

SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG CAO ĐẲNG LÝ TỰ TRỌNG
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

BẢN MÔ TẢ NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA SÁNG KIẾN

Tên Sáng kiến: Giải pháp truyền thông qua mạng xã hội tại Khoa Du Lịch- Khách sạn

Tác giả: ĐINH THỊ TRÂM

Chức vụ: Giảng Viên

Đơn vị công tác: Khoa Du Lịch- Khách sạn

1. Thực trạng:

Hiện nay, Sự phát triển mạnh mẽ của internet, công nghệ và mạng xã hội và việc tuyển sinh tại các trường ngày càng trở nên cạnh tranh hơn, đòi hỏi các trường phải có chiến lược tuyển sinh để thu hút sinh viên. Người học hiện nay tiếp cận các thông tin tuyển sinh của nhà trường thông qua truyền thông số, nền tảng xã hội. Để thu hút người học hiện nay nhiều trường cao đẳng và đại học đã sử dụng các công cụ marketing mới. Mạng xã hội cũng làm một trong những công cụ marketing hiệu quả cho các trường vì thế hệ sinh viên hiện nay sử dụng mạng xã hội như một công cụ tìm kiếm thông tin hiệu quả. Và 83% sinh viên hiện nay đang sử dụng các công cụ marketing trên nền tảng mạng xã hội để trong đó chủ yếu là mạng xã hội để quyết định lựa chọn trường học (QS Enrolment Solutions,2017). Theo nghiên cứu gần cũng cho thấy rằng hầu hết sinh viên sử dụng mạng xã hội để nghiên cứu về các trường đại học và cao đẳng và các quảng cáo trên nền tảng mạng xã hội chính là tác động ảnh hưởng nhiều nhất đến quyết định chọn trường của họ (Bùi Thị Bích Hồng, 2023)

Mạng xã hội là một công cụ marketing hiệu quả cho công tác tuyển sinh tại Trường Cao đẳng Lý Tự Trọng nói chung và Khoa Du lịch- Khách sạn nói riêng. Trong sáng kiến này tác giả đề xuất giải pháp cho hoạt động quảng cáo truyền thông qua mạng xã hội để quảng bá hình ảnh tới người học, đồng thời cải thiện về số lượng và chất lượng tuyển sinh cho các ngành đào tạo tại Khoa Du Lịch- Khách sạn.

Tác giả đã tiến hành thu thập các thông tin dữ liệu bao gồm: số lượng sinh viên đang học tại Khoa Du lịch- Khách sạn từ năm 2020-2023, Các kênh mạng xã hội hiện

tại Khoa Du lịch khách sạn đang quản lý và quảng bá hình ảnh của khoa. Trên cơ sở phân tích nội dung, hình ảnh, số lượng bài viết, số lượng tương tác và hiệu quả đạt được tác giả đã phân tích các thực trạng

- Thực trạng về số tuyển sinh tại Khoa Du lịch – Khách sạn gồm: thực trạng về số lượng sinh viên đang học tại Khoa du lịch – Khách sạn, Chỉ tiêu tuyển sinh Khoa Du lịch khách sạn do nhà trường đề ra.

- Thực trạng về các công cụ truyền thông mạng xã hội tại Khoa Du lịch- Khách sạn: Phân tích thực tế về Fanpage Khoa Du lịch- Khách sạn gồm số người theo dõi, lượng tương tác, độ tuổi, số lượng bài viết và các loại bài viết trên Fanpage, Phân tích thực tế về kênh Zalo của khoa về Kênh việc làm sinh viên Du lịch- Khách sạn và Kênh Sinh viên Du lịch khách sạn tương lai tác giả phân tích về số lượng người dùng, tính hiệu quả của kênh

- Thực trạng về điểm mạnh và tồn tại: Tác giả phân tích điểm mạnh của kênh mạng xã hội Khoa đang quản lý và Tồn tại của kênh về số lượng bài viết, lượt tương tác, đối tượng người dùng, nội dung bài viết, sự đa dạng của các kênh mạng xã hội

2. Nội dung sáng kiến

Từ các phân tích đánh giá thực trạng về truyền thông qua mạng xã hội tác giả đã đề xuất các giải pháp phù hợp để xây dựng hình ảnh và thu hút sinh viên học tại Khoa Du lịch - Khách sạn Trường Cao đẳng Lý Tự Trọng TP. Hồ Chí Minh để góp phần thành công trong việc nhận diện thương hiệu và tuyển sinh năm học 2024-2025 và những năm sắp tới. Những đề xuất đối với giải pháp bao gồm:

- Giải pháp về đẩy mạnh công tác truyền thông qua mạng xã hội tăng số lượng bài viết và thu hút sinh viên tương tác với bài viết

- Giải pháp về việc thực hiện liên kết các Fanpage/ Website của trường với Fanpage/ Zalo của Khoa

- Giải pháp xây dựng đội ngũ viết nội dung chuyên nghiệp và đa dạng

- Giải pháp mở rộng thêm các trang mạng xã hội khác: Youtube, Instagram, Tiktok

- Thực hiện các công tác bảo mật và ứng phó với các sự cố truyền thông tránh trường hợp mất kiểm soát Fanpage hoặc Zalo

Hiệu quả mang lại:

Đối với trường Cao đẳng Lý Tự Trọng

Đề tài này góp phần vào hiệu quả trong công tác xây dựng nhận diện thương hiệu và công tác tuyển sinh của Trường tại Khoa Du Lịch- Khách sạn thông qua kênh truyền thông qua mạng xã hội.

Các giải pháp sử dụng kênh truyền thông marketing hiệu quả giúp tiết kiệm chi phí và thu hút được sinh viên đăng ký học tập tại Trường Cao đẳng Lý Tự Trọng trong năm học 2024-2025

Đối với Khoa Du lịch – Khách sạn

Đề tài giúp Khoa du lịch khách sạn có thể thay đổi một số kế hoạch và chiến lược truyền thông qua mạng xã hội một cách hợp lý để thu hút người học vào khoa Du lịch- Khách sạn

Đề tài giúp Khoa Du lịch khách sạn xây dựng được hình ảnh của Khoa một cách cụ thể và hiệu quả hơn so với trước đây. Khẳng định vị trí, uy tín và hình ảnh của Khoa Du lịch- Khách sạn đối với sinh viên, học sinh và Phụ huynh

Đối với sinh viên và người học

Giải pháp của đề tài giúp sinh viên có nhiều thông tin hơn về các hoạt động của Khoa. Sinh viên có được các lợi ích từ việc truy cập, theo dõi và tương tác với trang mạng xã hội để có thể có cơ hội việc làm và người học có các thông tin tuyển sinh dễ dàng và không mất quá nhiều thời gian để tìm kiếm và tiếp cận

Đánh giá phạm vi ảnh hưởng của Sáng kiến:

☒ Chỉ có hiệu quả trong phạm vi Đơn vị áp dụng.

☐ Đã được chuyển giao, nhân rộng việc áp dụng ra phạm vi sở, ngành theo chứng cứ đính kèm.

Đã phục vụ rộng rãi người dân trên địa bàn Thành phố, hoặc đã được chuyển giao, nhân rộng việc áp dụng trên địa bàn Thành phố theo chứng cứ đính kèm.

Đã phục vụ rộng rãi người dân tại Việt Nam, hoặc đã được chuyển giao, nhân rộng việc áp dụng tại nhiều tỉnh, thành theo chứng cứ đính kèm

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 18 tháng 3 năm 2024

Bộ phận/Đơn vị áp dụng

Người viết sáng kiến

ĐINH THỊ TRÂM

