

Số: 715 /QĐ-ĐHNT

Khánh Hòa, ngày 15 tháng 7 năm 2020

QUYẾT ĐỊNH

**Ban hành Quy định về công tác truyền thông, quảng bá
tại Trường Đại học Nha Trang**

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC NHA TRANG

Căn cứ Quyết định số 155/CP ngày 16/8/1966 của Hội đồng Chính phủ về việc thành lập và quy định nhiệm vụ, quyền hạn của Trường Đại học Thủy sản, nay là Trường Đại học Nha Trang;

Căn cứ Luật Giáo dục đại học ngày 18/6/2012; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học ngày 19/11/2018 và Nghị định 99/2019/NĐ-CP ngày 30/12/2019 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học;

Căn cứ Quyết định số 527/QĐ-ĐHNT ngày 12/6/2017 của Hiệu trưởng về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Trường Đại học Nha Trang;

Xét đề nghị của Phụ trách phòng Phòng Hợp tác Đối ngoại.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Quy định về công tác truyền thông, quảng bá tại Trường Đại học Nha Trang.

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

Điều 3. Các ông/bà trưởng các đơn vị, cá nhân liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. /v/

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Lưu VT, HTĐN.



QUY ĐỊNH

Công tác truyền thông, quảng bá tại Trường Đại học Nha Trang
(Kèm theo Quyết định số 715/QĐ-ĐHNT ngày 15 tháng 7 năm 2020
của Hiệu trưởng Trường Đại học Nha Trang)

Chương I

QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi áp dụng

Quy định này áp dụng đối với các hoạt động truyền thông, quảng bá về Trường hoặc có liên quan đến Trường do Trường, các cá nhân, đơn vị trong Trường và các tổ chức, cá nhân ngoài Trường thực hiện.

Điều 2. Đối tượng áp dụng

1. Cá nhân: bao gồm toàn bộ cán bộ viên chức, công chức, người lao động, sinh viên, học viên và những người đang học tập, làm việc dưới sự quản lý của Nhà trường.
2. Các đơn vị trực thuộc Trường: bao gồm toàn bộ các Phòng, Ban, Khoa, Viện, Trung tâm, các tổ chức đoàn thể.
3. Cá nhân, tổ chức ngoài Nhà trường: bao gồm các tổ chức, cá nhân bên ngoài có sử dụng các thông tin, hình ảnh, phim ngắn, tư liệu của Trường để truyền thông, quảng bá hoặc có các bài viết, phóng sự, phim ngắn...liên quan đến hoạt động của Nhà trường.

Điều 3. Mục đích

Quy định này thể hiện nguyên tắc, quy trình thực hiện, quyền hạn và trách nhiệm trong truyền thông, quảng bá tại Trường ĐH Nha Trang.

Điều 4. Những nguyên tắc chung

1. Nội dung thông tin, truyền thông phải đảm bảo hợp pháp, khách quan, trung thực, chính xác, có nguồn gốc rõ ràng, được truyền tải kịp thời.
2. Mục tiêu truyền thông phục vụ việc giáo dục chính trị, tư tưởng, phổ biến thông tin, quảng bá Nhà trường, không vi phạm các quy định của pháp luật, đạo đức và thuần phong mỹ tục.
3. Hoạt động truyền thông, quảng bá phải có kế hoạch cụ thể theo đúng định hướng của Nhà trường và được sự phê duyệt của Hiệu trưởng trước khi thực hiện.
4. Các sản phẩm/ấn phẩm đầu ra của các hoạt động truyền thông quảng bá phải phù hợp với nhận diện thương hiệu của Trường (màu sắc, họa tiết, phong chữ). Trong một số hoạt động, sự kiện cụ thể có thể tùy chỉnh, thêm bớt nhưng không được sai khác hoàn toàn (Hướng dẫn sử dụng Bộ nhận diện thương hiệu tại <https://canbo.ntu.edu.vn/KiemDinh/TaiNguyen/Index?Mod=6>)
5. Các đơn vị chủ động thực hiện hoạt động truyền thông, quảng bá theo kế hoạch được phê duyệt, tương ứng với chức năng, nhiệm vụ của đơn vị đến các đối tượng khác nhau nhưng phải đảm bảo sự thống nhất, tránh chồng chéo thông tin.

Điều 5. Các hình thức truyền thông, quảng bá

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 cổng thông tin điện tử (trang web) Nhà trường.
- đ) Bản tin đối ngoại.
- e) Các bài đăng, phim ngắn trên mạng xã hội (Facebook, Youtube).
- g) Ấn 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 hoạt động 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 các đối tác.
- b) Các chương trình phát thanh có sự tham gia của các đơn vị, cá nhân về các vấn đề liên quan đến Trường.
- c) Các tin tức, phóng sự về các hoạt động của Nhà trường trên các kênh truyền hình.

Điều 6. Các hoạt động được ưu tiên truyền thông, quảng bá

1. Các hoạt động tuyên truyền về chủ trương, 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.

Điều 7. Các hành vi bị cấm trong truyền thông, quảng bá

1. Làm tiết lộ bí mật Nhà nước, phương hại đến độc lập, chủ quyền quốc gia, an ninh, quốc phòng.
2. Trái đạo đức, thuần phong mỹ tục, truyền thống lịch sử và văn hóa của Việt Nam.
3. Bịa đặt, xuyên tạc thông tin đối với anh hùng dân tộc, danh nhân văn hóa, lãnh đạo Đảng và Nhà nước.

4. Bịa đặt, vu khống, thông tin sai sự thật về Trường, gây ảnh hưởng đến uy tín Nhà trường.
5. Xúc phạm danh dự của tổ chức, cá nhân, gây mất đoàn kết nội bộ.
6. Có tính chất kỳ thị, phân biệt chủng tộc, xâm phạm tự do tín ngưỡng, tôn giáo.
7. Treo, đặt, dán, vẽ các sản phẩm quảng cáo không đúng nơi quy định, gây mất an ninh, an toàn, ảnh hưởng đến cảnh quan môi trường.

Chương II

NHỮNG QUY ĐỊNH CỤ THỂ

Mục 1

NGUYÊN TẮC PHỐI HỢP

Điều 8. Phối hợp 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 (Phòng HTĐN) nhằm lập kế hoạch, lên phương án trình BGH phê duyệt và thực thi các hoạt động 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, phong 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 (Phòng HTĐN) muộn nhất 01 tuần trước khi sự kiện diễn ra.

4. Quy trình phối hợp truyền thông (*mục 1 Phụ lục*).

Điều 9. Phối hợp truyền thông, quảng bá ra bên ngoài

1. Hoạt động 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 Quảng bá- 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 quy định tại Mục 6 của Quy định này và phải thông qua sự kiểm duyệt từ đơn vị chức năng và Ban Giám hiệu (trong trường hợp cần thiết) trước khi phát hành.

5. Đơn vị chức năng có nhiệm vụ theo dõi việc đăng tải tin 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.

Mục 2

PHƯƠNG THỨC THỰC HIỆN

Điều 10. Thông báo nội bộ

1. Thông báo nội bộ là các thông báo do trường hoặc các đơn vị soạn thảo dựa trên chức năng nhiệm vụ nhằm mục đích truyền tải thông tin đến một hay nhiều đối tượng nhận tin cụ thể được quy định rõ trong thông báo.

2. Thông báo phải đáp ứng được các tiêu chuẩn, quy định của văn bản hành chính.

3. Thông báo nội bộ của Trường do Ban Giám hiệu phê duyệt, thông báo nội bộ của đơn vị do Trưởng đơn vị phê duyệt.

4. Thông báo nội bộ Trường sau khi được Ban Giám hiệu phê duyệt phải gửi ngay đến các đơn vị và cá nhân liên quan (nếu là thông báo chung về nội quy, quy định, quy chế...) và chậm nhất là 15 ngày trước khi sự kiện diễn ra (nếu là thông báo về sự kiện), đồng thời phải được đăng tải trên trang chủ của Nhà trường và các kênh truyền thông được Nhà trường công nhận (tùy theo tính chất, quy mô của thông báo).

5. Thông báo nội bộ đơn vị sau khi được Trưởng đơn vị phê duyệt phải gửi ngay các đơn vị và cá nhân liên quan (nếu là thông báo chung) và chậm nhất là 07 ngày trước khi sự kiện diễn ra (nếu là thông báo về sự kiện), đồng thời phải được đăng tải trên trang web và các kênh truyền thông khác của đơn vị (nếu có).

Điều 11. Điểm tin nội bộ

1. Điểm tin nội bộ tổng hợp các tin tức nội bộ của Nhà trường trong một khoảng thời gian xác định. Nội dung Điểm tin 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 Nhà trường trong thời gian Điểm tin.

2. Điểm tin nội bộ định kỳ xuất bản 2 tuần/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: Các đơn vị có trách nhiệm tổng hợp tin tức đơn vị theo hướng dẫn của đơn vị chức năng thực hiện Điểm tin (Phòng HTĐN) vào thứ 6 tuần thứ 2 và tuần thứ 4 của tháng.

6. Quy trình thực hiện Điểm tin nội bộ Tuần (*mục 2 Phụ lục*).

Điều 12. Tin tức trên cổng thông tin điện tử Trường

1. Tin tức đăng trên cổng thông tin điện tử Nhà trường 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, sinh viên... hướng đến các đối tượng là cán bộ, giảng viên, sinh viên, học sinh và những bạn đọc cần thông tin về giáo dục nói chung và các hoạt động giáo dục, nghiên cứu tại Trường ĐH Nha Trang nói riêng.

2. Các nhóm tin tức chính gồm: Tin tức chung, Đào tạo, Khoa học Công nghệ, Hợp tác Đối ngoại. Đối với các hoạt động, sự kiện nổi bật trong một khoảng thời gian nào đó, Ban Biên tập website sẽ quyết định mở thêm các chuyên mục để cập nhật các tin tức liên quan.

3. 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.

4. 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.

5. Tổ chức, hoạt động của trang web Trường phải tuân thủ các quy định của Luật An ninh mạng.

6. Quy trình thực hiện tin bài cấp Trường (*mục 3 Phụ lục*).

Điều 13. Bản tin đối ngoại

1. Bản tin đối ngoại (BTĐN) tổng hợp các tin tức nổi bật của Trường trên các lĩnh vực Đào tạo, NCKH, HTĐN, Hoạt động sinh viên, Sự kiện tiêu biểu... trong một quý, đều đặn xuất bản 4 số/năm, mỗi số bao gồm hai ấn bản tiếng Việt và tiếng Anh.

2. Ban Biên tập BTĐN được thành lập theo Quyết định số 1582/QĐ-ĐHNT ngày 9/12/2019, thực hiện các nhiệm vụ được quy định cụ thể tại phụ lục của Quyết định.

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. Quy trình thực hiện BTĐN (*mục 4 Phụ lục*).

Điều 14. 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.

2. Hình thức, kích thước của pa-nô, băng rôn, phướn... phải thống nhất theo thiết kế của bộ nhận dạng thương hiệu (xem và tải tại <https://canbo.ntu.edu.vn/KiemDinh/TaiNguyen/Index?Mod=6>). 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 Ban Giám hiệu phê duyệt (đối với sự kiện/hoạt động cấp trường) hoặc Trưởng 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 2 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 làm việc.

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 Ban Giám hiệu.

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

7. Quy trình chuẩn bị và lắp đặt pa-nô, băng rôn, phướn (*mục 5 Phụ lục*).

Điều 15. Ấn phẩm/Sản phẩm quảng bá khác

1. Tập san/Cẩm nang giới thiệu Trường

a) Tập san/Cẩm nang giới thiệu Trường là ấn 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 NCKH, HTQT...) 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 đơn vị chủ trì xây dựng bố cục, các đơn vị hỗ trợ cung cấp thông tin. Nội dung sau khi biên tập, chỉnh lý phải được sự phê duyệt của Ban Giám hiệu.

c) Hình thức của Tập san giới thiệu: có thể tùy chỉnh kích thước của ấn 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 (xanh dương, xanh da trời, tím, đỏ) phải được sự phê duyệt của Ban Giám hiệu trước khi in ấn và ban hành.

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

2. Tờ rơi/tờ bướm, thư ngỏ, phong nền, băng quảng cáo đứng

a) Tờ rơi/tờ bướm, thư ngỏ là các ấn 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, phong 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 đơn vị chức năng chủ trì xây dựng và phải được sự phê duyệt của Ban Giám hiệu 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 Ban Giám hiệu trước khi phát hành chính thức.

c) Sử dụng hình ảnh của Nhà trường trên Thư viện ảnh phải tuân thủ các Quy định kèm theo (<http://photos.ntu.edu.vn/Mot-so-quy-%C4%91inh-ve-viec-su-dung-hinh-anh>).

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, NCKH, HTQT 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, phong 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 mục b, khoản 2, Điều 15 của Quy định này.

Điều 16. Mạng xã hội

1. 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. Đây là kênh truyền thông phổ biến để Nhà trường kết nối với sinh viên, cán bộ, giảng viên và một số đối tượng khác trên mạng.

2. Các trang MXH do Trường/các đơn vị trực thuộc Trường quản lý, được công nhận tại Quyết định số 60/QĐ-ĐHNT ngày 20/01/2020, gồm: Fanpage Đại học Nha Trang ([facebook.com/nhatranguniversity](https://www.facebook.com/nhatranguniversity)), Tuyển sinh Đại học Nha Trang ([facebook.com/tuyensinhdhnt](https://www.facebook.com/tuyensinhdhnt)), Hội sinh viên Trường Đại học Nha Trang ([facebook.com/hsvdhnhatrang](https://www.facebook.com/hsvdhnhatrang)), Đoàn Thanh niên Trường Đại học Nha Trang ([facebook.com/dtn.dhnt](https://www.facebook.com/dtn.dhnt)).

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 văn, tin ảnh về các hoạt động của cán bộ, người lao động, sinh viên; tin bài/ảnh/phim ngắn quảng bá Trường/các sự kiện của Trường; 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 ngày/bài đăng mới hoặc ngay lập tức sau khi nhận được các thông báo chính thống, tin tức chính thống trên trang web 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 5 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.

Chương III

XỬ LÝ KHỦNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG

Điều 17. Xử lý khủng hoảng truyền thông

1. Khủng hoảng truyền thông (KHTT) 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 khủng hoảng truyền thông trong Nhà trường 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 Nhà trường, các đơn vị.
- b) Thông tin làm ảnh hưởng đến hoạt động giáo dục, đào tạo của Nhà trường, các đơn vị.
- c) Thông tin làm ảnh hưởng đến hình ảnh cá nhân lãnh đạo Nhà trường.
- d) Thông tin khủng hoảng toàn cục.

3. Nguyên tắc chung trong xử lý khủng hoảng truyền thông

a) Xác định rõ mức độ và phạm vi ảnh hưởng của vấn đề khủng hoảng truyền thông 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.

4. Quy trình xử lý KHTT (*mục 6 Phụ lục*).

Chương IV

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Điều 18. Phòng Hợp tác Đối ngoại

1. Là đơn vị chức năng, đầu mối thực hiện trực tiếp công việc 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 hoạt động 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 khủng hoảng truyền thông.
8. Quản lý và chịu trách nhiệm về nội dung Mục Tin tức trên cổng thông tin điện tử Trường (trang web tiếng Việt).
9. Quản lý và chịu trách nhiệm về nội dung trang web tiếng Anh.
10. Quản lý kênh Youtube Trường Đại học Nha Trang.
11. Tham gia cộng tác 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.

Điều 19. Phòng Đào tạo Đại học

1. Chủ trì xây dựng chiến lược, kế hoạch truyền thông, quảng bá tuyển sinh và chương trình đào tạo.
2. Chủ động truyền thông các mảng hoạt động do đơn vị mình chủ trì.
3. Phối hợp với P.HTĐN xây dựng kế hoạch, chiến lược Truyền thông - Quảng bá chung của Trường.
4. Phối hợp với Khoa/Viện, Phòng, Trung tâm thực hiện các hoạt động quảng bá tuyển sinh khác (nếu có).
5. Quản lý và chịu trách nhiệm về nội dung trên trang web tuyển sinh (<https://tuyensinh.ntu.edu.vn/>) và Fanpage Trang tuyển sinh Trường ĐH Nha Trang trên MXH Facebook.

Điều 20. Các Phòng ban/Trung tâm và Khoa/Viện

1. Xây dựng chiến lược, 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 P.HTĐN xây dựng kế hoạch, chiến lược Truyền thông- Quảng bá chung của Trường.

4. Phối hợp với P.ĐTĐH, TT QHDN&HTSV thực hiện các hoạt động quảng bá tuyển sinh.

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

Điều 21. Đoàn Thanh niên, Hội sinh viên

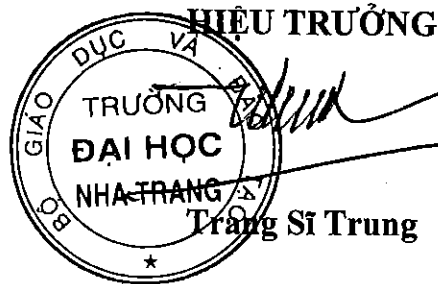
1. Chủ trì thực hiện các hoạt động truyền thông, quảng bá các hoạt động của sinh viên, của Đoàn, Hội.

2. Vận hành và chịu trách nhiệm nội dung tại Fanpage Đoàn Thanh niên, Hội Sinh viên Trường ĐH Nha Trang.

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

4. Phối hợp xây dựng kế hoạch Truyền thông - Quảng bá chung của Trường.

Quy định này có hiệu lực kể từ ngày ký ban hành. 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 (thông qua Phòng HTĐN) để Hiệu trưởng xem xét, chỉ đạo bổ sung phù hợp. / *ly*





**Phụ lục
CÁC QUY TRÌNH**

định số 7/5/QĐ-ĐHNT ngày 16 tháng 7 năm 2020 của Hiệu trưởng)

Quy trình phối hợp truyền thông, quảng bá

TT	Các bước thực hiện	Nội dung thực hiện	Đơn vị thực hiện
1	Yêu cầu truyền thông	Dựa trên quy mô và tầm ảnh hưởng của sự kiện/hoạt động, xác định nhu cầu thực hiện truyền thông nội bộ hoặc truyền thông ra bên ngoài.	Các đơn vị
2	Trao đổi, thống nhất ý kiến	Đề xuất nhu cầu, trao đổi thống nhất ý kiến với các bên liên quan về việc thực hiện truyền thông nội bộ/ra bên ngoài đối với các sự kiện/hoạt động cụ thể.	Các đơn vị và Phòng HTĐN
3	Xây dựng kế hoạch truyền thông	Xây dựng kế hoạch cụ thể về cách thức, phương tiện và thời điểm thực hiện truyền thông, số lượng và loại hình sản phẩm truyền thông sẽ công bố.	Các đơn vị và Phòng HTĐN
4	Phê duyệt (hoạt động+kinh phí)	Trình kế hoạch truyền thông lên BGH xem xét, phê duyệt.	BGH
5	Cung cấp thông tin	Tiến hành cung các thông tin liên quan đến sự kiện/hoạt động cần truyền thông cho đơn vị thực hiện sản phẩm truyền thông.	Các đơn vị
6	Thực hiện các sản phẩm truyền thông	Dựa trên các thông tin đã được cung cấp, thực hiện các sản phẩm truyền thông hoàn chỉnh theo số lượng và loại hình đã có trong kế hoạch truyền thông.	Phòng HTĐN
7	Triển khai kế hoạch truyền thông	Tiến hành thực hiện truyền thông nội bộ/ra bên ngoài theo kế hoạch đã được phê duyệt	Các đơn vị và Phòng HTĐN



2. Quy trình thực hiện Điểm tin nội bộ Tuần

TT	Các bước thực hiện	Nội dung thực hiện	Đơn vị thực hiện
1	Tạo mẫu Điểm tin	Tạo mẫu Điểm tin trên Google Docs, phân quyền chỉnh sửa đến cán bộ thuộc Trường	Phòng HTĐN
2	Thông báo đến các đơn vị	Gửi thông báo cập nhật điểm tin qua email đến các trường đơn vị	Phòng HTĐN
3	Cập nhật tin vào biểu mẫu	Cập nhật các tin tức, đảm bảo các tiêu chí và cấu trúc được quy định tại điểm (3) và (4) của Điều 7	Các đơn vị
4	Kiểm tra nội dung tin	Kiểm tra tin tức đạt yêu cầu Biên tập lại (nếu cần) Phân loại vào các mục	Phòng HTĐN
5	Thiết kế và gửi tin	Thiết kế, bố cục Điểm tin Gửi Điểm tin đến toàn thể CBVC qua email	Phòng HTĐN

3. Quy trình thực hiện Tin tức cấp Trường

TT	Các bước thực hiện	Nội dung thực hiện	Đơn vị thực hiện
1	Lên kế hoạch thực hiện tin bài	Nhận chỉ đạo yêu cầu thực hiện tin bài, hoặc nhận định sự cần thiết thực hiện tin bài khi có sự kiện, hoạt động... diễn ra, lên kế hoạch thực hiện tin bài.	Phòng HTĐN
2	Khai thác thông tin liên quan	Liên hệ với các bên liên quan đến tin tức sẽ thực hiện để phối hợp khai thác thông tin. Các bên liên quan có trách nhiệm phối hợp, tổng hợp cung cấp thông tin.	Phòng HTĐN và các đơn vị trong trường
3	Viết tin	Dựa trên thông tin đã khai thác được, viết thành tin hoàn chỉnh đảm bảo các yếu tố cần thiết.	Phòng HTĐN
4	Thẩm định nội dung tin bài	Lãnh đạo đơn vị chức năng thẩm định nội dung tin bài. Trong những trường hợp cần thiết, có thể đề nghị các đơn vị liên quan đến tin tức được đưa vào bài viết thẩm định nội dung tin bài.	Phòng HTĐN Các đơn vị
5	Tạo bản nháp tin trên trang web	Biên tập viên trang web rà soát hình thức và nội dung, lựa chọn và xử lý hình ảnh của bài viết Đăng tải bài viết vào chuyên mục tương ứng trên trang web	Biên tập viên trang web
6	Duyệt đăng tin	Kiểm tra và duyệt tin đã đáp ứng được các yêu cầu hoặc yêu cầu chỉnh sửa, bổ sung nếu chưa đạt yêu cầu.	Trưởng Ban biên tập trang web

Đối với việc viết tin bài truyền thông cấp đơn vị, có thể áp dụng theo quy trình nêu trên. Đồng thời, các đơn vị có thể gửi các tin bài về phòng HTĐN để được hỗ trợ công tác biên tập, duyệt và đăng trên trang web của Trường.



4. Quy trình thực hiện Bản tin đối ngoại theo Quý

TT	Các bước thực hiện	Nội dung thực hiện	Đơn vị thực hiện
1	Chuẩn bị nội dung tin	Chọn lọc danh mục tin trong quý sẽ được đưa vào Bản tin, biên tập lại các tin đảm bảo ngắn gọn, súc tích	Thành viên Biên tập (BBT) BTĐN
2	Phê duyệt nội dung tin	Phê duyệt danh mục và nội dung các tin tức sẽ đưa vào BTĐN	Trưởng BBT
3	Dịch tin đã phê duyệt sang tiếng Anh	Dịch các tin tức đã phê duyệt sang tiếng Anh	Thành viên BBT
4	Hiệu đính bản dịch tiếng Anh	Hiệu đính bản dịch tiếng Anh	Thành viên BBT
5	Thiết kế, dàn trang tin tiếng Việt và tiếng Anh	Dàn trang tin theo hình ảnh và nội dung tin đã được phê duyệt	Thành viên BBT
6	Phê duyệt bản dàn trang tin tiếng Việt và tiếng Anh	Kiểm tra nội dung bản tin, góp ý chỉnh sửa (nếu cần) và phê duyệt xuất bản bản tin	Trưởng BBT
7	Xuất bản bản tin	Gửi bản tin đã được phê duyệt đến email toàn thể CBVC các đối tác trong và ngoài nước	Thành viên BBT

5. Quy trình treo, dán, đặt pa-nô, băng rôn, phướn quảng cáo

TT	Các bước thực hiện	Nội dung thực hiện	Đơn vị thực hiện
1	Đề xuất nội dung/thiết kế	Chuẩn bị sơ bộ các thông tin, hình ảnh liên quan muốn trình bày trên băng rôn/phướn/pa nô quảng cáo Gửi nội dung hoặc thiết kế đề xuất (nếu có) đến TT PVTH	Đơn vị chủ trì
2	Kiểm tra nội dung	Kiểm tra nội dung/thiết kế do các đơn vị đề xuất, yêu cầu chỉnh sửa, bổ sung nếu cần, tuân thủ các quy định tại Điều 8	TTPVTH
3	Lên mẫu thiết kế	Thảo luận thống nhất và lên mẫu thiết kế theo đề xuất từ đơn vị	TTPVTH
4	Phê duyệt mẫu	Phê duyệt mẫu thiết kế	BGH
5	Lắp đặt và Tháo dỡ	Lắp đặt và tháo dỡ theo quy định tại Điều 8	TTPVTH

6. Quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông (KHTT)

STT	Các bước thực hiện	Nội dung thực hiện	Đơn vị thực hiện
1	Nhận biết dấu hiệu KHTT	Nhận thấy việc xuất hiện các tin tức có dấu hiệu gây nên KHTT qua các phương tiện báo chí, mạng xã hội hoặc trong nội bộ Nhà trường, đơn vị.	Phòng HTĐN Các đơn vị
2	Đánh giá mức độ và phạm vi ảnh hưởng từ KHTT	Đánh giá mức độ rủi ro, phạm vi khủng hoảng thông tin, thiệt hại có thể xảy ra. Tùy vào mức độ khủng hoảng, đề xuất hướng xử lý phù hợp theo các cấp độ: - Đề vấn đề trôi qua; - Xử lý thông tin gấp trong vòng 12h; - Xử lý có lộ trình, kéo dài 3-5 ngày.	Phòng HTĐN
3	Xây dựng phương án xử lý KHTT	Thành lập Ban xử lý KHTT và đưa ra phương án xử lý KHTT: - Xác định người phát ngôn và hướng phát ngôn. Người phát ngôn có trách nhiệm và thẩm quyền làm việc với cơ quan ban ngành, cơ quan truyền thông để xử lý khủng hoảng truyền thông; - Thực hiện truyền thông nội bộ tránh trường hợp rối loạn thông tin nội bộ; - Cung cấp thông tin cho báo chí: • Chuẩn bị thông cáo báo chí và các nội dung khác để cung cấp cho báo chí trong thời gian sớm nhất. Nếu khủng hoảng kéo dài, mỗi thời điểm có thể viết các thông cáo báo chí riêng. • Liên lạc sắp xếp buổi làm việc hoặc tiếp nhận yêu cầu làm việc chính thức với các phóng viên có nhu cầu giải đáp thông tin trong trường hợp cần thiết. • Tổ chức họp báo trong trường hợp cần thiết.	Ban xử lý KHTT gồm: BGH, phòng HTĐN và đơn vị liên quan.
4	Thực hiện việc xử lý KHTT	Thực hiện các hoạt động xử lý khủng hoảng truyền thông theo kế hoạch đã được thông nhất.	Ban xử lý KHTT
5	Theo dõi, giám sát, đánh giá việc thực hiện	Thường xuyên theo dõi, đánh giá kết quả của phương án xử lý khủng hoảng truyền thông đã triển khai và đưa ra những kiến nghị điều chỉnh, giải pháp tiếp theo kịp thời và hiệu quả.	Ban xử lý KHTT