo tính thực tiễn: Các biện pháp quản lý phải xuất phát từ bối cảnh thực tế của Trường ĐH Sài Gòn và đặc điểm của SV, văn hóa tổ chức, cơ cấu quản lý cũng như điều kiện nguồn lực hiện có. Tính thực tiễn đòi hỏi việc đề xuất biện pháp dựa trên khảo sát/đánh giá hiện trạng (những điểm mạnh, hạn chế, nhu cầu TT, thói quen tiếp nhận thông tin của SV), đồng thời bám sát “những gì đang diễn ra” trong hoạt động tổ chức sự kiện tại. Biện pháp đề xuất cần phù hợp với quy trình hành chính nội bộ, nhịp vận hành năm học, và đặc điểm phối hợp đa đơn vị; tránh mô hình hóa quá lý tưởng hoặc sao chép nguyên xi từ nơi khác.

iv) Nguyên tắc đảm bảo tính khả thi: Tính khả thi được xem xét đồng thời trên các phương diện: (1) nguồn lực thực hiện (nhân lực phụ trách, cộng tác viên SV, năng lực chuyên môn TT); (2) điều kiện bảo đảm (kinh phí, cơ sở vật chất – kỹ thuật, công cụ/nền tảng TT); (3) cơ chế vận hành (quy trình phê duyệt nội dung, phân công – phối hợp liên đơn vị, thời gian chuẩn bị theo kế hoạch năm học); và (4) khả năng kiểm soát rủi ro (phương án dự phòng khi thiếu nhân sự, thay đổi lịch, khủng hoảng thông tin, trục trặc kỹ thuật).

2.3.2. Hệ thống biện pháp

2.3.2.1. Chuẩn hóa lập kế hoạch truyền thông theo chu trình 3 giai đoạn trước – trong – sau sự kiện

- Mục tiêu: Chuẩn hóa công tác lập kế hoạch TT sự kiện theo chu trình trước – trong – sau, khắc phục tình trạng kế hoạch chưa đầy đủ và chưa trở thành thông lệ thống nhất, đồng thời tăng vai trò định hướng của cấp quản lý để bảo đảm hoạt động TT được triển khai có mục tiêu rõ ràng, đúng đối tượng, đúng tiến độ và có tính hệ thống.

- Nội dung: Trọng tâm của biện pháp là xây dựng và áp dụng mẫu kế hoạch TT chuẩn dùng chung cho từng sự kiện, trong đó xác định rõ mục tiêu, thông điệp, nhóm đối tượng SV, kênh TT, timeline, phân công, dự trù ngân sách, phương án dự phòng rủi ro và chỉ số đo lường dự kiến. Kế hoạch cần yêu cầu tối thiểu các nội dung bắt buộc theo từng giai đoạn: giai đoạn trước tập trung thu hút – hướng dẫn – kêu gọi tham gia; giai đoạn trong tập trung cập nhật hiện trường, tương tác, đảm bảo thống nhất nội dung – hình ảnh; giai đoạn sau tập trung tổng kết, lan tỏa kết quả, duy trì hiệu ứng TT và lưu trữ tư liệu.

- Cách thức thực hiện: Nhà trường ban hành checklist kế hoạch TT 3 giai đoạn áp dụng cho mọi sự kiện và quy định mốc thời gian nộp kế hoạch. Kế hoạch TT cần được xem như điều kiện bắt buộc trong hồ sơ tổ chức sự kiện, có bước thẩm định/duyet thống nhất trước khi triển khai. Đồng thời, tổ chức họp triển khai theo mốc để rà soát thông điệp, timeline, sản phẩm TT và đầu mối phối hợp nhằm đảm bảo tính khả thi và đồng bộ.

2.3.2.2. Tổ chức cơ cấu nhân sự ban truyền thông phù hợp cho các sự kiện lớn

- Mục tiêu: Tăng tính chuyên nghiệp và hiệu quả tổ chức thực hiện, khắc phục hạn chế về việc chưa thành lập nhân sự Ban TT cho sự kiện lớn và triển khai chưa đồng bộ theo 3 giai đoạn, từ đó bảo đảm TT vận hành nhịp nhàng, có đầu mối điều phối rõ và hạn chế chồng chéo, bỏ sót công việc.

- Nội dung: Tập trung hoàn thiện mô hình tổ chức triển khai theo hướng: với sự kiện lớn cần thành lập Ban TT như một tiểu ban chuyên môn, có trưởng ban, nhóm phụ trách nội dung – kịch bản, nhóm thiết kế – quay dựng, nhóm quản trị kênh – tương tác. Đồng thời, xác lập cơ chế phối hợp giữa các đơn vị theo một đầu mối điều phối, quy định rõ trách nhiệm, sản phẩm đầu ra, thời hạn và người chịu trách nhiệm cuối cùng cho từng đầu việc.

- Cách thức thực hiện: Nhà trường quy định tiêu chí xác định “sự kiện lớn” để kích hoạt mô hình Ban TT

và ban hành quyết định/thông báo thành lập ban kèm bảng phân công nhiệm vụ. Trong suốt quá trình triển khai, áp dụng bảng tiến độ công việc theo timeline, tổ chức giao ban theo mốc và quy trình duyệt nội dung thống nhất (ví dụ duyệt chuyên môn – duyệt cuối). Việc phối hợp liên đơn vị được thực hiện qua nhóm điều hành chung và lịch làm việc chung để đảm bảo cập nhật kịp thời.

2.3.2.3. Chỉ đạo chuẩn hóa quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông

- Mục tiêu: Khắc phục điểm yếu về quy trình xử lý khủng hoảng TT chưa rõ ràng và áp dụng chưa hiệu quả, qua đó nâng cao năng lực chỉ đạo điều hành, phản ứng nhanh trước thông tin sai lệch, phản hồi tiêu cực hoặc sự cố TT, góp phần bảo vệ uy tín của nhà trường trong môi trường TT số.

- Nội dung: Xây dựng quy trình xử lý khủng hoảng theo các bước cơ bản: phát hiện – xác minh – phân loại mức độ – thông nhất thông điệp – lựa chọn người phát ngôn – triển khai phản hồi – theo dõi sau xử lý. Biện pháp cũng cần thiết lập các kịch bản tình huống thường gặp (sự cố livestream, hình ảnh nhạy cảm, tin sai lệch, tranh luận trên mạng xã hội, bình luận tiêu cực...) và quy định rõ vai trò của từng bộ phận trong cơ chế phản ứng nhanh.

- Cách thức thực hiện: Nhà trường xây dựng “Sổ tay ứng phó khủng hoảng TT” dùng chung, tổ chức tập huấn ngắn và diễn tập tình huống trước các sự kiện lớn. Trong quá trình diễn ra sự kiện, bố trí nhóm phản ứng nhanh (trực kênh, giám sát bình luận) và thiết lập cơ chế báo cáo – xin ý kiến – phản hồi thống nhất để tránh trả lời tùy tiện, đồng thời cho phép áp dụng biện pháp kỹ thuật như ẩn bình luận, gỡ/tạm dừng nội dung khi cần thiết.

2.3.2.4. Thiết lập hệ thống kiểm tra – đánh giá hoạt động truyền thông sự kiện dựa trên dữ liệu

- Mục tiêu: Khắc phục điểm yếu về phân tích dữ liệu và phản hồi của SV và thiếu chỉ số đo lường cụ thể (KPI, NPS, engagement), tạo cơ sở cho việc đánh giá khách quan và cải tiến liên tục chất lượng TT sự kiện.

- Nội dung: Xây dựng bộ chỉ số tối thiểu để đo hiệu quả TT (reach, engagement, lượt đăng kí, tỉ lệ tham dự...), kết hợp đo trải nghiệm SV bằng chỉ số hài lòng/NPS. Đồng thời, chuẩn hóa phương thức thu thập phản hồi (QR khảo sát tại sự kiện, form sau sự kiện, phản hồi mở) và xây dựng mẫu báo cáo sau sự kiện có cấu trúc thống nhất, trong đó nêu rõ kết quả đạt được so với mục tiêu, phân tích nguyên nhân và đề xuất cải tiến.

- Cách thức thực hiện: Thiết lập công cụ tổng hợp dữ liệu đơn giản (dashboard hoặc file mẫu), quy định thời hạn báo cáo sau sự kiện theo mốc và tổ chức họp rút kinh nghiệm dựa trên dữ liệu. Việc đánh giá gắn liền với hành động cải tiến cụ thể cho sự kiện sau, tránh dừng lại ở tổng kết hình ảnh hoặc nhận xét chung chung.

2.3.2.5. Phát triển đội truyền thông sinh viên theo cơ chế “trao quyền có kiểm soát”

- Mục tiêu: Cải thiện hạn chế về việc chưa khuyến khích mạnh sự sáng tạo và phản ứng linh hoạt của SV trong TT sự kiện, đồng thời đảm bảo các sản phẩm TT của SV vẫn tuân thủ chuẩn mực, đúng định hướng và góp phần gia tăng hiệu ứng lan tỏa.

- Nội dung: Tập trung tổ chức đội ngũ cộng tác viên TT SV do Phòng TT và Tổ chức Sự kiện chịu trách nhiệm đồng hành, có mô tả vai trò rõ ràng (viết tin, quay – chụp, dựng video, MC/voice, quản trị kênh, tương tác). Song song đó, nhà trường ban hành bộ quy tắc nhận diện và ứng xử TT, xây dựng các định dạng nội dung khuyến khích SV sáng tạo (reels, phóng vấn nhanh, story, recap...) và cơ chế ghi nhận đóng góp để duy trì động lực tham gia.

- Cách thức thực hiện: Thực hiện tuyển chọn theo đợt, tập huấn theo mô-đun và giao nhiệm vụ theo nhóm dưới sự hướng dẫn của mentor (cán bộ/GV phụ trách). Cơ chế “trao quyền có kiểm soát” được triển khai bằng việc cho phép SV chủ động sáng tạo theo các format đã định hướng, nhưng nội dung cần duyệt theo quy trình thống nhất. Sau sự kiện, tổ chức đánh giá sản phẩm và ghi nhận thành tích để tạo tính kế thừa đội ngũ.

2.3.2.6. Nâng cao năng lực số cho cán bộ chuyên trách truyền thông sự kiện

- Mục tiêu: Trang bị và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhân sự chuyên trách, giúp họ làm chủ các công cụ hiện đại, thích ứng nhanh với sự thay đổi của môi trường TT ĐH và nâng cao tính chuyên nghiệp trong tổ chức – triển khai – xử lý tình huống. Khi năng lực số được nâng lên, việc xây dựng kế hoạch, đo lường KPI, vận hành nội dung đa nền tảng và xử lý rủi ro TT sẽ đồng bộ hơn, góp phần trực tiếp nâng cao hiệu quả truyền thông sự kiện cho SV.

- Nội dung: Tổ chức các khóa tập huấn ngắn hạn (short-course) theo hướng thực chiến, tập trung vào những kỹ năng thiết yếu trong TT sự kiện. Các chuyên đề ưu tiên gồm kỹ năng viết nội dung chuẩn SEO để tăng khả năng hiển thị và tiếp cận; kỹ năng thiết kế đồ họa cơ bản để chuẩn hóa nhận diện và tăng tính hấp dẫn; và kỹ năng xử lý khủng hoảng TT trên mạng xã hội nhằm kiểm soát rủi ro, bảo vệ uy tín nhà trường. Chương trình được thiết kế theo hai nhóm đối tượng: nhóm cán bộ quản lý được bồi dưỡng tư duy chiến lược để định hướng

và thẩm định; nhóm nhân sự thực thi và SV nòng cốt được đào tạo sâu về kỹ năng triển khai để trực tiếp vận hành các chiến dịch TT của trường.

- Cách thực hiện: Ở bước lập kế hoạch, đơn vị phụ trách tiến hành khảo sát thực trạng năng lực số của cán bộ và SV tham gia TT; từ đó xác định khoảng trống năng lực và xây dựng khung chương trình tập huấn theo mức độ ưu tiên (SEO, thiết kế, khủng hoảng), đồng thời sắp xếp lịch phù hợp với kế hoạch học tập – công tác. Ở bước tổ chức, nhà trường mời chuyên gia thực tiễn từ các đơn vị TT hoặc GV có chuyên môn hướng dẫn trực tiếp; đồng thời rà soát và cử nhân sự nòng cốt tham gia các khóa đào tạo chuyên sâu hoặc chứng chỉ nghiệp vụ bên ngoài nhằm cập nhật xu hướng công nghệ và chuẩn nghề nghiệp. Ở bước chỉ đạo, lãnh đạo nhà trường và các đơn vị tạo điều kiện về thời gian, cơ sở vật chất; đồng thời chỉ đạo nguyên tắc “học đi đôi với hành” bằng việc yêu cầu áp dụng ngay kiến thức vào các chiến dịch TT sự kiện đang triển khai, qua đó giải quyết trực tiếp bài toán thực tiễn của đơn vị. Ở bước kiểm tra, sau mỗi khóa tập huấn tổ chức đánh giá năng lực thông qua bài kiểm tra kỹ năng hoặc sản phẩm TT; theo dõi mức độ cải thiện hiệu suất công việc, khả năng vận hành quy trình số và năng lực xử lý tình huống, làm căn cứ điều chỉnh nội dung đào tạo cho các đợt tiếp theo hoặc gắn với đánh giá thi đua.

3. KẾT LUẬN

Dựa trên cơ sở lý luận và thực trạng, bài viết bước đầu tường minh hệ thống biện pháp quản lý hoạt động TT sự kiện cho SV tại Trường ĐH Sài Gòn theo định hướng mục tiêu – hệ thống – thực tiễn – khả thi, đồng thời chú trọng mối liên hệ, tác động qua lại các các biện pháp. Hệ biện pháp đã đề xuất nếu được triển khai đồng bộ sẽ giúp hoạt động quản lý TT sự kiện của trường chuyển mạnh sang hướng chuẩn hóa quy trình – đảm bảo tính hệ thống – quản trị rủi ro – quản trị theo dữ liệu – nâng năng lực số, từ đó nâng cao chất lượng TT, củng cố hình ảnh và gia tăng mức độ tham gia thực chất của SV. Để làm được điều này, các trường ĐH nên ưu tiên xây dựng mô hình quản trị TT sự kiện theo hướng chuyên nghiệp hóa và chuẩn hóa: ban hành quy trình thống nhất cho TT sự kiện theo 3 giai đoạn, kèm hệ thống biểu mẫu kế hoạch – báo cáo – minh chứng, nhằm giảm lệ thuộc kinh nghiệm cá nhân và bảo đảm tính kế thừa qua các năm học. Đồng thời, cần chuyển trọng tâm sang quản trị dựa trên dữ liệu, áp dụng KPI cho từng sự kiện (tiếp cận, tương tác, đăng ký tham gia, mức hài lòng, mức lan tỏa sau sự kiện...), có dashboard theo dõi để kịp thời điều chỉnh thông điệp, kênh, hình thức. Các trường cũng nên mở rộng cơ chế huy động SV tham gia truyền thông dưới dạng đội nhóm/CLB có hướng dẫn chuyên môn, vừa tăng hiệu quả lan tỏa vừa gắn với mục tiêu phát triển năng lực số cho người học. Bên cạnh đó, trong bối cảnh TT số chịu ràng buộc pháp lý ngày càng chặt, các trường cần rà soát quy định nội bộ về vận hành kênh số, lưu trữ, trích dẫn nguồn, an toàn thông tin để giảm rủi ro và nâng cao uy tín tổ chức.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Đinh, H. N., & Đặng, T. V. H. (2022). Vai trò của truyền thông ở các trường đại học Việt Nam. *Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông*.
- Jones, E., & Liu, K. (2020). Challenges in managing international higher education institutions. *Journal of Higher Education Management*.
- Lê, V. T. (2021). Quản lý hoạt động truyền thông đến người học tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học Giáo dục Kỹ thuật*.
- Nguyễn, T. M. L. (2009). *Quản lý, lãnh đạo nhà trường thế kỷ 21*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

Current status and management measures for event communication activities for students at Saigon University

Tran Tu Uyen

Master's student (Cohort 24.1), Educational Management, Saigon University

ARTICLE INFO

Article history:

Received 26 January 2026

Received in revised form 05 February 2026

Accepted 09 February 2026

Published 20 February 2026

Keywords:

Activity management;

Event communication;

Students;

Current status and measures.

Corresponding author:

Tran Tu Uyen

E-mail address:

ttuyen@sgu.edu.vn

ABSTRACT

In the current context of innovation and international integration, event communication activities in schools have undergone strong development, leading to an increasing demand for enhancing the role and effectiveness of communication management for university students. This article focuses on researching and analyzing basic theoretical issues regarding event communication management; a survey was conducted using questionnaires to assess various aspects of the current management of event communication activities for students at Saigon University. The six measures proposed in this study are expected to contribute to improving the effectiveness of event communication management for students across several dimensions: human resource management, digital communication capacity building, and empowering students with proactive roles, etc.
