

HIỆU QUẢ QUẢNG BÁ TUYỂN SINH KHỐI NGÀNH NÔNG, LÂM NGHIỆP VÀ MÔI TRƯỜNG, TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY BẮC THÔNG QUA ỨNG DỤNG NỀN TẢNG MẠNG XÃ HỘI

***Nguyễn Thị Bích Ngọc, Vũ Quang Giảng, Vũ Đức Toàn, Trần Anh Tuấn,
Đoàn Thị Thùy Linh, Lê Thị Thảo, Hoàng Thị Thanh Hà**
Trường Đại học Tây Bắc

THÔNG TIN BÀI BÁO

Ngày nhận bài: 27/2/2024

Ngày nhận đăng: 6/3/2024

Từ khóa: Tuyển sinh đại học, khối ngành Nông Lâm nghiệp và Môi trường, Trường Đại học Tây Bắc, facebook, mạng xã hội.

TÓM TẮT

Nghiên cứu được tiến hành nhằm tìm ra những phương pháp hiệu quả thúc đẩy công tác tuyển sinh khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường của Trường Đại học Tây Bắc thông qua việc ứng dụng linh hoạt các nền tảng mạng xã hội phổ biến tại Việt Nam đó chính là mạng Facebook, Zalo. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng nguồn thông tin chính để giúp các thí sinh biết đến khối ngành đào tạo Nông, Lâm nghiệp và Môi trường tại Trường Đại học Tây Bắc là đồng thời qua nguồn Facebook, mạng xã hội và người thân, bạn bè giới thiệu, qua Internet (website, fanpage của khoa, của Nhà trường) là chủ yếu và chỉ có 1,5% là qua tờ rơi, Pano, 3% qua báo đài, truyền hình, 7,5% qua hoạt động tư vấn hướng nghiệp của các trường trung học phổ thông. Nghiên cứu cũng đưa ra 3 nhóm giải pháp cần thực hiện đồng bộ. Trong đó, tập trung nguồn lực mạnh mẽ cho nhóm giải pháp: “Xây dựng các chiến lược quảng bá tuyển sinh, tập trung mạnh mẽ nguồn lực quảng bá qua nền tảng mạng xã hội facebook/fanpage và Zalo”.

1. Đặt vấn đề

Công tác tuyển sinh là một nhiệm vụ đặc biệt quan trọng, là yếu tố quyết định đến sự tồn tại, phát triển của trường đại học nói chung và của từng khoa, ngành đào tạo nói riêng. Từ năm 2021 đến nay, công tác tuyển sinh của khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường tại Trường Đại học Tây Bắc bước đầu có những khởi sắc song kết quả vẫn chưa đạt như kỳ vọng. Mặc dù công tác tuyển sinh được thực hiện trên phạm vi cả nước, nhưng tể hầu hết thí sinh theo học 6 ngành đào tạo tại khoa Nông Lâm đến từ các tỉnh Tây Bắc mà tiêu biểu là Sơn La, Điện Biên. Qua kết quả điều tra khảo sát của Khoa Nông Lâm cho thấy, một trong những nguyên nhân chính ảnh hưởng đến hiệu quả công tác tuyển sinh chưa hiệu quả đó chính là việc thí sinh tại các trường THPT ngay trên địa bàn tỉnh Sơn La, tỉnh Điện Biên còn thiếu thông tin hiểu biết về ngành nghề đào tạo khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường tại Trường Đại học Tây Bắc; thiếu thông tin về chế độ chính sách sinh viên được hưởng; thiếu các thông tin về cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp. Tuy nhiên, kinh phí, nhân lực chi hỗ trợ cho công tác tuyển sinh của khoa còn rất nhiều hạn chế. Vậy câu hỏi đặt ra là làm thế nào để giải quyết bài toán này trong điều kiện thực tiễn của Khoa và Nhà trường hiện nay?

Mạng xã hội (social network) là hệ thống thông tin cung cấp cho cộng đồng người sử dụng mạng các dịch vụ lưu trữ, cung cấp, sử dụng, tìm kiếm, chia sẻ và trao đổi thông tin với nhau, bao gồm dịch vụ tạo trang thông tin điện tử cá nhân, diễn đàn (forum), trò chuyện (chat) trực tuyến, chia sẻ âm thanh, hình ảnh và các hình thức dịch vụ tương tự khác [2].

Việt Nam được đánh giá là quốc gia đi đầu trong việc phát triển công nghệ thông tin và mạng xã hội. Theo báo cáo của NapoleonCat (Công cụ đo lường các chỉ số Mạng xã hội) tính đến tháng 6/2021, Việt Nam có gần 76 triệu người đang có tài khoản facebook, chiếm hơn 70% dân số toàn quốc, trong đó hơn 2/3 số người dùng mạng xã hội và truy cập internet có độ tuổi từ (26-40 tuổi) và (10 -25 tuổi). Số liệu thống kê của Bộ Thông tin và Truyền thông cho thấy, tính tới tháng 9/2022, số lượng người dùng Internet ở Việt Nam là khoảng 70 triệu người, tăng 0,8% trong giai đoạn 2020 - 2021 (chiếm hơn 70% dân số); số người sử dụng mạng xã hội ở Việt Nam là gần 76 triệu người, tăng gần 10 triệu người trong vòng 1 năm (tổng tương đương 73,7% dân số). Với con số này, Việt Nam là quốc gia có lượng người dùng Internet cao thứ 12 trên toàn thế giới và đứng thứ 6 trong tổng số 35 quốc gia/vùng lãnh thổ khu vực châu Á. Người dùng Việt Nam dành

trung bình tới gần 7 giờ mỗi ngày để tham gia các hoạt động liên quan tới Internet và tỉ lệ người dùng Internet ở Việt Nam sử dụng Internet hàng ngày lên tới 94% [3]. Một trong những nền tảng mạng xã hội đang được ưa dùng phổ biến hiện nay trên toàn cầu, đặc biệt là học sinh phổ thông, sinh viên và các bậc phụ huynh là nền tảng Facebook.

Facebook được khai thác cho giải trí, học tập, nghiên cứu, giao lưu, v.v.. Chỉ cần một chiếc điện thoại thông minh có kết nối Internet thì dù ở bất cứ đâu đều có thể biết được thông tin và dễ dàng kết nối nguồn thông tin với một chi phí tối giản nhất. Từ thực tế này thì câu hỏi: Ứng dụng khai thác sao cho hiệu quả nền tảng mạng xã hội nhất là Facebook vào công tác tuyển sinh khối ngành Nông Lâm nghiệp và Môi trường đã được đặt ra? Và Nghiên cứu đã được thực hiện với mục tiêu cụ thể xây dựng được nội dung, phương thức tư vấn, quảng bá tuyển sinh thông qua nền tảng mạng xã hội phù hợp để góp phần nâng cao hiệu quả tuyển sinh khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường, Trường Đại học Tây Bắc.

Thông qua hoạt động nghiên cứu này cũng mong muốn cùng một lúc sẽ lan tỏa được nhiều nguồn thông tin sâu, rộng phục vụ tốt hơn công tác tuyển sinh Nhà trường nói chung và Khoa Nông Lâm nói riêng (từ chính sách, thông tin tuyển sinh, việc làm, nghiên cứu khoa học, thành tựu, v.v..). Qua đó, cũng sẽ góp phần quảng bá nhiều hơn hình ảnh Nhà trường đến các đối tác.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng tiếp cận quảng bá tuyển sinh chính có độ tuổi từ 18 – 54 tuổi, sinh sống tại khu vực Sơn La và Điện Biên

- Nhóm 1: Học sinh lớp 12 tại các trường THPT trên địa bàn tỉnh Sơn La và Điện Biên, đây là đối tượng nghiên cứu chính của đề tài và là nhóm được áp dụng thực hiện các giải pháp để thúc đẩy quảng bá tuyển sinh của khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường của Trường Đại học Tây Bắc.

- Nhóm 2: Sinh viên đang theo học tại Trường Đại học Tây Bắc trong đó nhóm nòng cốt thực hiện nghiên cứu điều tra là sinh viên đang học tập tại khoa Nông Lâm (từ K61 đến K64).

- Nhóm 3: Là các đối tượng còn lại quan tâm đến các ngành đào tạo của khoa Nông Lâm có thể bao gồm cựu sinh viên khoa Nông Lâm của Trường Đại học Tây Bắc hoặc học sinh khối 10, 11 các trường THPT trong khu vực

nghiên cứu.

2.2. Phạm vi nghiên cứu

- Nghiên cứu tập trung vào việc ứng dụng nền tảng mạng xã hội để thúc đẩy công tác tuyển sinh khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường của Trường Đại học Tây Bắc. Trong đó tập trung ứng dụng nền tảng chính: Facebook/fanpage, Zalo và Google. Các nền tảng mạng xã hội khác được đề cập đến mang tính chất tham khảo.

- Thời gian nghiên cứu: Thực hiện từ tháng 12/2023 đến tháng 2/2024

2.3. Phương pháp nghiên cứu

a) Phương pháp kế thừa tài liệu

Kế thừa các thông tin về các trường phổ thông trung học trên địa bàn tỉnh Sơn La, Điện Biên; Các đặc điểm tự nhiên, kinh tế, xã hội có liên quan; các số liệu thực hiện tuyển sinh của Nhà trường Đại học Tây Bắc và của khoa Nông Lâm từ giai đoạn 2018 – 2022.

b) Phương pháp điều tra khảo sát thu thập thông tin

Nhằm thu thập đánh giá cách tiếp cận với chuyên ngành đào tạo của Khoa Nông Lâm từ sinh viên đang học tập tại trường (áp dụng K61 - K63) và sinh viên bắt đầu vào học năm 2023 (K64). Được thực hiện trên nền tảng google drive. Thông tin chủ yếu được thu thập là những câu hỏi mở, về các chủ đề chính: Thông tin cơ bản của thí sinh (họ tên, email, giới tính, dân tộc, địa phương/trường/tỉnh nơi sinh sống, khóa học, ngành học, kênh tiếp cận thông tin khi dự tuyển vào khoa Nông Lâm, sự hỗ trợ chính khi làm hồ sơ dự tuyển đến từ đâu, những khó khăn khi làm hồ sơ đăng ký dự tuyển, đăng ký nhập học (khi trúng tuyển), những khó khăn khi làm các thủ tục, khi tiếp cận thông tin dự tuyển và nhập học, những kiến nghị đề xuất cho Khoa Nông Lâm trong công tác tuyển sinh với vai trò là người dự tuyển. Số lượng mẫu thu thập tổng dự kiến thu thập 100 mẫu.

c) Xây dựng phương thức quảng bá tuyển sinh khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường qua nền tảng mạng xã hội facebook

+ Xây dựng nội dung quảng bá online: Thiết kế market riêng cho 6 ngành. Các market được thiết kế dạng file ảnh. Mỗi bộ market tương ứng với 1 bài quảng bá tuyển sinh, có thể bao gồm một đến nhiều ảnh từ nhiều nguồn khác nhau. Một số phần mềm được sử dụng xây dựng, chỉnh sửa thông tin như: Calva, Microsoft Powerpoint (trong bộ Microsoft

Office), v.v..

+ Các bài được thiết kế đăng trên nền tảng fanpage khoa Nông Lâm, fanpage các ngành đào tạo, website của khoa Nông Lâm.

+ Việc đăng bài linh hoạt, kèm thông tin ngành đào tạo, với các khung thời gian khác nhau để tạo tính mới mẻ, tránh sự nhàm chán cho người tiếp cận.

+ Xây dựng chiến dịch quảng cáo, tập trung vào thời gian nòng cốt: Khung thời gian thí sinh quan tâm nhiều nhất đến công tác tuyển sinh từ tháng 3/2023-11/2023.

+ Xây dựng bộ câu hỏi – đáp với thí sinh

+ Xây dựng phương thức tư vấn và thực hiện hỗ trợ thí sinh: Phân công trực fanpage, tổng hợp thông tin thí sinh, phân công cán bộ tư vấn lâu dài, nhóm zalo, tạo các bình chọn có liên quan, v.v...

d) Phương pháp xử lý nội nghiệp

+ Áp dụng các phương pháp thống kê toàn học thông thường để xử lý số liệu điều tra khảo sát.

+ Áp dụng Fanpage khoa/ngành đã có để thực hiện chiến dịch quảng bá theo từng thời điểm.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Đánh giá thực trạng tuyển sinh khoa Nông Lâm, Trường Đại học Tây Bắc đang áp dụng giai đoạn năm 2018-2023

Kết quả thống kê từ khoa Nông Lâm, tính đến năm 2023 số lượng sinh viên đã và đang học tại Khoa trong bảng 3.1. Kết quả cho thấy thực trạng sinh viên theo học tại khoa Nông Lâm trong vòng 6 năm trở lại đây rất ít mặc dù số ngành đào tạo dao động từ 4-6 ngành. Tuy nhiên, kết quả đã cho thấy những khởi sắc nhất định trong công tác tuyển sinh. Số lượng sinh viên K59 khá cao song chiếm đến 48% là Sinh viên Lào. Các năm tiếp 2018, 2019 theo số lượng sinh viên theo học giảm mạnh tại 2 khóa K60, K61 với tổng số sinh viên toàn khóa chỉ còn 30 – 32 sinh viên. Giai đoạn khóa K62, K63 tổng số sinh viên đã có sự tăng lên từ 49 – 51. Lượng thí sinh theo học nhiều nhất thuộc K64 với 67 thí sinh (tính đến tháng 12/2023).

Thảo luận nguyên nhân dẫn đến quá trình

Bảng 3.1. Số lượng sinh viên đang theo học tại khoa Nông Lâm giai đoạn 2018-2023

Stt	Khóa đào tạo	Năm học	Số lượng sinh viên cả khoa Nông Lâm			Phương thức tuyển sinh đã áp dụng	Ngành tuyển sinh
			Tổng số	SV Việt	SV Lào		
1	K59	2017-2018	50	26	24	Chưa có Fanpage Khoa, tuyển sinh theo phương pháp truyền thống	6 ngành
2	K60	2018-2019	30	16	14		4 ngành (không có)

thay đổi như vậy cho thấy: Giai đoạn 2018 và 2019 có sự sụt giảm mạnh lượng sinh viên theo học là do trong các năm này 2 ngành Bảo vệ thực vật và ngành Quản lý tài nguyên rừng không thực hiện công tác tuyển sinh. Một phần nguyên nhân khác là do giai đoạn này chủ yếu áp dụng các phương pháp tuyển sinh truyền thống: Dán pano, phát tờ rơi, đến trực tiếp một số trường THPT để thực hiện quảng bá. Việc quảng bá này có ưu điểm có thể trao đổi trực tiếp các thông tin cho thí sinh hiểu các ngành đào tạo tại nhà trường. Tuy nhiên, phạm vi lan tỏa thông tin sẽ không rộng mà chỉ thực hiện tại một số điểm trường nhất định. Nhà trường có sự dụng mạng Internet để quảng bá nhưng mới dừng lại ở trang website của Nhà trường và Fanpage của Nhà trường. Đặc biệt, chưa có sự vào cuộc rõ rệt của đội ngũ giảng viên chuyên môn hiểu về ngành nghề trong việc tham gia tư vấn tuyển sinh một cách rõ rệt. Khoa Nông Lâm chưa có nhiều những hoạt động ứng dụng mạng xã hội trong tuyển sinh.

Từ thực trạng đó, năm 2021, 2022 và đặc biệt trong năm 2023 khoa Nông Lâm đã điều chỉnh lại công tác quảng bá tuyển sinh, nhiều nhóm giải pháp được thực hiện kép. Bên cạnh việc vẫn đi trực tiếp đến tư vấn tại một số điểm trường THPT trên địa bàn thì năm 2021 Khoa Nông Lâm đã có kế hoạch cải tiến lại hệ thống mạng Website Khoa, xây dựng các video về ngành nghề đào tạo và công khai trên các phương tiện thông tin, xây dựng 01 fanpage của Khoa, 06 fanpage của ngành đào tạo. Đây là những kênh mạng xã hội thường xuyên được cập nhật các thông tin ngành nghề đào tạo, các hoạt động chuyên môn, nghiên cứu khoa học, các cơ hội việc làm, định hướng ngành nghề, các chế độ học bổng, chế độ chính sách, các hoạt động ngoại khóa, v.v.. qua đó có thể giúp các thí sinh, phụ huynh quan tâm có thể nhanh chóng tìm hiểu được các thông tin ngành nghề có liên quan. Năm 2022, khoa đã triển khai thêm cuộc thi “Tìm hiểu về nông, lâm nghiệp và môi trường” qua nền tảng mạng xã hội có áp dụng chạy quảng cáo cho đối tượng học sinh khối 10-11-12, trên phạm vi hai tỉnh Sơn La, Điện Biên.

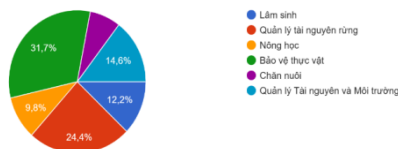
							QLTNR và BVTV)
3	K61	2019-2020	32	20	12		4 ngành (không có QLTNR và BVTV)
4	K62	2020-2021	51	43	8	Xây dựng Fanpage Khoa, ngành, tuyển sinh theo phương pháp truyền thống kết hợp mạng xã hội, đã chạy quảng cáo, có sự vào cuộc của giảng viên chuyên ngành.	6 ngành
5	K63	2021-2022	49	45	4	Fanpage Khoa, tuyển sinh theo phương pháp truyền thống kết hợp mạng xã hội, đã chạy quảng cáo (chủ yếu), có sự vào cuộc của giảng viên chuyên ngành.	6 ngành
6	K64	2022-2023	67	51	16	Áp dụng mạnh mẽ giải pháp ứng dụng mạng xã hội, đã chạy quảng cáo (chủ yếu), có sự vào cuộc của giảng viên chuyên ngành	6 ngành
Tổng			351	243	108		

(Nguồn số liệu khoa Nông Lâm thống kê đến tháng 12/2023)

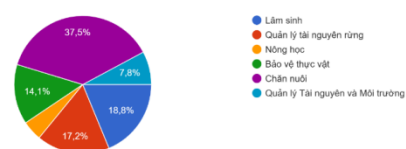
Năm 2021, cũng đánh dấu việc khoa Nông Lâm bắt đầu thực hiện các hoạt động chạy quảng cáo trên nền tảng mạng xã hội facebook (sử dụng ngân sách tuyển sinh của Nhà trường kết hợp nguồn xã hội hóa). Từ bảng 3.1 cho thấy các khóa K62, K63 tổng số sinh viên đã có sự tăng lên từ 30-40% so với năm 2020, 2019. Đặc biệt tăng cao tại năm 2023 (sinh viên K64 tăng so với k61 là 52, 24% và so với K60 là 55,2%). Kết quả này là những tín hiệu đáng mừng cho thấy sự phù hợp của nhóm giải pháp ứng dụng mạnh mẽ mạng xã hội, đẩy mạnh hoạt động quảng cáo tuyển sinh qua kênh facebook/fanpage đã được áp dụng vào quảng bá tuyển sinh khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường của khoa Nông Lâm.

3.2. Đánh giá thông tin tiếp cận với các chuyên ngành đào tạo sinh viên đang học tập tại khoa Nông Lâm đến năm 2023

Quá trình khảo sát được thực hiện với đối tượng sinh viên Việt Nam các khóa K61, K62, K63 và K64 trên nền tảng Google driver. Kết quả được thông kê như sau: Kết quả khảo sát (k61, k62, k63) có 67/108 sinh viên trả lời phiếu, trong đó: 78,1% nữ, 21,9% nam; 68,8% sinh viên K63, 20,6% sinh viên K62 và 10,6% sinh viên K61 có 41/51 sinh viên trả lời phiếu. Kết quả 100% thí sinh Việt Nam đến từ các trường THPT trên địa bàn 2 tỉnh Sơn La, Điện Biên.



K64



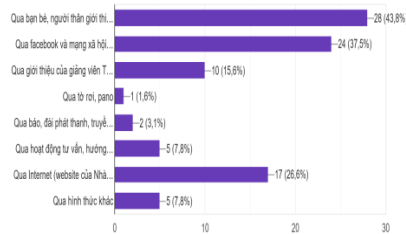
K61+K62+K63

Hình 3.1. Tỷ lệ sinh viên các ngành trả lời phiếu (%)

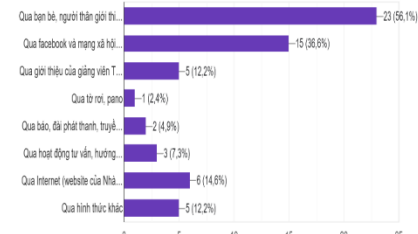
Kết quả khảo sát cho khối (K61, K62, K63) về thông tin trước khi đăng ký học Khoa Nông

- Lâm, sinh viên biết đến Khoa Nông - Lâm, Trường Đại học Tây Bắc qua kênh thông tin: 43,8% trả lời qua bạn bè người thân giới thiệu; 37,5% qua facebook và mạng xã hội khác; 26,6% qua Internet (website của Nhà trường và Khoa); 7,8% qua Qua hoạt động tư vấn, hướng nghiệp ở trường THPT; 1,6% qua tờ rơi, pano; còn lại qua các kênh khác. Kết quả khảo sát đối với

K64 cho thấy: 56,1% trả lời qua bạn bè người thân giới thiệu; 36,6% qua facebook và mạng xã hội khác, tương đương 2022; 1,6% qua Internet (website của Nhà trường và Khoa); 7,3% qua Qua hoạt động tư vấn, hướng nghiệp ở trường THPT; 2,4% qua tờ rơi, pano; còn lại qua các kênh khác (Hình 3.2).



K61+K62+K63

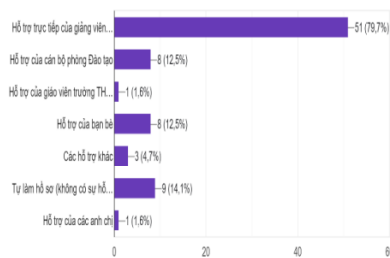


K64

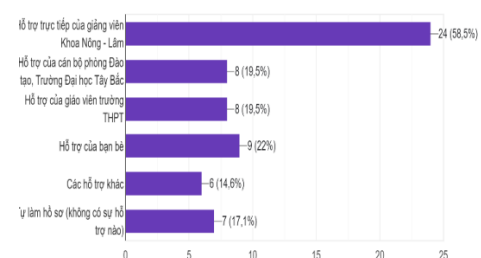
Hình 3.2. Tỷ lệ phiếu trả lời biết đến Khoa Nông – Lâm trước khi đăng kí học

Kết quả này cho thấy công tác tuyên truyền quảng bá giới thiệu về Nhà trường, Khoa Nông Lâm cần được thực hiện đa dạng và chú trọng

sử dụng công nghệ thông tin (website, mạng xã hội) để truyền thông.



K61+K62+K63



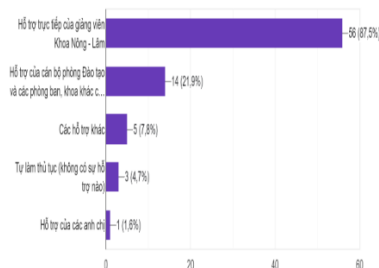
K64

Hình 3.3. Tỷ lệ phiếu trả lời về nhận hỗ trợ khi làm hồ sơ đăng ký học tại Khoa Nông - Lâm

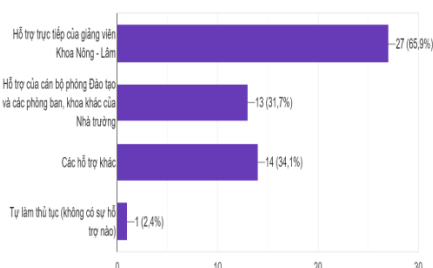
Khảo sát khi làm hồ sơ đăng ký học tại Khoa Nông - Lâm, Trường Đại học Tây bắc, 58,5% sinh viên k64 trả lời đã nhận được những sự hỗ trợ chủ yếu từ giảng viên của Khoa Nông – Lâm, thấp hơn so với khóa (K61, K62,

K63) là 79,7%; 19,5% hỗ trợ từ cán bộ phòng Đào tạo cũng như giáo viên THPT; 22% từ bạn bè; 17,1% tự làm hồ sơ; (Hình 3.3).

Kết quả khảo sát thông tin: Khi làm thủ tục nhập học tại Khoa Nông - Lâm, Trường Đại học Tây Bắc thí sinh nhận được sự hỗ trợ như nào: 65,9% phiếu trả lời của sinh viên k64 đã nhận được sự hỗ trợ trực tiếp của giảng viên Khoa Nông Lâm và 31,7% phiếu trả lời nhận được sự hỗ trợ của cán bộ Phòng Đào tạo (Hình 3.4).



K61+K62+K63



K64

Hình 3.4. Tỷ lệ sinh viên trả lời về nhận hỗ trợ khi làm thủ tục nhập học tại Khoa Nông - Lâm

Kết quả này cho thấy giảng viên chuyên tại

các chuyên ngành đào tạo đã thực hiện tích cực

công tác hỗ trợ sinh viên làm thủ tục nhập học, giúp người học làm hồ sơ thuận lợi, sớm hoàn thiện giấy tờ liên quan theo quy định

Kết quả khảo sát về các khó khăn khi sinh viên làm hồ sơ đăng ký học tại Khoa Nông - Lâm, sinh viên cho biết các khó khăn sau: Website nộp hồ sơ online bị lỗi nên khó đăng ký; Nhà ở xa nên gặp chút khó khăn về đi lại khi làm hồ sơ; Chưa hiểu rõ về những giấy tờ được yêu cầu; chưa hiểu rõ được hết thí sinh cần phải làm gì. Kết quả khảo sát về các khó khăn khi sinh viên nhập học tại Khoa Nông - Lâm, sinh viên thì đa số sinh viên cho biết được sự hỗ trợ của giảng viên nên việc nhập học được thuận lợi.

Kết quả khảo sát về Nhà trường và Khoa Nông - Lâm cần làm gì để giúp cho học sinh THPT tiếp cận thông tin về Khoa Nông - Lâm, Trường Đại học Tây Bắc được tốt hơn, các ý kiến của sinh viên tập trung những thông tin sau: Tuyên truyền nhiều hơn ở trong các trường THPT và trên mạng xã hội; Cần tư vấn sâu hơn về chuyên ngành, cần phải biết và hiểu rõ hơn về các thủ tục giấy tờ khi đăng ký nhập học trên trường; Tư vấn về mục đích, cơ hội việc làm cụ thể từng ngành và lợi ích của từng ngành trong Khoa Nông - Lâm; Tích cực quảng thông tin trên mạng xã hội; Cần tuyên truyền lên các trang web, facebook, phát tờ rơi của trường Đại Học Tây Bắc và phổ biến qua internet hoặc các trường THPT hướng nghiệp sớm lúc các em đang là học sinh để khi ra trường THPT các em biết chọn cho mình nghề đam mê học tập; Tích cực đăng các thông tin tuyển sinh lên mạng xã hội Facebook, website của trường để nhiều học sinh THPT biết hơn; Để giúp thí sinh tham gia xét tuyển và nhập học thuận lợi thì nhà trường và khoa Nông - Lâm cần cử các sinh viên khoa trước tham gia hướng dẫn các sinh viên trúng tuyển để có thể hoàn thành thủ tục một cách nhanh chóng. Đặc biệt, hỗ trợ và tạo điều kiện cho người học ở xa, điều kiện giao thông đi lại khó khăn.

3.3. Đề xuất các nhóm giải pháp quảng bá tuyển sinh khoa Nông Lâm thông qua nền tảng mạng xã hội

** Giải pháp 1: Ban hành các văn bản chỉ đạo, xây dựng các kế hoạch thực hiện hàng năm*

Hàng năm, Nhà trường đã ban hành các văn bản phục vụ công tác tuyển sinh theo đúng quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Khoa Nông Lâm trên cơ sở các văn bản chỉ đạo trên đã ban hành các kế hoạch tuyển sinh theo từng năm đảm bảo linh hoạt, phù hợp với đối tượng khối ngành Nông Lâm nghiệp và Môi trường.

Nhóm văn bản định kỳ:

- Đề án tuyển sinh hàng năm của Trường Đại học Tây Bắc; Các nghị quyết của Nhà trường về quyết định phương hướng tuyển sinh; Các văn bản kế hoạch hàng năm về tổ chức công tác tuyển sinh;

Đây là nhóm văn bản được ban hành định kỳ hàng năm để chỉ đạo, định hướng công tác tuyển sinh của Nhà trường trong từng năm và hướng dẫn các khoa/phòng ban chức năng nhà trường thực hiện đúng, đồng bộ.

Nhóm văn bản đã được Khoa Nông Lâm ban hành

- Ban hành kế hoạch triển khai các hoạt động tuyển sinh hàng năm của Khoa;

- Ban hành kế hoạch tổ chức cuộc thi: “*Tìm hiểu về nông, lâm nghiệp và môi trường*” từ năm 2022 và được định kỳ tổ chức hàng năm. Cần tiếp tục thực hiện định kỳ hàng năm.

- Ban hành kế hoạch phát triển website và các mạng xã hội cho khoa Nông Lâm. Cần tiếp tục thực hiện và đẩy mạnh.

- Trọng nhiệm kỳ chi bộ 2023 – 2025, nhiệm vụ tuyển sinh được đánh giá là nhiệm vụ nóng cốt và đưa vào Nghị quyết của chi bộ;

- Hàng năm trong các cuộc họp thường kỳ, các buổi hội thảo chuyên môn vấn đề làm sao để nâng cao hơn nữa hiệu quả công tác tuyển sinh cũng được khoa Nông Lâm xây dựng các tham luận, thảo luận. Hoạt động này cần tiếp tục duy trì để để luôn phân tích tìm ra những giải pháp hiệu quả nhất.

** Giải pháp 2: Xây dựng các chiến lược quảng bá tuyển sinh, tập trung mạnh mẽ nguồn lực quảng bá qua nền tảng mạng xã hội facebook/fanpage và Zalo*

Từ kết quả phân tích tại nội dung 3.2 cho thấy thông tin thí sinh nhập học trong 3 năm gần đây K62, K63 và K64 đến từ nguồn mạng Internet, kênh fanpage là chủ yếu, chỉ có 1,5% là qua tờ rơi, Pano; 3% qua báo đài, truyền hình; 7,5% qua hoạt động tư vấn hướng nghiệp của các trường trung học phổ thông. Vì thế, nghiên cứu có kiến nghị như sau:

- Phát tờ rơi, pano: Cách làm này cần xem xét giảm chi phí tránh lãng phí nguồn lực.

- Đến trực tiếp các trường THPT để giới thiệu các ngành nghề đào tạo: Cách làm này đòi hỏi chi phí lớn về nhân lực, thời gian, song phạm vi lan tỏa lượng thông tin còn nhiều hạn chế. Đề xuất nên hạn chế hoặc có thể chuyển tiếp qua đường văn thư thay vì đến trực tiếp.

- Ứng dụng Internet và các mạng xã hội (facebook để chia sẻ thông tin; Zalo để tư vấn, hỗ trợ thí sinh, giải đáp kịp thời các thắc mắc). Tiếp tục triển khai mạnh mẽ

- Chạy quảng cáo tuyển sinh qua nền tảng mạng xã hội facebook. Giải pháp này không cần tốn chi phí đến trực tiếp các trường THPT nhưng vẫn có thể lan tỏa được thông tin tới các thí sinh quan tâm. Thậm chí, lượng thông tin có thể cung cấp thường xuyên, phong phú và lượng lan tỏa rộng tới nhiều địa phương trong cùng thời điểm (thông qua thước đo lượng tiếp cận). Trái lại chi phí chỉ cho chạy quảng bá có thể thấp hơn rất nhiều so với đến trực tiếp các trường THPT với cùng một lượng người tiếp cận. Hiệu quả mang lại trong các năm thực hiện triển khai từ 2021 – 2023 đã thấy rõ, vì thế cần tiếp tục được đẩy mạnh, ưu tiên nguồn lực mạnh hơn, thường xuyên hơn, chuyên nghiệp hơn với nguồn kinh phí chủ động hơn để mang lại hiệu quả cao hơn. Chủ động điều chỉnh bộ câu hỏi đáp và tập huấn, chia sẻ đến các giảng viên chuyên môn trong quá trình tư vấn. Đồng thời, sử dụng nguồn lực sinh viên đang theo học tại khoa Nông Lâm để lan tỏa những hiểu biết ngành nghề cho các thí sinh quan tâm.

- Triển khai định kỳ cuộc thi “*Tìm hiểu về nông, lâm nghiệp và môi trường*” hàng năm, qua nền tảng facebook có áp dụng chạy quảng cáo cho đối tượng học sinh khối 10-11-12. Cách làm vừa giúp thí sinh lớp 12 hiểu hơn ngành nghề Nông, Lâm nghiệp và Môi trường và chuẩn bị lớp thí sinh kế cận 10, 11 trên địa bàn tỉnh Sơn La, Điện Biên nắm bắt được nhiều hơn các ngành đào tạo tại khoa Nông Lâm, Trường Đại học Tây Bắc.

- Triển khai đồng thời tư vấn hỗ trợ qua nền tảng Facebook và Zalo: Sự hỗ trợ, vào cuộc tư vấn hướng nghiệp từ giảng viên chuyên ngành đào tạo online qua các nền tảng mạng xã hội. Cách làm này nhanh chóng giúp thí sinh giải đáp được những thắc mắc của ngành nghề định theo học, đồng thời hỗ trợ được thí sinh chuẩn bị được các hồ sơ, giấy tờ cần thiết đúng và đủ.

** Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo, định hướng nghề nghiệp*

Nâng cao chất lượng đào tạo, đầu tư cơ sở

Tài liệu tham khảo

[1] Báo cáo số 1583/BC-ĐHTB ngày 13/12/201 về Tổng kết công tác tuyển sinh năm 2021 và phương hướng công tác tuyển sinh năm 2022 của Trường Đại học Tây Bắc.

[2] Báo cáo số 1823/BC-ĐHTB ngày 14/12/2023 về Tổng kết công tác tuyển sinh năm 2023 và phương hướng công tác tuyển sinh năm 2024 của Trường Đại học Tây Bắc

[3]. Nghị định 72/2013/NĐ-CP về quản lý,

vật chất phục vụ giảng dạy, nghiên cứu, học tập kết hợp với thực hành, thực tập thực địa thường xuyên được quan tâm chú trọng. Việc điều chỉnh chương trình đào tạo định kỳ gắn với nhu cầu sử dụng lao động của xã hội; Nhiều chương trình ngoại khóa được thực hiện thường xuyên như: Chương trình rèn luyện thể dục thể thao nâng cao sức khỏe (hội thao, hội diễn), các chương trình hướng nghiệp, các chương trình khởi nghiệp, liên kết với các đơn vị sử dụng lao động, v.v.. đều được quan tâm đẩy mạnh hàng năm. Xây dựng môi trường học đường xanh, sạch, đẹp, nhân ái, đoàn kết.

Trong thực tế, để nâng cao hiệu quả quảng bá tuyển sinh luôn cần thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp từ chính sách đến cơ chế. Đồng thời cần sự chung tay vào cuộc của toàn bộ cán bộ, giảng viên, sinh viên. Đặc biệt chất lượng đào tạo làm nên thương hiệu nên cần một quá trình xây dựng lâu dài và đồng bộ.

4. Kết luận

- Số lượng thí sinh dự tuyển vào khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường đang có xu hướng tăng dần sau khi áp dụng các phương pháp quảng bá tuyển sinh qua kênh mạng xã hội, đặc biệt mạng facebook/fanpage và Zalo.

- Kết quả khảo sát sinh viên đang tập tại trường cho thấy phần đa sinh viên được tiếp cận thông tin tuyển sinh qua kênh mạng xã hội facebook/zalo; sinh viên đã nhận được sự hỗ trợ nhiệt tình trong tư vấn ngành nghề, hỗ trợ hoàn thiện thủ tục hồ sơ giấy tờ nhập học; Đồng thời sinh viên cũng đề xuất và mong muốn tiếp tục có nhiều hơn các hoạt động hướng nghiệp, các hoạt động quảng bá qua mạng xã hội facebook/zalo sớm hơn để thí sinh hiểu rõ hơn và có những định hướng sớm

- Để đẩy mạnh công tác quảng bá tuyển sinh khối ngành Nông, Lâm nghiệp và Môi trường, thời gian tới khoa Nông Lâm tiếp tục thực hiện đồng bộ 3 giải pháp. Trong đó tập trung mạnh hơn nguồn lực cho nhóm giải pháp: Xây dựng các chiến lược quảng bá tuyển sinh qua nền tảng mạng xã hội facebook/fanpage và Zalo. *cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng ngày 15 tháng 7 năm 2013.*

[4]. <https://dangcongsan.vn/bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang/tu-do-internet-o-viet-nam-la-mot-thuc-te-khong-the-phu-nhan-626055.html#:~:text=S%E1%BB%91%20l%E1%BB%87u%20th%E1%BB%91ng%20k%C3%AA%20c%E1%BB%A7a,ng%C6%B0%E1%BB%9Di%20trong%20v%C3%B2ng%201%20n%C4%83m%20>

**EFFECTIVENESS OF ADVERTISING ENROLLMENT FOR AGRICULTURE,
FORESTRY, AND ENVIRONMENTAL SCIENCES AT TAY BAC UNIVERSITY
THROUGH SOCIAL MEDIA PLATFORMS**

***Nguyen Thi Bich Ngoc, Vu Quang Giang, Vu Duc Toan, Tran Anh Tuan,
Doan Thi Thuy Linh, Le Thi Thao, Hoang Thi Thanh Ha
Tay Bac University**

ABSTRACT: *The study was conducted to identify effective methods for enhancing enrollment for the Agriculture, Forestry, and Environmental Sciences programs at Tay Bac University through the flexible use of popular social media platforms in Vietnam, specifically Facebook and Zalo. The research results indicated that the primary sources of information for candidates about the Agriculture, Forestry, and Environmental Sciences programs at Tay Bac University are Facebook, social networks, and recommendations from family and friends, as well as the Internet (website, faculty and university fanpages). Only 1.5% of information comes from flyers and banners, 3% from newspapers and television, and 7.5% from career counseling activities at high schools. The study also proposes three groups of solutions that need to be implemented in a coordinated manner. Among these, a strong focus should be placed on the solution group: "Developing promotional strategies for enrollment, with a strong emphasis on advertising through the Facebook/fanpage and Zalo platforms."*

Key word: *University enrollment, Agriculture, Forestry and Environment major, Tay Bac University, facebook, Social Network.*