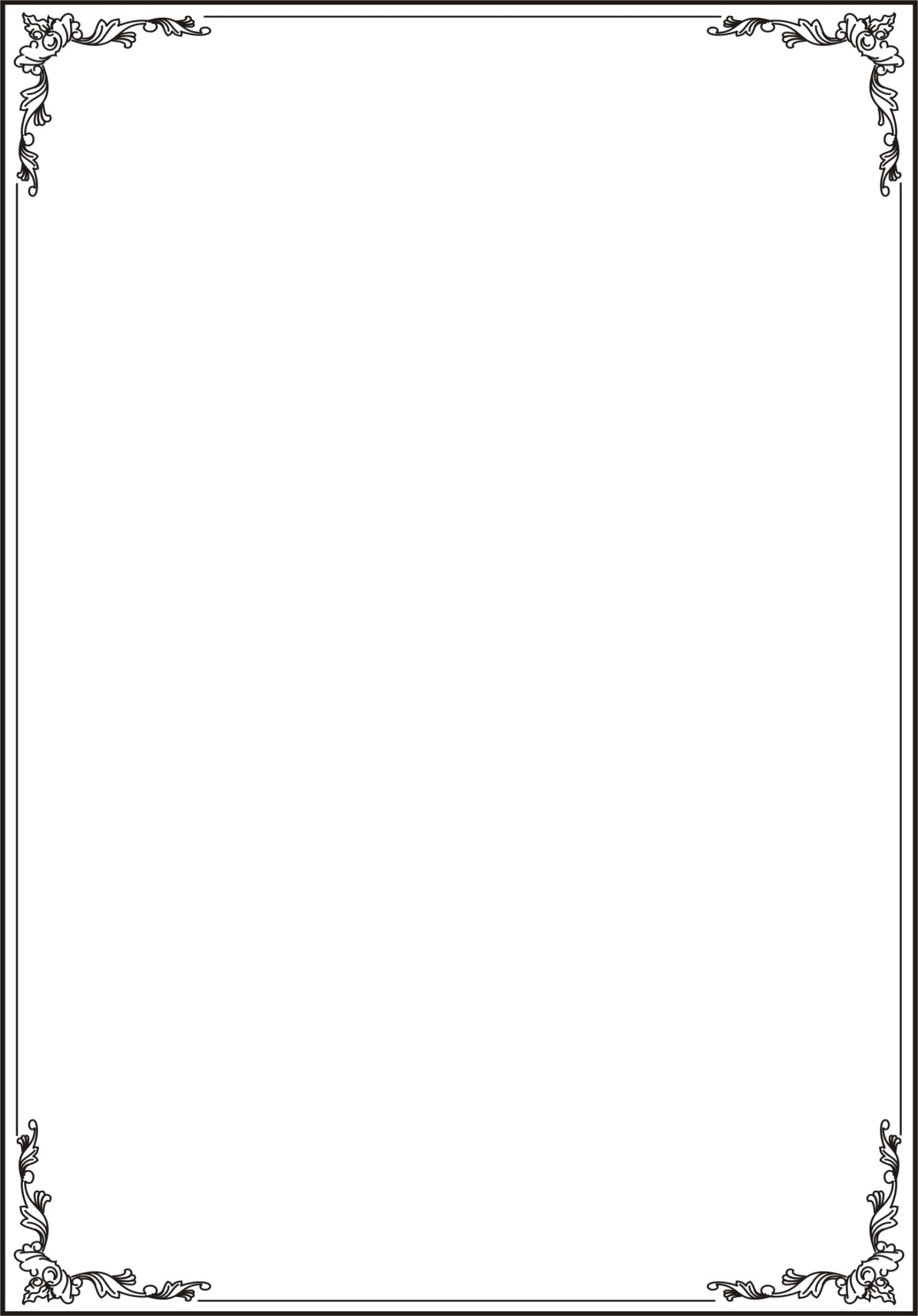
****BỘ CÔNG THƯƠNG**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM TP.HCM**

**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**

----🙞🙜🕮🙞🙜-----



**MÔN:** **QUAN HỆ CÔNG CHÚNG (010100379304)**

**LỚP: 10DHQT6**

**ĐỀ TÀI**

**HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC PR CỦA HUFI ĐẾN NĂM 2030**

**GVHD: Th.S PHAM XUÂN HƯỞNG**

**NHÓM THỰC HIỆN: NHÓM 10**

**Danh sách sinh viên thực hiện:**

TRẦN THỊ MINH THƯ LÊ THANH TÙNG

NGUYỄN THỊ BÍCH MY DƯƠNG GIA HÀO

NGUYỄN TIẾN DŨNG LÊ THỊ NHÃ LINH

ĐỖ THỊ KIM TRINH NGUYỄN ANH KHOA

TP.HCM, Ngày 18 tháng 06 năm 2021

**DANH SÁCH PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ VÀ MỨC ĐỘ HOÀN THÀNH CÔNG VIỆC**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Họ và tên** | **Mssv** | **Công việc được giao** | **Tỷ lệ % hoàn thành** | **Điểm chung của nhóm (GV ghi)** | **Điểm cá nhân (GV ghi)** |
| 1 | Trần Thị Minh Thư (Nhóm trưởng) | 2013190597 | Mở đầu, lời cảm ơn , xác lập công chúng mục tiêu, tổng hợp word | 100% |  |  |
| 2 | Lê Thanh Tùng | 2013191672 | Phân tích tình hình hoạch định PR | 100% |  |
| 3 | Nguyễn Thị Bích My | 2013191643 | Mô tả khái quát hoạt động PR, kết luận | 100% |  |
| 4 | Nguyễn Tiến Dũng | 2013191660 | Xác định nguồn lực của chiến lược PR | 100% |  |
| 5 | Đỗ Thị Kim Trinh | 2013190685 | Xác lập mục tiêu chiến lược PR | 100% |
| 6 | Lê Thị Nhã Linh | 2013190285 | Thiết kế chiến lược và chiến thuật PR | 100% |  |
| 7 | Dương Gia Hào | 2024180039 | Phân tích tình hình hoạch định PR | 100% |  |
| 8 | Nguyễn Anh Khoa | 2013191619 | Xác định nội dung thông điệp chiến lược PR | 100% |  |

**LỜI CẢM ƠN**

Đề hoàn thành được bài tiểu luận này, trước hết nhóm em xin chân thành cảm ơn thầy Phạm Xuân Hưởng khoa Quản Trị Kinh Doanh của trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP.Hồ Chí Minh..Cảm ơn thầy đã truyền đạt cho nhóm em những kinh nghiệm quý báu và bổ ích của bộ môn quan hệ công chúng trong suốt quá trình học tập tại trường và học online tại nhà.

Mỗi một bài tiểu luận có thể ví như một công trình khoa học theo quy mô nhỏ. Nên việc hoàn thành một bài tiểu luận chỉnh chu nhất cũng không phải dễ đối với nhóm chúng em.

Do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 nên trong quá trình thực hiện đề tài nhóm chúng em gặp không ít khó khăn. Nhưng nhờ sự hướng dẫn và giúp đỡ tận tình của thầy cũng như sự đoàn kết làm việc của các thành viên trong nhóm thì bài tiểu luận của nhóm em đã hoàn thành một cách tốt nhất.

Dù đã cố gắng rất nhiều trong việc chuẩn bị bài tiểu luận nhưng chắc chắn vẫn không thể nào tránh khỏi những sai sót. Nên nhóm em rất mong nhận được sự thông cảm và đóng góp ý kiến của thầy cũng như các thầy cô khác để bài tiểu luận phần nào được hoàn thiện thêm nữa.

Cuối cùng, nhóm em xin kính chúc thầy có thật nhiều sức khỏe. Luôn luôn thành công trong công tác giảng dạy, trong công việc cũng như trong cuộc sống.

Nhóm chúng em xin chân thành cảm ơn!

**MỤC LỤC**

[DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT 5](#_Toc74607365)

[LỜI MỞ ĐẦU 6](#_Toc74607366)

[PHẦN NỘI DUNG 7](#_Toc74607367)

[CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT 7](#_Toc74607368)

[1.1 Mô tả khái quát về hoạt động PR của HUFI 7](#_Toc74607369)

[CHƯƠNG 2: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC PR CỦA HUFI ĐẾN NĂM 2030 11](#_Toc74607370)

[2.1 Phân tích tình hình hoạch định chiến lược PR của HUFI 11](#_Toc74607371)

[2.2 Xác lập mục tiêu hoạch định chiến lược PR của HUFI 13](#_Toc74607372)

[2.2.1 Mục tiêu tổng quát của chiến lược 13](#_Toc74607373)

[2.2.2 Mục tiêu cụ thể của chiến lược 14](#_Toc74607374)

[2.3 Xác định công chúng mục tiêu khi hoạch định chiến lược PR 17](#_Toc74607375)

[2.4 Xác định nội dung thông điệp của các chương trình PR 18](#_Toc74607376)

[2.5 Thiết kế chiến lược và chiến thuật cho từng giai đoạn, từng hoạt động PR của HUFI đến năm 2030 19](#_Toc74607377)

[2.5.1 Chiến lược phát triển đào tạo 19](#_Toc74607378)

[**2.5.2 Tầm nhìn, sứ mạng, giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục:** 23](#_Toc74607379)

[2.6 Xác định nguồn lực để thực hiện hoạch định chiến lược PR 24](#_Toc74607380)

[CHƯƠNG 3: KẾT LUẬN 25](#_Toc74607381)

[TÀI LIỆU THAM KHẢO 26](#_Toc74607382)

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

|  |  |
| --- | --- |
| CTĐT | Chương trình đào tạo |
| ĐBCL | Đảm bảo chất lượng |
| QLCL | Quản lý chất lượng |
| PPGD & KTĐG | Phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá |
| GT/TL | Giáo trình/ tài liệu |
| TLTK | Tài liệu tham khảo |
| KTXD | Kỹ thuật xây dựng |
| GDĐT | Giáo dục đào tạo |

LỜI MỞ ĐẦU

Quan hệ công chúng là một trong những yếu tố đóng vai trò quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp,doanh nghiệp muốn những sản phẩm mình tạo ra được khách hàng biết đến và sử dụng nó thì họ phải có một chiến lược PR.Đây là vấn đề đáng quan tâm của mỗi doanh nghiệp,họ muốn chiến lược PR của họ thành công thì trước hết phải có một đội ngũ nhân viên xuất sắc để PR cho sản phẩm của họ.

Nhận thức được vấn đề này,nhóm em đã nghiên cứu và triển khai phân tích đề tài hoạch định chiến lược PR của các trường học.Với đề tài ấy,nhóm em quyết định chọn:*”Hoach định chiến lược PR của HUFI đến năm 2030”* để nghiện cứu.

Trong những năm qua,HUFI đã không ngừng hoàn thiện việc PR của mình để cho tất cả mọi người biết đến,nhờ vậy mà họ ttìm được số lượng giảng viên giảng dạy và sinh viên học tại trường.Để hiểu hơn về chiến lược PR của HUFI thì nhóm e mời thầy theo dõi bài tiểu luận của nhóm em.

PHẦN NỘI DUNG

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT

* 1. Mô tả khái quát về hoạt động PR của HUFI

-Cùng với sự phát triển của xã hội PR không chỉ dành riêng cho các cơ sở doanh nghiệp kinh doanh mà còn có ở nhiều lĩnh vực khác như điện ảnh, giáo dục, âm nhạc,….

Có thể hiểu rằng PR là các phương pháp, hoạt động tổ chức, cá nhân thực hiện nhằm tạo mục tiêu truyền tải những thông tin đến công chúng và xây dựng mối quan hệ với các đối tượng bên ngoài nhằm tạo nên một thương hiệu.

Hiện nay loại hình PR được áp dụng vào nền Giáo dục tại Việt Nam với sự đa dạng này đã giúp các cho các bậc phụ huynh dễ dàng trong việc quyết định và cho con em theo học tại trường đại học. Đó cũng là điều mà Trường Đại Học Công Nghiệp Thực Phẩm Thành Phố Hồ Chí Minh mong muốn mang đến cho các học sinh, sinh viên những lựa chọn đúng đắn và hiệu quả nhất trong việc phát triển ngành nghề cũng như về lĩnh vực tập.

Trường Đại Học Công Nghiệp Thực Phẩm Thành Phố Hồ Chí Minh ( tiếng anh: Ho Chi Minh City University of Food Industry, viết tắt là HUFI) được xây dựng và phát triển dựa trên trường cao đẳng Công nghiệp thực phẩm là một đơn vị giáo dục trực thuộc Bộ Công Thương, đào tạo đa ngành, đa lĩnh vực, đa cấp độ chuyên đào tạo về cách nhóm ngành kỹ thuật, có thế mạnh trong lĩnh vực khoa học và công nghệ thực phẩm được thành lập từ 9/09/1982 đến nay,tức là 39 năm. Là cơ sở giáo dục Đại học công lập theo cơ chế tự chủ, đạt chuẩn kiểm định chất lượng giáo dục và cơ sở chính của trường hiện đặt tại 140 Lê Trọng Tấn, Quận Tân Phú Thành Phố HCM.

Hằng năm, trường có khả năng đào tạo trên 14.000 học sinh – sinh viên, trường có 28 ngành đào tạo trình độ đại học và cơ sở vật chất hiện đại. Tổ chức và quản lý của nhà trường:

Hiệu trưởng : PGS.TS. Nguyễn Xuân Hoàn

Hiệu phó : PGS.TS. Lê Thị Hồng Ánh, ThS. Thái Doãn Thanh

Ngoài ra, lộ trình hình thành cũng như phát triển của trường được diễn ra như sau:

* Năm 1982: Trường được thành lập theo quyết định số 986/CNTP, ngày 9/9/1982 của Bộ trưởng Bộ Công nghiệp Thực phẩm với tên gọi: Trường Cán bộ Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh
* Năm 1987: Trường được đổi tên thành Trường Trung học Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh theo quyết định số 25 CNTP/TCCB ngày 3/5/1987 của Bộ trưởng Bộ Công nghiệp Thực phẩm
* Năm 2001: Trường được nâng cấp lên Trường Cao đẳng Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh theo quyết định số 18/QĐ-BGD&ĐT -TCCB ngày 2/1/2001 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục & Đào tạo
* Năm 2010: Trường chính thức trở thành Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh theo Quyết định số 284/QĐ-TTg, thành lập Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh của Thủ tướng Chính phủ.

Vào thời điểm năm 2017, nhà trường HUFI đã được trung tâm KĐCL giáo dục ĐH Quốc gia HCM đã công nhận đạt chuẩn chất lượng cùng với giấy chứng nhận ( Tỷ lệ số tiêu chí đạt yêu cầu của trường là 80,33%). Trải qua nhiều giai đoạn thì đội ngủ giảng viên cùng với chương trình đào tạo của trường cũng đã được hoàn thiện hơn rất nhiều lần được mệnh danh là một trường giàu truyền thống học tập và giảng dạy.

Để hỗ trợ chất lượng học tập và ý tưởng sáng tạo của học sinh – sinh viên tại trường, nhà trường đã hỗ trợ thư viện học tập 4 tầng với nhiều không gian học nhóm và thư việc các tài liệu giúp hỗ trợ sinh viên học học tập ngoài ra thư viện HUFI được bình chọn là thư viện được yêu thích nhất năm 2020, cùng với khẩu hiệu của trường “ Nhân văn – Đoàn kết – Tiên Phong – Đổi mới” đã mang lại một trường học đầy thân nhiệt và nhiệt huyết. Đồng thời hiện đang là ngôi trường thu hút được lượng lớn thí sinh không chỉ trong miền Nam và cả miền Bắc.

Không những vậy, nhằm mong muốn những điều kiện tốt nhất của có thể mang được đến tất cả các học sinh – sinh viên nhà trường đã đề ra các hoạt động tuyển sinh trong mùa thi tốt nghiệp Trung học Phổ Thông tại các tỉnh trên địa bàn tỉnh, thành phố. Thông qua ngày hội tuyển sinh mà HUFI mang đến dành cho tất cả các bạn học sinh có nguyện vọng mong muốn được vào ngôi nhà chung HUFI với nhiều ngành nghề đa dạng phù hợp với khả năng của bản thân. Đặc biệt mọi người vô cùng quan tâm với các ngành nghề Hot như là: kế toán, công nghệ may, công nghệ cơ khí…

Ngày hội tuyển sinh hướng nghiệp đã giúp cho học sinh định hướng được nghề nghiệp chọn đúng ngành đúng trường và đúng sở thích của mình, đồng thời giải quyết thắc mắc của các bạn muốn tham gia vào trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP.HCM. Và cơ sở hạ tầng được được nâng cao qua nhiều năm với thời đại công nghiệp 4.0 hệ thống phòng học được lắp các thiết bị hiện đại giúp ích cho tiếp thu kiến thức do những giảng viên hàng đầu truyền tải. Đối với trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP.HCM thì cơ hội làm việc sau tốt nghiệp là chuyện không cần lo ngại. Ngoài ra đội ngũ giảng viên tại Hufi 100% giảng viên và nhân viên có trình độ đại học, tốt nghiệp từ nhiều nước như Hà Lan, Úc, Ý, Slovakia, Hàn Quốc và các trường Đại học Việt Nam. Đó cũng là những điều mà thông qua buổi tuyển sinh mà nhà trường mong muốn mang đến cho học sinh một sự lựa chọn đúng đắn và phù hợp nhất khi chọn HUFI.

Trong những năm tiếp theo cho đến năm 2030, phát triển Trường Đại Học Công Nghiệp Thực Phẩm theo định hướng ứng dụng hàng đầu của quốc gia, có vị thế trong khu vực và quốc tế, luôn tiên phong trong lĩnh vực khoa học và công nghệ thực phẩm, mang lại chất lượng giảng dạy và cơ sở tốt nhất dành cho học sinh – sinh viên.

CHƯƠNG 2: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC PR CỦA HUFI ĐẾN NĂM 2030

2.1 Phân tích tình hình hoạch định chiến lược PR của HUFI

**☼ MÔ HÌNH SWOT:**

* Cơ hội (O):
* Các doanh nghiệp và người dân Việt Nam vẫn ưu tiên các trường công lập
* Sự phát triển mạnh mẽ của các trang mạng xã hội
* Kinh tế - xã hội tăng trưởng và phát triển, đặc biệt là sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và truyền thông
* Nhu cầu đào tạo gia tăng do khối lượng tri thức trên thế giới tăng lên không ngừng tạo nên nhu cầu phát triển kinh tế tri thức trên toàn cầu, nhu cầu lực lượng lao động có trình độ cao ngày càng tăng, nhu cầu học tập suốt đời của người lao động
* Tiến trình hội nhập quốc tế giúp trường có thể liên kết, hợp tác nâng cao chất lượng đào tạo
* Thách thức (T):
* Học phí: Tuy là trường công lập nhưng ngân sách của trường là tự thu tự chi nên vấn đề học phí của trường hằng năm đều tăng, do đó khiến cho người học cảm thấy phân vân và nguy cơ không vào trường hoặc bỏ học sẽ cao.
* Sự ra đời của nhiều trường cao đẳng, đại học trong khu vực, các xu thế cung cấp Giáo dục Đại Học của các nước tiên tiến đang tỏ ra có hiệu quả
* Thị trường lao động biến động và phát triển, đòi hỏi trách nhiệm xã hội và năng lực nghiên cứu phát triển của trường Đại học ngày càng cao.
* Tình hình dịch bệnh Covid-19 trong và ngoài nước vẫn đang diễn biến phức tạp
* Điểm mạnh:
* Trường đại học Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh là một trường công lập với một chặng đường gần 40 năm kinh nghiệm.
* Không ngừng mở rộng quy mô về đào tạo.
* Trường đại học đào tạo các ngành về thực phẩm & kỹ thuật và là một trường đại học đa ngành và quan trọng của Thành phố Hồ Chí Minh cũng như cả Việt Nam.
* Không ngừng mở rộng, hợp tác đào tạo trong và ngoài nước.
* Cán bộ giáo viên năng động, có trách nhiệm, có khả năng làm việc với cường độ cao, giảng viên có tâm huyết và yêu nghề.
* Cơ sở vật chất hiện đại, trang thiết bị đầy đủ cho đổi mới phương pháp giảng dạy.
* Công tác nghiên cứu khoa học khá.
* Có khả năng linh động trong đổi mới chương trình đào tạo theo hướng thực nghiệm.
* Các hoạt động marketing bước đầu có kết quả tốt.
* Điểm yếu:
* Thương hiệu chưa được xây dựng nổi bật.
* Chính sách tạo động lực chưa được cao.
* Chương trình đào tạo còn nặng về kiến thức, kỹ năng còn ít được trú trọng, đặc biệt là kỹ năng mềm.

2.2 Xác lập mục tiêu hoạch định chiến lược PR của HUFI

2.2.1 Mục tiêu tổng quát của chiến lược

- Trở thành một trong những trường đại học trẻ được ngưỡng mộ nhất ở Châu Á, nuôi dưỡng những người học toàn diện, suốt đời và những con người có đạo đức, và mang lại tác động tích cực cho xã hội. Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh trở thành cơ sở giáo dục đại học định hướng ứng dụng hàng đầu của quốc gia, có vị thế trong khu vực và quốc tế, luôn tiên phong trong lĩnh vực khoa học và công nghệ thực phẩm. Xây dựng đội ngũ có đủ phẩm chất và năng lực để thể hiện tầm nhìn và sứ mệnh của trường; đảm bảo nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của cán bộ, giảng viên và người lao động. Cung cấp hệ thống chương trình đào tạo đa dạng, chú trọng năng lực ngoại ngữ và kỹ thuật, đảm bảo thích ứng với những thay đổi của thị trường và xã hội. Việc thành lập và đi vào hoạt động của Trung tâm Đổi mới sáng tạo là hoạt động tiên phong đưa ra các giải pháp đột phá để giải quyết các vấn đề của quốc gia và khu vực, đã mang lại những thay đổi tích cực cho Trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm. Đẩy mạnh các chương trình hợp tác về đào tạo và nghiên cứu khoa học với các trường đại học hàng đầu trên thế giới, thu hút mạnh mẽ sinh viên quốc tế đến học tập tại Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm. Xây dựng cơ cấu tổ chức tinh gọn, theo định hướng quốc tế hóa, đảm bảo vận hành hiệu quả trên nền tảng ứng dụng công nghệ. Hoàn thiện xây dựng và hệ thống cơ sở vật chất.

2.2.2 Mục tiêu cụ thể của chiến lược

1. Cụ thể:

* Trở thành cơ sở giáo dục định hướng ứng dụng.
* Gia tăng số lượng sinh viên khoảng 30.000
* Đảm bảo chuẩn đầu ra về kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ, trách nhiệm cá nhân.
* Kết hợp với các doanh nghiệp để triển khai nghiên cứu, phát triển công nghệ áp dụng trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh.
* Cơ sở vật chất hiện đại
* Thương hiệu về trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm đến năm 2030
* Sẽ có nhiều sinh viên và các doanh nghiệp nước ngoài sẽ biết đến trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TPHCM.
* Tiếp cận được sinh viên trong nước và doanh nghiệp nước ngoài.
* Dân số ở Việt Nam sẽ nhận thức được chất lượng đào tạo về nhiều mặt tại HUFI.
* Dân số Việt Nam sẽ có niềm tin vào chất lượng đào tạo tạo HUFI

1. Đo lường:

* Trở thành cơ sở giáo dục định hướng ứng dụng hàng đầu của quốc gia, có vị thế trong khu vực quốc tế.
* Có thể tiếp cận được hơn 30.000 sinh viên.
* Đảm bảo chất lượng đầu ra về kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ, trách nhiệm cá nhân cho tất cả sinh viên trong trường.
* Kết hợp với các doanh nghiệp để triển khai nghiên cứu, phát triển công nghệ áp dụng trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh với nhiều doanh nghiệp lớn trong và ngoài nước.
* Cơ sở vật chất hiện đại ở tất cả các cơ sở có đầy đủ các thiết bị phục vụ cho việc dạy học, đảm bảo cho sinh viên môi trường học thoải mái nhất.
* Thương hiệu về trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm đến năm 2030 sẽ được nhiều người biết đến.
* Sẽ có khoảng 60% dân số Việt Nam biết đên thương hiệu của trường và khoảng 15% các doanh nghiệp nước ngoài sẽ biết đến trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TPHCM.
* Tiếp cận được 30.000 sinh viên và 2000 doanh nghiệp lớn nhỏ trong nước và ngoài nước.
* Dân số ở Việt Nam sẽ nhận thức được chất lượng đào tạo về kiến thức kỹ năng, mức độ tự chủ trách nhiệm cá nhân khi đến học tập tại HUFI.
* Dân số Việt Nam sẽ có niềm tin vào chất lượng đào tạo tạo HUFI về nhiều ngành nghề và lĩnh vực khác nhau. Các doanh nghiệp cũng sẽ có niềm tin vào HUFI qua đó sẽ hợp tác lâu dài với chúng ta.

1. Khả thi:

* Đội ngũ giảng viên của Trường là các chuyên gia có nhiều kinh nghiệm thực tế ở Việt Nam cũng như trên thế giới. Phần lớn đội ngũ giảng viên của Trường được đào tạo từ những trường đại học danh tiếng trong nước và quốc tế. Trình độ các giảng viên từ Thác sĩ trở lên.
* Trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, việc các bậc phụ huynh cho con em mình học đại học hết sức khó khăn. Vì vậy việc tiếp cận khoảng 50.000 sinh viên là việc khó khăn. Đại dịch Covid-19 là thách thức, nhưng cũng là cơ hội để ngành Giáo dục từng bước thích ứng với thời đại 4.0.
* Nhà trường luôn coi trọng lợi ích và tính hiệu quả của người học, tạo môi trường học tập, nghiên cứu thuận lợi, giúp người học có khả năng chuyển đổi nghề nghiệp, thích ứng cao và đáp ứng được nhu cầu của thị trường lao động trong nước và quốc tế. Với đội ngũ giảng viên có kinh nghiệm lâu năm thì việc đảm bảo chất lượng đầu ra cho sinh viên là việc thực hiện được ở hiện tại và trong tương lai.
* Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM hợp tác dự án THE ORIENTOR Người Định Hướng nhằm đào tạo và kết nối sinh viên đến với các Doanh Nghiệp.
* Sự hợp tác giữa **HUFI** và Emaar Land là một trong các thỏa thuận giữa nhà trường và doanh nghiệp. Đây là cơ hội cho cả 2 bên trong việc cung cấp và tiếp nhận nguồn nhân lực chất lượng cao.
* Hợp tác giữa HUFI với Công ty TNHH Sailun Việt Nam nhằm thúc đẩy quan hệ hợp tác thực tập.
* Với sự kết hợp với nhiều doanh nghiệp như trên thì việc nghiên cứu, phát triển công nghệ áp dụng trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh với nhiều doanh nghiệp lớn trong và ngoài nước là việc thực hiện được ở hiện tại và nhiều năm tiếp theo.
* Trường có 6 cơ sở ở TPHCM và 1 cơ sở ở Trà Vinh. Hiện tại trường đã xây dựng và sửa sang lại tất cả các cơ sở ở TPHCM trong những năm gần đây. Với tình hình này đến năm 2030 tất cả các cơ sở vật chất thiết bị dạy ở trường sẽ hoàn thiện để đảm bảo nhu cầu và không gian thoải mái nhất cho sinh viên trong quá trình học tập và làm việc.
* Nếu có giải thưởng tên trường dễ nhầm lẫn nhất Việt Nam thì có lẽ Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. HCM sẽ giành vị trí quán quân. Bởi lẽ, nếu giới thiệu tên trường bằng tiếng Việt, bạn sẽ không tránh khỏi tình trạng người nghe sẽ hỏi lại bạn một lần nữa. Không phải vì họ nghe không rõ mà vì họ muốn chắc chắn rằng đấy không phải là Đại học Công nghiệp. Và khi hỏi lại sẽ giúp họ nhớ lâu và có ấn tượng hơn về trường chúng ta.

1. R – Liên quan

Việt Nam ngày càng tiến bộ và phát triển. Với nguồn nhân lực và thị trường hiện tại việc thực hiện các yêu cầu trên để giúp trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm ngày càng phát triển và trở thành một trong những trường đại học trẻ được ngưỡng mộ nhất ở Châu Á, nuôi dưỡng những người học toàn diện, suốt đời và những con người có đạo đức, và mang lại tác động tích cực cho xã hội. Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục Đại học Quốc gia TP. HCM chính thức chứng nhận đạt kiểm định chất lượng cho trường. Đây là yếu tố quan trọng khẳng định các hoạt động dạy và học của trường đạt chuẩn hóa và đảm bảo chất lượng. Tỉ lệ số tiêu chí đạt yêu cầu của trường là 80,33%.

1. T – Thời điểm

Đến năm 2030, phát triển Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh theo định hướng ứng dụng hàng đầu của quốc gia, có vị thế trong khu vực và quốc tế, luôn tiên phong trong lĩnh vực khoa học và công nghệ thực phẩm.

2.3 Xác định công chúng mục tiêu khi hoạch định chiến lược PR

- Đối tượng công chúng phổ biến nhất của HUFI trong chiến lược PR là học sinh,sinh viên,cán bộ nhân viên,giáo viên,..

- Các nhóm công chúng này có mối quan hệ chặt chẽ với HUFI và sẽ là người đồng hành cùng HUFI trong quá trình học tập,giảng dạy.

- HUFI tiếp cận các nhóm công chúng mục tiêu này bằng cách quảng bá trường,các trang thiết bị,kiến trúc xá và cách thức cũng như quy định của trường,đi các tỉnh để tuyển sinh,chiêu sinh,tạo điều kiện cho các học sinh ở những nơi này biết đến HUFI,tạo các trang web để các đối tượng dễ dàng tìm kiếm.

***☼ Phân tích đặc điểm của công chúng:***

- Đặc điểm của học sinh,sinh viên: chăm chú,tích cực,hăng hái,có niềm đam mê học tập,chủ động học tập,có ý thức,trách nhiệm,….

- Đặc điểm của cán bộ giảng viên: tận tình,tận tâm,giúp đỡ sinh viên trong mọi vấn đề,có trách nhiệm trong công việc,luôn vui vẻ và sáng tạo trong cách dạy học…..

2.4 Xác định nội dung thông điệp của các chương trình PR

- *Về giáo dục đào tạo*: Trường cho thấy trường luôn đi đầu trong việc đào tạo chất lượng sinh viên, người theo học tại HUFI sẽ có được kiến thức và kỹ năng toàn diện về cả lý thuyết và thực tế, giúp cho sinh viên hoàn toàn tự tin khi bước vào môi trường cạnh tranh, đội ngũ giảng viên chất lượng, xuất sắc đáp ứng yêu cầu công tác giảng dạy cho sinh viên

*- Về mặt cơ sở vật chất:* Trường luôn đáp ứng mọi cơ sở vật chất hiện đại nhất để đáp ứng nhu cầu công tác giảng dạy và học tập của sinh viên

- Về sinh viên: Luôn chú trọng phát triển các câu lạc bộ kĩ năng, tư duy những đội nhóm giúp cho sinh viên kết bạn giao lưu, rèn luyện và học tập, trao đổi kiến thức học tập lẫn nhau, rèn luyện kĩ năng mềm, kỹ năng nghề nghiệp, trao dồi và tích lũy kinh nghiệm sống.

- *Về học sinh:* Trường luôn hỗ trợ nhiệt tình công tác tuyển sinh, đến các trường THPT trên địa bàn tỉnh thành phố để hỗ trợ cho các em học sinh hiểu biết về ngành học yêu thích của mình và hướng nghiệp cho các em học sinh, giúp học sinh nắm được qui chế tuyển sinh và cách thức tuyển sinh của trường

Ngoài ra trường còn tạo các hoạt động xã hội cho sinh viên thông qua các hoạt động như hiến máu nhân đạo, ngày trái đất… giúp cho sinh viên phát huy tinh thần xung kích, tình nguyện vì cộng đồng, tương trợ và chủ đóng góp sức khỏe qua đó cho thấy ý thức trách nhiệm cao của sinh viên HUFI trong cộng đồng

2.5 Thiết kế chiến lược và chiến thuật cho từng giai đoạn, từng hoạt động PR của HUFI đến năm 2030

2.5.1 Chiến lược phát triển đào tạo

*A. Mục tiêu chiến lược*

- Chất lượng đào tạo không ngừng được nâng cao, quy mô đào tạo được mở rộng hợp lý nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao và đa dạng của xã hội.

1. *Các quy trình thực hiện*

**⬩ Quy trình 1:** Nâng cao chất lượng đào tạo đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao và đa dạng của xã hội.

- Phát triển chất lượng chương trình đào tạo.

- Áp dụng phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá tích cực.

- Hoàn thiện đào tạo theo hệ thống tín chỉ.

**⬩ Quy trình 2 :** Mở rộng quy mô đào tạo đáp ứng nhu cầu nhân lực phát triển kinh tế - xã hội khu vực và thế giới .Phát triển. Phát triển bền vững các ngành công nghệ thực phẩm.

- Tăng quy mô đào tạo trên cơ sở mở thêm lĩnh vực và ngành đào tạo.

- Mở rộng hợp tác đào tạo với các cơ sở trong và ngoài nước.

- Phát triển chương trình đào tạo ngắn hạn đáp ứng nhu cầu xã hội.

- Phát triển các phương thức đào tạo khác.

- Nâng cao chất lượng của Nhà trường với xã hội.

**⬩ Quy trình 3:** Kiểm định chất lượng giáo dục theo chuẩn quốc gia và khu vực

- Kiểm định chất lượng trường đại học.

- Kiểm định chất lượng chương trình đào tạo.

- Khảo sát người học và đơn vị sử dụng lao động.

- Tham gia xếp hạng các trường trong nước và khu vực.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Giải pháp | Giai đoạn 1: 2021-2025 | Giai đoạn 2:2026-2030 |
| Quy trình 1: Nâng cao chất lượng đào tạo đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao và đa dạng của xã hội. | | |
| Phát triển chất lượng chương trình đào tạo | -Định kỳ cập nhật CTĐT thạc sĩ (2 năm) và đại học (4 năm) -Định kỳ họp Hội đồng ĐBCL nhằm trao đổi về chất lượng giữa BGH,Trung tâm QLCL,Tổ ĐBCL các đơn vị,giảng viên,sinh viên.  -Có 3 CTĐT trình độ Thạc sĩ được hội đồng tư đánh giá:Công nghiệp thực phẩm,kỹ thuật môi trường và quản trị kinh doanh | -Định kỳ cập nhật CTĐT thạc sĩ (2 năm) và đại học (4 năm) -Định kỳ họp Hội đồng ĐBCL nhằm trao đổi về chất lượng giữa BGH,Trung tâm QLCL,Tổ ĐBCL các đơn vị,giảng viên,sinh viên.  -Có 10 CTĐT đạt chuẩn khu vực/quốc tế |
| Áp dụng phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá tích cực | -80% giảng viên áp dụng PPGD & KTĐG tích cực  -15% học phần trong mỗi CTĐT được lồng ghép ngoại ngữ trong việc giảng dạy học.  -100% giảng viên ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong giảng dạy. | -100% giảng viên áp dụng PPGD & KTĐG tích cực -50% học phần trong mõi CTĐT được lồng ghép ngoại ngữ trong việc giảng dạy học |
| Hoàn thiện đào tạo theo hệ thống tín chỉ | -100% học phần có GT/TL chính và TLTK  -15% các môn quốc phòng và thể chất có phòng học chuyên dụng.  -Đưa thiết bị giảng dạy đồng bộ tiên tiến. | -Phát triển các thiết bị dạy học.  -50% các môn quốc phòng và thể chất các phòng học chyên dụng. |
| **Quy trình 2 :** Mở rộng quy mô đào tạo đáp ứng nhu cầu nhân lực phát triển kinh tế - xã hội khu vực và thế giới. Phát triển bền vững các ngành công nghệ thực phẩm. | | |
| Tăng quy mô đào tạo trên cơ sở mở thêm lĩnh vực và ngành đào tạo. | Mở 02 ngành liên thông: luật kinh tế và kế toán. -Mở 03 ngành đại học:Hệ thống thông tin, KTXD công trình giao thông và ngôn ngữ Nga.  -Quy mô tuyển sinh chính quy tăng trung bình 5 - 10%/ năm. | Mở ngành thạc sĩ: kinh doanh quốc tế và luật kinh tế.- Mở 04 ngành đại học:Sinh học ứng dụng, bảo hiểm,quản lý xây dựng và kinh tế phát triển.-Quy mô tuyển sinh chính quy tăng trung bình 10%/ năm. |
| Mở rộng hợp tác đào tạo với các cơ sở trong vàà ngoài nước. | -Mời giáo sư, chuyên gia nước ngoài tham gia đào tạo các ngành: Công nghiệp thực phẩm, quản trị kinh doanh và công nghệ thông tin.-Liên kết với 10 cơ sở GDĐT trong nước. -Mời chuyên gia từ doanh nghiệp tham gia đào tạo. | - Mời giáo sư nước ngoài và doanh nghiệp tham gia đào tạo. -Liên kết với 15 cơ sở GDĐT trong nước. |
| Phát triển chương trình đào tạo ngắn hạn đáp ứng nhu cầu xã hội. | Phát triển 3 - 5 CTĐT ngắn hạn để thu hút sinh viên quốc tế. | Phát triển 5 - 7 CTĐT ngắn hạn để thu hút sinh viên quốc tế. |
| Phát triển các phương thức đào tạo khác | Xây dựng 02 CTĐT qua mạng. | Xây dựng 02 CTĐT qua mạng. |
| Nâng cao chất lượng của Nhà trường với xã hội. | - Tư vấn tuyển sinh tại trường trung học phổ thông 1 - 2 lần/năm. - Đa dạng hóa các phương thức quảng bá nhà trường ra xã hội. | - Tư vấn tuyển sinh tại trường trung học phổ thông 1 - 2 lần/năm. |
| **Quy trình 3:** Kiểm định chất lượng giáo dục theo chuẩn quốc gia và khu vực | | |
| Kiểm định chất lượng trường đại học. | Tham gia kiểm định chất lượng giáo dục chuẩn quốc gia và đạt mức tối thiểu 90%. | Tham gia kiểm định chất lượng giáo dục chuẩn quốc gia 05 năm/lần và đạt mức tối thiểu 90 - 95%. |
| Kiểm định chất lượng chương trình đào tạo. | 07 chương trình đào tạo của HUFI đạt kiểm định chất lượng. | 10 chương trình đào tạo của HUFI đạt kiểm định chất lượng |

**2.5.2 Tầm nhìn, sứ mạng, giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục:**

***⬩ Tầm Nhìn Đến Năm 2030:***

* Đến năm 2030, phát triển Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh theo định hướng ứng dụng hàng đầu của quốc gia, có vị thế trong khu vực và quốc tế, luôn tiên phong trong lĩnh vực khoa học và công nghệ thực phẩm.

***⬩ Sứ Mạng:***

Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh là cơ sở giáo dục, đào tạo đa ngành, đa lĩnh vực, đa cấp độ và có thế mạnh trong lĩnh vực khoa học và công nghệ thực phẩm:

- Đào tạo nhân lực có đạo đức, tri thức và kỹ năng đáp ứng yêu cầu của xã hội;

- Đẩy mạnh nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ và phát triển dịch vụ;

- Thực hiện trách nhiệm xã hội, phục vụ cộng đồng và hội nhập quốc tế.

***⬩ Giá Trị Cốt Lõi:***

Nhân văn – Đoàn kết – Tiên phong – Đổi mới.

***⬩ Triết Lý Giáo Dục:***

Học tập chủ động, làm việc sáng tạo.

2.6 Xác định nguồn lực để thực hiện hoạch định chiến lược PR

*- Xác định nguồn lực bao gồm:*

1. Con người

- Bộ phận PR nội bộ của trường như: Hufi Media, ban truyền thông Hufi, cán bộ giảng viên thuộc trung tuyển sinh và truyền thông của trường, cộng tác viên tình nguyện hoạt động cho trường.

- Các phóng viên, nhà báo của các cơ quan truyền thông đại chúng.

- Tập thể các cán bộ công nhân viên và sinh viên của trường.

Phẩm chất và kỹ năng: Đòi hỏi phải có khả năng giao tiếp, ứng xử tốt, tự tin, nhiệt tình, tích cực, hòa đồng, vui vẻ, có kiến thức cơ bản và kinh nghiệm về công tác PR, hiểu các chiến lược PR của trường đã đề ra.

1. Vật chất\_thiết bị

- Máy quay, máy ảnh, thiết bị âm thanh, thiết bị in ấn, máy vi tính và các phần mềm hỗ trợ.

- Cơ sở hạ tầng, phòng phục vụ cho các buổi livestream trực tiếp.

- Trang web, website của trường.

- Hệ thống mạng xã hội.

- Dịch vụ, phương tiện di chuyển.

- Thông cáo báo chí, Poster thông báo.

- Báo giấy, báo điện tử.

- Gian hàng, poster giới thiệu, các phần quà khi tham gia vào các buổi tuyển sinh tại các trường THPT.

1. Tài chính

**BẢNG DỰ TRÙ KINH PHÍ THỰC HIỆN**

Đơn vị tính: VNĐ

|  |  |
| --- | --- |
| **Hoạt động** | **Chi phí** |
| * Mua các máy móc thiệt bị, dụng cụ, phần mềm hỗ trợ. | 2.000.000.000 |
| * Chi trả cho các cơ quan truyền thông báo chí. | 25.000.000 |
| * Chi trả cho các hoạt động tuyển sinh tại các trường THPT. | 500.000.000 |
| * Trao tặng các quỹ học bổng cho học sinh tại các trường THPT. | 250.000.000 |
| * Đầu tư vào các trang web, bài viết trên hệ thống mạng xã hội. | 30.000.000 |
| * Chi phí in ấn các poster, banner thông báo. | 15.000.000 |
| * Đầu tư vào cơ sở hạ tầng và công tác giảng dạy. | 20.000.000.000 |
| * Tài trợ cho các chương trình tư vấn tuyển sinh. | 600.000.000 |
| * Quỹ hỗ trợ dành cho các hoạt động vì cộng đồng. | 100.000.000 |
| * Chi phí khác | 300.000.000 |
| Tổng: | 23.820.000.000 |

CHƯƠNG 3: KẾT LUẬN

Với đề tài “ Hoạch định chiến lược PR của HUFI đến năm 2030” , để thực sự trở thành một minh chứng hùng hồn PR cho chất lượng đào tạo của trường đại học Công Nghiệp Thực Phẩm với một tổ chức và nắm rõ cách xây dựng cũng như tầm quan trọng trong việc đề ra các chiến lược để phát triển.

Mục tiêu hoạch định chiến lược mà HUFI mang đến lợi ích cho sinh viên và nhà trường, trong đó những điều chưa khắc phục sẽ được cải tiến hơn nữa trong những năm tới và trở thành nền cơ sở giáo dục định hướng giáo dục ứng dụng hàng đầu. Đến năm 2030, phát triển Trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP.HCM theo định hướng ứng dụng hàng đầu của quốc gia, có vị thế trong khu vực quốc tế, luôn tiên phong trong lĩnh cực khoa học và công nghệ thực phẩm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1.https://ts.hufi.edu.vn/tin-huong-nghiep/truong-dh-cong-nghiep-thuc-pham-tp-hcm-mot-chang-duong-gan-40-nam

# 2.https://hufi.edu.vn/dam-bao-chat-luong/he-thong-dam-bao-chat-luong3. 3.https://hufi.edu.vn/tin-tuc-hoat-dong/hoat-dong-dam-bao-chat-luong.html

4.https://vi.wikipedia.org/wiki/Trường\_Đại-Học\_Công\_Nghiệp\_Thực\_Phẩm\_Thành\_Phố\_Hồ\_Chí\_Minh