

Đà Nẵng, ngày 1 tháng 6 năm 2021

QUYẾT ĐỊNH

**Về việc ban hành Quy định công tác truyền thông của
Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật – Đại học Đà Nẵng**

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT

Căn cứ Quyết định số 1749/QĐ-TTg ngày 08/11/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật thuộc Đại học Đà Nẵng;

Căn cứ Thông tư số 10/2020/TT-BGDDT ngày 14/5/2020 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của đại học vùng và các cơ sở giáo dục đại học thành viên;

Căn cứ Quyết định số 2762/QĐ-HĐĐN ngày 14/8/2020 của Hội đồng Đại học Đà Nẵng về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Đại học Đà Nẵng;

Căn cứ Quyết định số 304/QĐ-DHSPKT ngày 20/4/2018 của Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật;

Căn cứ Quyết định số 435/QĐ-DHSPKT ngày 17/8/2020 của Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Trung tâm Học liệu và Truyền thông Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật;

Theo đề nghị của Giám đốc Trung tâm Học liệu và Truyền thông và Trưởng phòng Phòng Tổ chức Hành chính.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Quy định công tác truyền thông của Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật – Đại học Đà Nẵng.

Điều 2. Quyết định có hiệu lực kể từ ngày ký ban hành.

Điều 3. Trưởng phòng Phòng Tổ chức Hành chính, Giám đốc Trung tâm Học liệu và Truyền thông, Trưởng các đơn vị thuộc, trực thuộc Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật và các cá nhân liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.)

Nơi nhận:

- Ban Giám hiệu (để biết);
- Các đơn vị thuộc và trực thuộc Trường (để thực hiện);
- Lưu: VT, TT HL&TT.



PGS.TS. Phan Cao Tho

QUY ĐỊNH

Công tác truyền thông của Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật – Đại học Đà Nẵng

(*Ban hành kèm theo Quyết định số 322/QĐ-DHSPKT ngày 21/6/2021 của
 Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật*)

Chương I QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh

Quy định này áp dụng đối với các công tác truyền thông về Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật (gọi tắt là Trường) – Đại học Đà Nẵng hoặc có liên quan đến Trường do các cá nhân, đơn vị trong Trường thực hiện.

Điều 2. Đối tượng áp dụng

1. Cá nhân: cán bộ viên chức, người lao động, người học thuộc quản lý của Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật.
2. Các đơn vị thuộc và trực thuộc Trường bao gồm Phòng, Khoa, Viện, Trung tâm, Tổ và các tổ chức đoàn thể.

Điều 3. Giải thích từ ngữ

1. Truyền thông nội bộ: là công tác truyền đạt thông tin giữa thành viên hoặc giữa các đơn vị thuộc/trực thuộc Trường nhằm giúp truyền tải thông điệp và tầm nhìn chiến lược của lãnh đạo đến cán bộ viên chức (CBVC), sinh viên; thúc đẩy giao tiếp hiệu quả giữa CBVC, sinh viên trong Trường với nhau. Truyền thông nội bộ bao gồm: Trang thông tin điện tử, Bản tin định kỳ, cờ, phướn, pa-nô...
2. Truyền thông bên ngoài: là quá trình giới thiệu, quảng bá những giá trị của nhà trường ra bên ngoài; truyền thông bên ngoài bao gồm: trang thông tin điện tử, Bản tin định kỳ (tiếng nước ngoài), Brochure, Handbook, Leaflet, Bảng chữ điện tử, Bandroll, Banner, Thông cáo báo chí, Hợp báo, Gặp gỡ báo chí...
3. Truyền thông Đa phương tiện hoặc Multimedia là việc ứng dụng công nghệ thông tin trong việc sáng tạo, thiết kế những sản phẩm mang tính đa phương tiện và tương tác ứng dụng trong các lĩnh vực truyền thông, quảng cáo, quảng bá học hiệu của Trường.
4. Mạng xã hội (MXH): là nền tảng trực tuyến được xây dựng để kết nối người với người. Với nhiều dạng thức và tính năng khác nhau, mạng xã hội cho phép người dùng chia sẻ câu chuyện, bài viết, ý tưởng cá nhân, đăng ảnh, video, đồng thời thông báo về hoạt động, sự kiện trên mạng; hoặc các bài viết theo xu hướng người dùng để tăng lượng tương tác. Truyền thông mạng xã hội bao gồm: fanpage, youtube...

5. Điểm tin nội bộ: là tổng hợp các tin tức nội bộ của nhà trường trong một khoảng thời gian xác định.

6. Bản tin đối ngoại (Newsletter): là bản tin tổng hợp các tin tức nổi bật của Trường trên các lĩnh vực: đào tạo, nghiên cứu khoa học, hợp tác quốc tế, hợp tác doanh nghiệp, hoạt động sinh viên, sự kiện tiêu biểu... trong một quý.

7. Vấn đề phát sinh trong truyền thông: là các tình huống xảy ra trong công tác truyền thông làm ảnh hưởng đến uy tín, học hiệu của Trường hoặc có sự chưa đồng thuận giữa các cá nhân, đơn vị thuộc/ trực thuộc với nhau khi thực hiện truyền thông.

Chương II

NGUYÊN TẮC, NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

Điều 4. Mục tiêu, nội dung truyền thông

1. Mục tiêu của công tác truyền thông nhằm cung cấp thông tin chính xác, kịp thời, có định hướng, tuyên truyền, quảng bá hình ảnh, học hiệu của Trường, qua đó góp phần tạo sự đồng thuận, ủng hộ trong nội bộ và cộng đồng đối với các hoạt động của Trường.

2. Nội dung truyền thông phải chính xác, khách quan, trung thực, kịp thời; phù hợp, không trái với sứ mệnh, tầm nhìn, truyền thống và những giá trị tốt đẹp của Trường; không vi phạm pháp luật và các quy định hiện hành liên quan đến văn hoá, ngôn ngữ đạo đức, thuần phong mỹ tục.

Điều 5. Trách nhiệm truyền thông

1. Công tác truyền thông, quảng bá học hiệu của Trường phải dựa theo kế hoạch truyền thông định kỳ, thường niên do Trung tâm Học liệu và Truyền thông của Trường tham mưu, Ban giám hiệu (BGH) phê duyệt, ban hành.

2. Công tác truyền thông, quảng bá học hiệu của các đơn vị thuộc và trực thuộc phải tổ chức thực hiện theo kế hoạch truyền thông định kỳ, thường niên, có sự tham mưu, giám sát, quản lý, hướng dẫn, phối hợp của Trung tâm Học liệu và Truyền thông của Trường và phải báo cáo BGH phê duyệt, cho phép triển khai.

3. Công tác truyền thông, quảng bá học hiệu của các đoàn thể tổ chức thực hiện theo Điều lệ quy định của các đoàn thể, có sự tham mưu, giám sát, quản lý, hướng dẫn, phối hợp của Trung tâm Học liệu và Truyền thông của Trường và phải báo cáo Đảng ủy, BGH phê duyệt, cho phép triển khai và không trái với các nội dung tại Điều 14 của quy định này.

4. Các sản phẩm/ấn phẩm của công tác truyền thông, quảng bá phải phù hợp với nhận diện thương hiệu của Trường (màu sắc, họa tiết, phông chữ). Trong một số hoạt động, sự kiện cụ thể có thể tùy chỉnh, thêm bớt nhưng không được sai khác hoàn toàn.

5. Các đơn vị chủ động thực hiện công tác truyền thông phải đảm bảo sự thống nhất, tránh chồng chéo thông tin.

Chương III

HÌNH THỨC, PHƯƠNG THỨC TRUYỀN THÔNG

Điều 6. Các hình thức truyền thông

1. Các hình thức truyền thông, quảng bá do Trường thực hiện

- a) Thông báo nội bộ: gồm thông báo nội bộ đơn vị và thông báo nội bộ Trường.
- b) Điểm tin nội bộ.
- c) Băng rôn, áp phích, bảng quảng cáo đứng (standee), pa-nô trong khuôn viên Trường và tại các sự kiện quảng bá ngoài Trường.
- d) Tin tức trên các cổng thông tin điện tử (trang web chứa tên miền ute.udn.vn) Trường.
- e) Bản tin đối ngoại (newsletter).
- f) Các bài đăng, phim ngắn trên mạng xã hội (Facebook, Youtube).
- g) Ăn phẩm/Sản phẩm quảng bá (tập san, thư ngỏ, tờ rơi, phim giới thiệu, quà tặng...).
- h) Các buổi họp báo hoặc thông cáo báo chí.
- i) Các quầy trưng bày, gian hàng triển lãm trong các sự kiện.

2. Các hình thức truyền thông về Trường từ các cơ quan, tổ chức bên ngoài

- a) Các bài viết về Trường trên báo giấy, báo điện tử, website, trang mạng xã hội của các đối tác.
- b) Các chương trình phát thanh có sự tham gia của các đơn vị, cá nhân về những vấn đề liên quan đến Trường..
- c) Các tin tức, phóng sự về các hoạt động của Trường trên các kênh truyền hình.

3. Các hình thức truyền thông Đa phương tiện

- a) Thiết kế các tập tin đồ họa.
- b) Thiết kế và dựng các phim ngắn.
- c) Tạo các tập tin âm thanh.
- d) Thiết kế web.

Điều 7. Các hoạt động được ưu tiên truyền thông

1. Các hoạt động tuyên truyền về chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước trong giáo dục đào tạo.
2. Các hoạt động kỷ niệm các ngày lễ lớn, các sự kiện chính trị của đất nước.
3. Các hoạt động gắn liền với sứ mệnh đào tạo, nghiên cứu khoa học, phục vụ cộng đồng của Trường.
4. Các hoạt động quảng bá tuyển sinh

5. Các hoạt động trọng tâm theo kế hoạch quảng bá từng năm học được Hiệu trưởng phê duyệt.

6. Các hoạt động, sự kiện đột xuất khác được Hiệu trưởng phê duyệt.

7. Các hoạt động Kết nối doanh nghiệp và nhà trường trong đào tạo; cơ hội việc làm, đầu ra, cơ hội học tập và làm việc ngoài của sinh viên.

Điều 8. Điểm tin nội bộ

1. Nội dung Điểm tin nội bộ được gửi tới toàn thể cán bộ viên chức trong Trường nhằm mục đích giúp cán bộ viên chức nắm được nhanh chóng các sự kiện, hoạt động diễn ra trong Trường trong thời gian Điểm tin.

2. Điểm tin nội bộ định kỳ xuất bản 1 tháng/lần.

3. Các tin xuất hiện trên Điểm tin nội bộ phải thỏa mãn một trong các tiêu chí sau: (1) là hoạt động/sự kiện có quy mô cấp Trường do đơn vị chủ trì trong thời gian điểm tin, (2) là sự kiện, hoạt động chính/quan trọng của đơn vị được thực hiện trong thời gian điểm tin, (3) là thành tựu trong thời gian dài của đơn vị được ghi nhận tại thời điểm điểm tin (4) khác: do Ban Biên tập Điểm tin nội bộ xem xét quyết định.

4. Cấu trúc tin trong Điểm tin nội bộ gồm các thành phần: tên đơn vị, tên hoạt động/sự kiện, thời gian diễn ra hoạt động/sự kiện và hình ảnh kèm theo (nếu có).

5. Thời gian tiếp nhận tin: Trung tâm Học liệu và Truyền thông có trách nhiệm phối hợp với các đơn vị tổng hợp, biên soạn nội dung điểm tin nội bộ hàng tháng vào ngày thứ 6, tuần thứ 4 của tháng và cung cấp cho toàn trường.

6. Điểm tin nội bộ được tổ chức thực hiện và phối hợp giữa các đơn vị theo Quy trình ISO QT.28-HLTT do Trung tâm Học liệu và Truyền thông tham mưu BGH phê duyệt, ban hành.

Điều 9. Tin tức trên trang thông tin điện tử Trường và các đơn vị thuộc, trực thuộc Trường

1. Ban Biên tập trang thông tin điện tử Trường gồm: đại diện Ban Giám hiệu, Giám đốc Trung tâm Học liệu và Truyền thông (thường trực), Trưởng phòng Tổ chức Hành chính, Tổ trưởng Tổ Thanh tra và Pháp chế, Tổ trưởng Tổ Công nghệ Thông tin. Ban Biên tập có nhiệm vụ quản lý, điều hành mọi hoạt động trên trang thông tin điện tử Trường và giám sát hoạt động của trang thông tin điện tử của các đơn vị thuộc, trực thuộc Trường.

2. Tin tức đăng trên cổng thông tin điện tử Trường và các đơn vị trực thuộc là những thông tin tổng hợp được thể hiện dưới dạng: tin bài sự kiện, bài viết tổng hợp, bài phỏng vấn về các lĩnh vực đào tạo, khoa học công nghệ, hợp tác quốc tế, sự kiện, hoạt động sinh viên, gương điển hình... hướng đến các đối tượng là cán bộ, giảng viên, sinh viên, học viên và những bạn đọc cần thông tin về giáo dục nói chung và các hoạt động giáo dục, nghiên cứu tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật nói riêng.

3. Các nhóm tin tức chính gồm: Tin tức chung, Đào tạo, Khoa học Công nghệ, Hợp tác Quốc tế. Đối với các hoạt động, sự kiện nổi bật trong một khoảng thời gian nhất định, có tầm ảnh hưởng lớn, BGH sẽ quyết định mở thêm các chuyên mục để cập nhật các tin tức liên quan.

4. Tin tức đăng tải cần đáp ứng được tính chính xác, kịp thời, hướng đến đảm

bảo các yếu tố cơ bản với cấu trúc 5W+1H. (What: Điều gì đã xảy ra?; When: Xảy ra khi nào? Where: địa điểm xảy ra sự kiện; Who: Liên quan đến ai? Why: Nguyên nhân, yếu tố tác động đến việc xảy ra sự kiện; How: Sự kiện, hoạt động diễn ra như thế nào).

5. Tin tức về các sự kiện phải được đăng trong cùng ngày hoặc tối đa 01 ngày sau khi sự kiện diễn ra đối với sự kiện quy mô cấp Trường trở lên và tối đa 03 ngày đối với sự kiện/hoạt động khác.

6. Tổ chức, hoạt động của trang thông tin điện tử Trường và các đơn vị thuộc, trực thuộc Trường phải tuân thủ các quy định của Luật An ninh mạng.

7. Biên tập, quản lý trang thông tin điện tử Trường được tổ chức thực hiện và phối hợp giữa các đơn vị theo Quy trình ISO QT.19-HLTT do Trung tâm Học liệu và Truyền thông tham mưu BGH phê duyệt, ban hành.

8. Thực hiện tin tức của các đơn vị thuộc và trực thuộc Trường được tổ chức thực hiện và phối hợp giữa các đơn vị theo Quy trình ISO QT.29-HLTT do Trung tâm Học liệu và Truyền thông tham mưu BGH phê duyệt, ban hành.

Điều 10. Bản tin đối ngoại

1. Bản tin đối ngoại đều đặn xuất bản 4 số/năm, mỗi số bao gồm hai ấn bản tiếng Việt và tiếng Anh.

2. Ban Giám hiệu thành lập Ban Biên tập bản tin đối ngoại để thực hiện các nhiệm vụ liên quan.

3. Các tin tức trong Bản tin đối ngoại do Ban biên tập Bản tin chọn lọc và biên tập, đảm bảo tiêu biểu, ngắn gọn, súc tích.

4. Các tin tức được tổng hợp vào tháng cuối mỗi quý (các tháng 3, 6, 9, 12) và được xuất bản muộn nhất trước ngày 20 của tháng tiếp theo.

5. Bản tin được gửi qua email đến các đối tượng nhận bản tin, gồm: (1) toàn thể CBVC Trường, (2) đối tác trong nước, (3) đối tác nước ngoài.

6. Bản tin đối ngoại được tổ chức thực hiện và phối hợp giữa các đơn vị theo Quy trình ISO QT.30-HLTT do Trung tâm Học liệu và Truyền thông tham mưu BGH phê duyệt, ban hành.

Điều 11. Pa-nô, băng rôn, phướn

1. Pa-nô, băng rôn, phướn... là các sản phẩm quảng cáo chứa đựng các thông tin và hình ảnh nhằm truyền tải thông điệp, quảng bá các sự kiện do nhà trường tổ chức hoặc do các đơn vị khác treo trong khuôn viên Trường.

2. Hình thức, kích thước của pa-nô, băng rôn, phướn... phải thiết kế phù hợp với không gian đặt, đảm bảo nhận dạng thương hiệu (logo, màu sắc, phông chữ). Trong một số trường hợp cụ thể, có thể điều chỉnh, thêm bớt cho phù hợp với từng sự kiện nhưng không được sai khác hoàn toàn.

3. Mẫu thiết kế pa-nô, băng rôn, phướn... phải được BGH phê duyệt (đối với sự kiện/hoạt động cấp trường) hoặc Trường đơn vị (đối với sự kiện/hoạt động do đơn vị chủ trì) trước khi in ấn, lắp đặt.

4. Băng rôn, phướn quảng cáo phải được treo trước khi sự kiện diễn ra ít nhất

5 ngày (kể cả ngày thứ 7, chủ nhật) và có thể kéo dài cho đến khi hết sự kiện hoặc sau sự kiện nhưng không quá 05 ngày.

5. Đối với các sự kiện năm (kéo dài trong 01 năm), pa-nô, phướn quảng cáo được treo đến hết năm (31/12/20xx) và phải thực hiện tháo dỡ trong vòng 01 tháng sau đó, trừ khi có chỉ đạo khác từ BGH.

6. Vị trí treo băng rôn, phướn tại các cột đèn, cột điện, hàng cây đủ tải trọng và treo cách mặt đất từ 0.8-1 m trở lên.

7. Quản lý, giám sát các hình thức truyền truyền, quảng cáo được tổ chức thực hiện và phối hợp giữa các đơn vị theo Quy trình ISO QT. 25-HLTT do Trung tâm Học liệu và Truyền thông tham mưu BGH phê duyệt, ban hành.

Điều 12. Ân phẩm/Sản phẩm quảng bá khác

1. Tập san/Cẩm nang giới thiệu Trường

a) Tập san/Cẩm nang giới thiệu Trường là ân phẩm bao gồm toàn bộ thông tin khái quát về Trường (lịch sử hình thành, sứ mệnh tầm nhìn, cơ cấu tổ chức, hoạt động đào tạo, chương trình đào tạo, hoạt động khoa học công nghệ, hợp tác quốc tế...) được sử dụng trong các sự kiện khánh tiết (dành tặng các đối tác) hoặc trong các sự kiện quảng bá (dành tặng học sinh, sinh viên, học viên).

b) Nội dung của Tập san/cẩm nang giới thiệu Trường do Trung tâm Học liệu và Truyền thông xây dựng bô cục, các đơn vị hỗ trợ cung cấp thông tin. Nội dung sau khi biên tập, chỉnh lý phải được sự phê duyệt của BGH.

c) Hình thức của Tập san giới thiệu: có thể tùy chỉnh kích thước của ân phẩm để phù hợp với nhu cầu thể hiện thông tin và đối tượng truyền tải thông tin. Thiết kế cần ưu tiên sử dụng màu sắc, họa tiết theo bộ nhận diện thương hiệu của Trường, phải được sự phê duyệt của BGH trước khi in ân và ban hành.

d) Đối tượng sử dụng: học sinh, sinh viên, học viên, đối tác trong và ngoài nước.

2. Tờ rơi, thư ngỏ, phông nền, bảng quảng cáo đứng

a) Tờ rơi, thư ngỏ là các ân phẩm được thiết kế để hỗ trợ tuyên truyền, quảng bá cho một hoạt động, sự kiện quảng bá cụ thể nhằm truyền tải thông tin, thu hút sự chú ý tham gia của một đối tượng cụ thể/người tham dự sự kiện.

b) Nội dung và thiết kế của tờ rơi, phông nền, bảng quảng cáo đứng (standee) do đơn vị thực hiện và phải được sự phê duyệt của Ban Tổ chức sự kiện hoặc đơn vị chủ trì hoạt động/sự kiện đó.

3. Phim giới thiệu Trường/đơn vị

a) Phim giới thiệu Trường/đơn vị là một sản phẩm quảng bá bao gồm các thông tin tổng quan và tiêu biểu về Trường/đơn vị được sử dụng để giới thiệu về Trường/đơn vị trong các sự kiện quảng bá, các buổi thảo luận hợp tác...

b) Nội dung và hình thức của phim giới thiệu Trường/đơn vị do Trung tâm Học liệu và Truyền thông chủ trì, phối hợp với các đơn vị chức năng xây dựng và phải được sự phê duyệt của BGH trước khi phát hành chính thức.

4. Ảnh/ Phim ngắn quảng cáo/Phim tư liệu

- a) Ảnh, phim ngắn quảng cáo, phim tư liệu là sản phẩm quảng bá được sử dụng trên các ấn phẩm và các nền tảng số để phục vụ truyền thông, quảng bá.
- b) Phim ngắn quảng cáo, phim tư liệu do đơn vị chủ trì thực hiện và phải được sự phê duyệt của BGH trước khi phát hành chính thức.

5. Phòng/gian hàng trưng bày

- a) Phòng/gian hàng trưng bày là một khu vực được thiết kế, bố trí để trưng bày các thông tin, hình ảnh, hiện vật tiêu biểu trong quá trình xây dựng và phát triển nhà trường trên các lĩnh vực đào tạo, khoa học công nghệ, hợp tác quốc tế hoặc để trưng bày thông tin, sản phẩm cụ thể khi tham gia các sự kiện cụ thể.
- b) Phòng/gian hàng trưng bày phải đảm bảo tính thẩm mỹ, trang trọng, lịch sự. Thông tin được trưng bày phải cụ thể, rõ ràng, chính xác, được thể hiện trên các thiết bị số, bảng quảng cáo, phông nền, bảng quảng cáo đứng (standee). Sản phẩm/hiện vật được trưng bày phải tiêu biểu, được bố trí gọn gàng, khoa học, có thông tin giới thiệu kèm theo.
- c) Nội dung và thiết kế của các ấn phẩm quảng cáo cho phòng/gian hàng trưng bày thực hiện theo điểm b, khoản 2, Điều 12 của quy định này.

Điều 13. Mạng xã hội

1. MXH là kênh truyền thông phổ biến do nhà trường hoặc các đơn vị thuộc, trực thuộc quản lý, để kết nối trực tuyến với sinh viên, cán bộ, giảng viên và một số đối tượng khác trên mạng.
2. Các trang MXH do Trường/các đơn vị thuộc và trực thuộc Trường quản lý, được công nhận tại Quyết định số 321/QĐ-ĐHSPKT ngày 21/6/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật.
3. Tổ chức, hoạt động của các trang MXH phải tuân thủ các quy định của Luật An ninh mạng.
4. Phạm vi các bài đăng trên các MXH, gồm: các thông báo về các hoạt động, sự kiện có quy mô toàn Trường; các tin vắn, tin ảnh về các hoạt động của cán bộ, người lao động, sinh viên; tin bài/ảnh/phim ngắn quảng bá Trường (các đơn vị)/các sự kiện của Trường (các đơn vị); chia sẻ, dẫn nguồn các tin tức/bài viết về Trường từ các kênh báo chí chính thống; các bài đăng tương tác, hỗ trợ sinh viên.
5. Các bài đăng trên MXH phải được cập nhật mới liên tục, ít nhất 2 tuần/bài đăng mới hoặc ngay lập tức sau khi nhận được các thông báo chính thống, tin tức chính thống trên website Trường.
6. Cấu trúc các bài đăng trên MXH gồm các thành phần như sau: một đoạn giới thiệu (dưới 200 từ), đường dẫn nguồn (nếu có), hình ảnh/video liên quan và không vi phạm các quy định tại Điều 4, Điều 5 và Điều 14 của quy định này.
7. Quản trị viên và các cộng tác viên nội dung của các trang MXH chịu trách nhiệm vận hành, cập nhật các bài đăng mới và chịu trách nhiệm về nội dung các bài đăng; hỗ trợ, hướng dẫn và trả lời thắc mắc của sinh viên tại phần bình luận dưới bài đăng và hộp thư của Fanpage trong hiểu biết và khả năng cho phép; xử lý các bình luận không phù hợp dưới các bài đăng.

Điều 14. Các hành vi bị cấm trong truyền thông

Thực hiện theo đúng các quy định của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước và các nội quy, quy chế của Đại học Đà Nẵng, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật.

Chương IV

PHƯƠNG THỨC PHỐI HỢP

Điều 15. Truyền thông nội bộ

1. Phối hợp truyền thông nội bộ là quá trình trao đổi, thảo luận giữa các đơn vị trong Trường với đơn vị phụ trách truyền thông của Trường (Trung tâm Học liệu và Truyền thông) nhằm lập kế hoạch, lên phương án trình BGH phê duyệt và thực thi các công tác truyền thông, quảng bá một hoạt động, sự kiện cụ thể do đơn vị đó chủ trì.

2. Sản phẩm truyền thông đầu ra của quá trình phối hợp truyền thông nội bộ thể hiện dưới các hình thức: các bài viết/thông báo đăng tải trên cổng thông tin điện tử/các trang mạng xã hội của Trường, tin tức trên Điểm tin nội bộ/Bản tin đối ngoại, các ấn phẩm thiết kế (tờ rơi, băng rôn, phông nền, bảng quảng cáo đứng...), phim giới thiệu, các chuyên trang sự kiện, gian hàng triển lãm và các hoạt động khác theo kế hoạch cụ thể.

3. Đơn vị đề xuất phối hợp truyền thông phải chuyển đề xuất của mình kèm theo các thông tin liên quan đến đơn vị phụ trách truyền thông (Trung tâm Học liệu và Truyền thông) muộn nhất 01 tuần trước khi sự kiện diễn ra.

4. Công tác phối hợp truyền thông được tổ chức thực hiện và phối hợp giữa các đơn vị theo Quy trình ISO QT. 24-HLTT do Trung tâm Học liệu và Truyền thông tham mưu BGH phê duyệt, ban hành.

Điều 16. Truyền thông bên ngoài

1. Công tác truyền thông, quảng bá về nhà trường ra bên ngoài trên báo giấy, báo điện tử, trang web của các đối tác được thực hiện dưới dạng tin tức, bài viết tổng hợp; thực hiện trên các đài phát thanh/kênh truyền hình dưới dạng tin tức thời sự, phóng sự tổng hợp về một sự kiện tiêu biểu, thông tin nổi bật hoặc thành tựu của nhà trường trên tất cả các lĩnh vực.

2. Truyền thông, quảng bá trên báo giấy, báo điện tử, các kênh phát thanh truyền hình có thể được thực hiện theo kế hoạch truyền thông năm học đã được thông qua hoặc theo tình hình thực tế phát sinh nhu cầu truyền thông của đơn vị, giới thiệu về các lĩnh vực, chủ đề nổi bật, cần quảng bá rộng rãi.

3. Cách thức thực hiện truyền thông, quảng bá trên báo giấy, báo điện tử và các kênh truyền hình gồm: gửi thông tin, giới thiệu đề tài cho phóng viên; gửi tin bài đã thực hiện đến tòa soạn/phóng viên để đề xuất đăng tin; mời tham dự, đưa tin về hoạt động/sự kiện; ký kết hợp đồng truyền thông, quảng cáo.

4. Các thông tin được sử dụng trong bài viết phải do các đơn vị hoặc các cá nhân có liên quan cung cấp, đảm bảo tính chính xác, đầy đủ của thông tin. Các nội dung cung cấp thông tin cho các đơn vị báo chí không vi phạm Khoản 2 Điều 38 Luật

Báo chí 2016 và các nội dung tại Điều 14 của quy định này, phải thông qua sự kiểm duyệt từ đơn vị chức năng và BGH trước khi phát hành.

5. Đơn vị chức năng có nhiệm vụ theo dõi việc đăng tải bài, phóng sự của các cơ quan báo chí sau khi đã tiếp nhận thông tin, phát hiện và kiến nghị xử lý đối với các trường hợp cơ quan báo chí đưa tin không đúng với những thông tin nhà trường đã cung cấp.

Chương V

XỬ LÝ VẤN ĐỀ PHÁT SINH TRONG HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG

Điều 17. Xử lý các vấn đề phát sinh đối với truyền thông nội bộ

1. Khi có các vấn đề phát sinh trong công tác truyền thông nội bộ, BGH triệu tập các cá nhân, đơn vị có liên quan cùng trao đổi, thảo luận để giải quyết các vấn đề phát sinh. Quyết định của BGH là quyết định cuối cùng để xử lý vấn đề phát sinh đối với truyền thông nội bộ, các đơn vị có liên quan chấp hành phương án của BGH.

2. Khi có vấn đề phát sinh trong việc truyền thông trên trang thông tin điện tử của Trường và các đơn vị thuộc, trực thuộc thì Ban Biên tập trang thông tin điện tử của Trường triệu tập các cá nhân, đơn vị có liên quan cùng trao đổi, thảo luận để giải quyết các vấn đề phát sinh. Quyết định của Ban Biên tập trang thông tin điện tử Trường là quyết định cuối cùng để xử lý vấn đề phát sinh.

Điều 18. Xử lý các vấn đề phát sinh đối với truyền thông bên ngoài

1. Vấn đề phát sinh đối với truyền thông bên ngoài có thể hiểu là tình trạng lan tràn thông tin vượt quá tầm kiểm soát của cá nhân, tổ chức theo một chiều hướng tiêu cực, ảnh hưởng gián tiếp hoặc trực tiếp đến uy tín, danh dự và vị thế của cá nhân, tổ chức đó.

2. Xử lý vấn đề phát sinh đối với truyền thông bên ngoài là xử lý, phản hồi các thông tin qua các phương tiện truyền thông đại chúng (website, fanpage, báo giấy, báo điện tử, đài truyền hình, đài phát thanh, email...) hoặc qua số điện thoại hotline. Việc xử lý này được triển khai cho các thông tin liên quan đến:

- a) Những tin tức ảnh hưởng đến uy tín Trường, các đơn vị.
- b) Thông tin làm ảnh hưởng đến hoạt động giáo dục, đào tạo của Trường, các đơn vị.
- c) Thông tin làm ảnh hưởng đến hình ảnh cá nhân lãnh đạo Trường.
- d) Thông tin khủng hoảng toàn cục.

3. Nguyên tắc chung trong xử lý vấn đề phát sinh đối với truyền thông bên ngoài

- a) Xác định rõ mức độ và phạm vi ảnh hưởng của vấn đề phát sinh đối với truyền thông bên ngoài để có phương án xử lý phù hợp.
- b) Cần xử lý, phản hồi thông tin đến đối tượng có nhu cầu được cung cấp thông tin một cách hợp lý, kịp thời, chính xác.
- c) Thông tin phát ra theo dạng văn bản hoặc thông qua người phát ngôn cần

có sự nhất quán. Hiệu trưởng hoặc người được ủy nhiệm chịu trách nhiệm phát ngôn khi xử lý vấn đề phát sinh đối với truyền thông bên ngoài và thực hiện theo quy chế phát ngôn của Trường.

5. Xử lý các vấn đề phát sinh đối với truyền thông bên ngoài được tổ chức thực hiện và phối hợp giữa các đơn vị theo Quy trình ISO QT.31-HLTT do Trung tâm Học liệu và Truyền thông tham mưu BGH phê duyệt, ban hành.

Chương VI

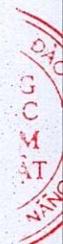
TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Điều 19. Trung tâm Học liệu và Truyền thông

1. Là đơn vị chức năng, đầu mối thực hiện trực tiếp công tác truyền thông, quảng bá cấp Trường.
2. Là đơn vị đầu mối thực hiện công tác truyền thông, quảng bá đến các tổ chức, cá nhân nước ngoài.
3. Chủ trì xây dựng kế hoạch quảng bá năm học.
4. Giám sát các đơn vị thực hiện nhiệm vụ truyền thông, quảng bá theo kế hoạch năm học được Hiệu trưởng phê duyệt.
5. Báo cáo Hiệu trưởng về việc công tác truyền thông, quảng bá trong năm học.
6. Hỗ trợ, tư vấn, hướng dẫn các đơn vị thực hiện theo đúng các quy định về truyền thông, quảng bá trong Trường.
7. Phối hợp xử lý các vấn đề phát sinh trong truyền thông nội bộ và bên ngoài.
8. Quản lý và chịu trách nhiệm về nội dung trên cổng thông tin điện tử Trường (ute.udn.vn).
9. Quản lý và chịu trách nhiệm về nội dung trang web tiếng Anh.
10. Quản lý kênh Youtube Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật (youtube.com/mediauteudn).
11. Tham gia quản lý nội dung trên các trang MXH của Trường.
12. Tham mưu, đề xuất với Hiệu trưởng thực hiện công tác truyền thông, quảng bá và xử lý vi phạm trong truyền thông, quảng bá.
13. Tham mưu, đề xuất tổ chức tập huấn nâng cao năng lực truyền thông, viết tin bài, làm clip... cho các đơn vị trong trường.

Điều 20. Các đơn vị thuộc và trực thuộc Trường

1. Xây dựng kế hoạch truyền thông, quảng bá mảng công tác do đơn vị mình chủ trì.
2. Chủ động truyền thông các mảng hoạt động do đơn vị mình chủ trì.
3. Phối hợp với Trung tâm Học liệu và Truyền thông xây dựng kế hoạch truyền thông, quảng bá chung về Trường.



4. Phối hợp với Trung tâm Học liệu và Truyền thông, Phòng Công tác Sinh viên thực hiện các hoạt động quảng bá tuyển sinh.

5. Phòng Công tác Sinh viên chủ trì xây dựng kế hoạch quảng bá tuyển sinh; chịu trách nhiệm phối hợp với Trung tâm Học liệu và Truyền thông, các đơn vị thuộc và trực thuộc xây dựng kế hoạch truyền thông, quảng bá tuyển sinh của Trường.

6. Phòng Công tác Sinh viên chịu trách nhiệm phối hợp với các đơn vị trong công tác quản lý, xử lý các vi phạm của sinh viên, học viên trên không gian mạng do nhà trường quản lý.

7. Phòng Kế hoạch – Tài chính phối hợp với các đơn vị có liên quan lập dự trù, thanh toán kinh phí công tác truyền thông, quảng bá về Trường.

8. Đảm bảo nhận dạng thương hiệu Trường trên website của đơn vị.

9. Vận hành và chịu trách nhiệm về nội dung website của đơn vị, fanpage đơn vị trên MXH (nếu có).

Điều 21. Trách nhiệm của các tổ chức đoàn thể

1. Chủ trì thực hiện truyền thông các hoạt động của sinh viên, của Đoàn, Hội.

2. Vận hành và chịu trách nhiệm nội dung tại Fanpage Đoàn Thanh niên, Hội Sinh viên Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật.

3. Hướng dẫn, hỗ trợ và chịu trách nhiệm quản lý các Câu lạc bộ của sinh viên và chịu trách nhiệm các nội dung các sản phẩm truyền thông do các Câu lạc bộ của sinh viên sản xuất.

4. Phối hợp với Trung tâm Học liệu và Truyền thông tổ chức các công tác truyền thông, quảng bá chung về Trường.

Điều 22. Hiệu lực thi hành

Quy định này có hiệu lực kể từ ngày ký ban hành và các quy định trước đây trái với quy định này đều bãi bỏ. Trong quá trình thực hiện, nếu có vấn đề gì phát sinh hoặc vướng mắc, khó khăn, các đơn vị phản ánh kịp thời về Trường (qua Trung tâm Học liệu và Truyền thông) để Hiệu trưởng xem xét, chỉ đạo bổ sung phù hợp.



PGS.TS. Phan Cao Thọ