# PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC TRUYỀN THÔNG SỐ CHO SINH VIÊN NGÀNH TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN, TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM

**VŨ THỊ HOÀNG HẠNH**
**Khoa Truyền thông, Trường Đại học Đại Nam**

*Nhận bài ngày 20/6/2025. Sửa chữa xong 30/6/2025. Duyệt đăng 06/7/2025.*

***Abstract***

*This article analyzes the role and current status of digital communication competence among Multimedia Communication students at Dai Nam University. Survey results indicate that students still face limitations in technical skills, strategic thinking, and practical experience. The university has implemented comprehensive solutions such as updating training programs, developing a digital learning environment, organizing project-based learning, fostering partnerships with enterprises, and enhancing faculty capacity. These initiatives contribute to improving training quality and bridging the gap between academic knowledge and professional practice.*

***Keywords:*** *Competence, digital communication, students, multimedia communication.*

**1. Đặt vấn đề**

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ, truyền thông số không chỉ trở thành xu thế tất yếu trong đời sống xã hội mà còn là yêu cầu bắt buộc đối với mọi lĩnh vực nghề nghiệp, đặc biệt là ngành Truyền thông đa phương tiện. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số đã làm thay đổi cách thức sản xuất, phân phối và tiêu thụ thông tin, đòi hỏi người làm truyền thông phải có khả năng thích ứng cao, thành thạo công cụ kĩ thuật số và sáng tạo nội dung phù hợp với từng nền tảng. Sinh viên (SV) ngành Truyền thông đa phương tiện cần được trang bị không chỉ kiến thức chuyên môn mà còn năng lực sử dụng thành thạo công cụ số, kĩ năng làm việc trong môi trường số và tư duy sáng tạo nội dung phù hợp với đặc trưng của từng nền tảng truyền thông. Tại Việt Nam, mặc dù nhiều trường đại học đã đưa nội dung số vào giảng dạy nhưng việc phát triển năng lực truyền thông số cho SV song vẫn còn tồn tại nhiều thách thức: chương trình đào tạo chậm cập nhật xu thế công nghệ mới, giảng viên (GV) thiếu điều kiện tiếp cận công nghệ hiện đại, SV thiếu cơ hội trải nghiệm thực tiễn trong môi trường truyền thông số chuyên nghiệp. Trường Đại học Đại Nam với định hướng phát triển theo hướng ứng dụng đã xác định rõ vai trò của việc phát triển năng lực truyền thông số trong đào tạo SV ngành Truyền thông đa phương tiện. Tuy nhiên, để đáp ứng yêu cầu thực tiễn ngày càng cao của thị trường lao động cần có những đánh giá cụ thể về thực trạng và đề xuất giải pháp phù hợp nhằm nâng cao năng lực truyền thông số cho SV. Bài viết đề cập đến phát triển năng lực truyền thông số cho SV ngành Truyền thông đa phương tiện, Trường Đại học Đại Nam.

**2. Nội dung nghiên cứu**

***2.1. Cơ sở lí luận về năng lực truyền thông số***

*2.1.1. Khái niệm truyền thông số*

Truyền thông số là quá trình tạo lập, truyền tải, tiếp nhận và xử lí thông tin thông qua các phương tiện điện tử, đặc biệt là mạng Internet và các nền tảng số [1]. Khác với truyền thông truyền thống, truyền thông số có khả năng tương tác hai chiều, tốc độ lan truyền nhanh, phạm vi tiếp cận rộng và

*Email: hoanghanh.910vthh@gmail.com*

tích hợp đa phương tiện (text, hình ảnh, âm thanh, video). Nói cách khác, truyền thông số hay còn gọi là truyền thông kĩ thuật số là các phương tiện truyền thông dựa trên công nghệ số để phân phối, truyền tải và truy cập thông tin. Thông qua truyền thông số, người sử dụng có thể tạo, sửa đổi, lưu trữ và truyền tải các nội dung truyền thông khác nhau như văn bản, hình ảnh, âm thanh, video [2]. Như vậy có thể hiểu, truyền thông số là sự truyền thông trong môi trường kĩ thuật số, thông qua việc truyền và dẫn thông tin trên các thiết bị điện tử chuyên dụng và hỗ trợ đắc lực cho con người.

Truyền thông số là một hệ sinh thái bao gồm ba thành phần chính: nền tảng số, nội dung số và công cụ truyền thông số. Trước hết, nền tảng số là môi trường hạ tầng kĩ thuật hỗ trợ các hoạt động truyền thông diễn ra hiệu quả, bao gồm mạng xã hội (Facebook, YouTube, TikTok), website, ứng dụng di động và các hệ thống quản trị nội dung số. Đây là nơi tiếp nhận, truyền tải và tương tác với thông tin số hóa. Tiếp theo, nội dung số bao gồm các sản phẩm truyền thông được số hóa như bài viết, hình ảnh, video, chương trình phát thanh số, đồ họa thông minh… Những nội dung này cần được thiết kế phù hợp với định dạng và thuật toán của từng nền tảng, đồng thời đảm bảo tính hấp dẫn, chính xác và phù hợp với đặc điểm người dùng mục tiêu. Cuối cùng, công cụ truyền thông số là các phần mềm, ứng dụng hỗ trợ sản xuất, chỉnh sửa, quản lí, phân tích và phân phối nội dung, chẳng hạn như Adobe Creative Suite, Canva, OBS Studio, Google Analytics, Hootsuite… Sự phối hợp hiệu quả giữa ba thành phần này không chỉ góp phần nâng cao chất lượng và hiệu quả truyền thông mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển năng lực truyền thông số cho người học. Trong môi trường giáo dục đại học, việc tích hợp các công cụ số vào giảng dạy truyền thông đang dần trở thành một xu hướng toàn cầu [3].

*2.1.2. Năng lực truyền thông số*

Năng lực truyền thông số (digital communication competence) được hiểu là tập hợp các kiến thức, kĩ năng và thái độ cần thiết để cá nhân có thể tạo lập, chia sẻ, tiếp nhận và xử lí thông tin hiệu quả trong môi trường số. Đây là một năng lực tổng hợp, đòi hỏi người học không chỉ có hiểu biết về công nghệ và các nền tảng truyền thông mà còn có khả năng ứng dụng chúng một cách linh hoạt để truyền tải thông điệp một cách sáng tạo, đúng đối tượng và phù hợp ngữ cảnh [4]. Theo Mạng lưới DigComp của Ủy ban châu Âu, năng lực truyền thông số là một phần của năng lực số (digital competence), bao gồm các thành phần như: Khả năng tương tác và giao tiếp qua nền tảng số; Kĩ năng tạo và chia sẻ nội dung truyền thông số một cách an toàn, có trách nhiệm; Năng lực đánh giá và lựa chọn công cụ truyền thông phù hợp với mục tiêu truyền thông cụ thể; Thái độ tích cực, trách nhiệm và đạo đức số trong quá trình truyền thông [5]. Một số đặc điểm nổi bật của năng lực truyền thông số có thể kể đến như sau: Tính tích hợp đa phương diện: Bao gồm kĩ năng công nghệ, kĩ năng truyền thông, tư duy phản biện và năng lực sáng tạo nội dung. SV cần biết cách vận dụng tổng hợp các yếu tố này trong thực tiễn học tập và nghề nghiệp; Tính cập nhật và thích ứng cao: Do công nghệ và nền tảng số thay đổi liên tục, năng lực truyền thông số không mang tính cố định mà phải liên tục được cập nhật và thích ứng với môi trường kĩ thuật số mới; Tính cá nhân hóa và tương tác: Người học phải biết cách điều chỉnh phong cách truyền thông, lựa chọn công cụ phù hợp với đối tượng và ngữ cảnh cụ thể, đồng thời duy trì tương tác hiệu quả với người tiếp nhận thông tin; Gắn liền với đạo đức và an toàn thông tin: Năng lực truyền thông số không chỉ dừng ở khả năng tạo nội dung mà còn bao hàm nhận thức về quyền riêng tư, an toàn dữ liệu, và ứng xử có trách nhiệm trong môi trường mạng.

Như vậy, năng lực truyền thông số là một yếu tố cốt lõi trong đào tạo nguồn nhân lực ngành Truyền thông đa phương tiện. Việc phát triển năng lực này cho SV không chỉ là yêu cầu trước mắt mà còn là chiến lược dài hạn để đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động trong thời đại số.

***2.2. Tầm quan trọng của năng lực truyền thông số đối với sinh viên ngành Truyền thông đa phương tiện***

Trong kỷ nguyên số, truyền thông đã và đang trải qua sự chuyển mình mạnh mẽ từ mô hình truyền thống sang mô hình truyền thông tích hợp, đa nền tảng và lấy công nghệ làm trung tâm. Đối với SV ngành Truyền thông đa phương tiện - những người sẽ trực tiếp tham gia vào chuỗi giá trị sáng tạo, sản xuất và phân phối nội dung trong tương lai - năng lực truyền thông số chính là nền tảng cốt lõi

để thích ứng và phát triển bền vững trong môi trường nghề nghiệp cạnh tranh và không ngừng biến đổi. Trước hết, năng lực truyền thông số giúp SV làm chủ công nghệ và công cụ truyền thông hiện đại, từ đó nâng cao khả năng sáng tạo nội dung, tổ chức chiến dịch truyền thông trên nền tảng số và đo lường hiệu quả truyền thông. Việc sử dụng thành thạo các phần mềm thiết kế, chỉnh sửa nội dung đa phương tiện (như Adobe Premiere, Illustrator, Canva, OBS Studio…) cũng như các nền tảng phân tích dữ liệu truyền thông (Google Analytics, Meta Business Suite…) không chỉ là kĩ năng kĩ thuật mà còn là yếu tố tạo nên lợi thế cạnh tranh trên thị trường lao động. Thứ hai, năng lực truyền thông số giúp SV phát triển tư duy chiến lược và khả năng làm việc trong môi trường số hóa. Trong bối cảnh xu hướng cá nhân hóa nội dung và truyền thông định hướng dữ liệu (data-driven communication) ngày càng phổ biến, người làm truyền thông cần có khả năng phân tích hành vi người dùng, hiểu rõ đặc điểm từng nền tảng (Facebook, TikTok, Instagram, YouTube…) để tối ưu hóa nội dung và thời điểm tiếp cận. Điều này đòi hỏi SV không chỉ biết "sản xuất" mà còn biết "định hướng" và "điều phối" truyền thông một cách linh hoạt. Thứ ba, năng lực truyền thông số là tiền đề để SV phát triển năng lực học tập suốt đời và thích ứng với đổi mới công nghệ. Trong khi các xu hướng như trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR/AR), tự động hóa nội dung (auto-generated content) đang thay đổi cách thức truyền thông, người học cần hình thành khả năng tự học, cập nhật công nghệ và vận dụng sáng tạo vào thực tiễn truyền thông. Cuối cùng, trong môi trường giáo dục đại học định hướng ứng dụng, việc phát triển năng lực truyền thông số cho SV không chỉ đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp mà còn là định hướng chiến lược của nhà trường trong đổi mới đào tạo. Đây cũng là cơ sở để xây dựng các chương trình học tích hợp, học theo dự án, liên kết với doanh nghiệp và tạo cơ hội thực hành nghề nghiệp sớm cho SV. Như vậy, có thể thấy, năng lực truyền thông số là điều kiện tiên quyết để SV ngành Truyền thông đa phương tiện trở thành những người làm truyền thông chuyên nghiệp, sáng tạo và thích ứng nhanh với bối cảnh công nghệ - truyền thông không ngừng đổi mới. Việc nâng cao năng lực này cần được xem là mục tiêu xuyên suốt trong toàn bộ quá trình đào tạo và phát triển nghề nghiệp của SV.

***2.3. Thực trạng năng lực truyền thông số của sinh viên ngành Truyền thông đa phương tiện, Trường Đại học Đại Nam***

Để đánh giá thực trạng năng lực truyền thông số của SV ngành Truyền thông đa phương tiện, Trường Đại học Đại Nam, tác giả bài viết đã tiến hành khảo sát từ tháng 3 đến tháng 4 năm 2025 trên 120 SV năm thứ 3 và năm thứ 4, ngành Truyền thông đa phương tiện. Đồng thời, 05 GV giảng dạy học phần liên quan đến truyền thông số để làm rõ thêm các khía cạnh chuyên môn. Kết quả khảo sát như sau: 75% SV cho biết đã từng tiếp cận hoặc sử dụng các công cụ thiết kế cơ bản như Canva, CapCut, hoặc PowerPoint trong các bài tập học phần, nhưng chỉ 22% có khả năng sử dụng thành thạo phần mềm chuyên nghiệp như Adobe Premiere, Photoshop, Illustrator; 81% SV thường xuyên sử dụng mạng xã hội (Facebook, TikTok, Instagram...) để tiêu thụ nội dung truyền thông, tuy nhiên chỉ 19% từng tự xây dựng hoặc quản lí một chiến dịch truyền thông thực tế trên nền tảng số; 66% SV tự đánh giá bản thân có khả năng sáng tạo nội dung ở mức trung bình; chỉ 14% đánh giá mình có khả năng "tốt" trong việc xây dựng nội dung phù hợp với từng nền tảng và đối tượng người xem.

Về kĩ năng phân tích dữ liệu truyền thông, chỉ 8% SV từng sử dụng hoặc nghe đến công cụ như Google Analytics, Facebook Business Suite hoặc các phần mềm đánh giá hiệu quả truyền thông khác. Đặc biệt, 70% SV thừa nhận chưa từng được học các học phần chuyên sâu về truyền thông số hoặc chưa có cơ hội thực hành trong các dự án thực tế. 87% SV mong muốn được tiếp cận với các phần mềm hiện đại, làm việc nhóm qua nền tảng số và tham gia các dự án truyền thông có tương tác với doanh nghiệp.

Dữ liệu phỏng vấn cho thấy, GV đánh giá SV có tiềm năng sáng tạo nhưng còn thiếu kĩ năng thao tác công cụ, tư duy chiến lược và khả năng tổ chức công việc truyền thông trong môi trường chuyên nghiệp. Trong khi đó, các chuyên gia và doanh nghiệp cho rằng: "SV ra trường vẫn cần đào tạo lại về công cụ và quy trình làm việc số hóa", đặc biệt là năng lực xử lí tình huống thực tế và thích ứng với xu thế công nghệ mới như AI, VR, truyền thông định hướng dữ liệu (data-driven communication). Như vậy, thực tế cho thấy năng lực truyền thông số của SV ngành Truyền thông đa phương tiện, Trường Đại

học Đại Nam hiện đang ở mức cơ bản, còn nhiều hạn chế về cả kĩ năng công cụ, khả năng sáng tạo nội dung số và tư duy ứng dụng công nghệ vào thực tiễn nghề nghiệp. Thực trạng này đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc điều chỉnh chương trình đào tạo, tăng cường hoạt động thực hành và hợp tác với doanh nghiệp để rút ngắn khoảng cách giữa đào tạo và nhu cầu thị trường.

***2.4. Kinh nghiệm của Trường Đại học Đại Nam trong phát triển năng lực truyền thông số của sinh viên ngành Truyền thông đa phương tiện***

Nhận thức được tầm quan trọng của năng lực truyền thông số trong đào tạo nguồn nhân lực truyền thông hiện đại, Trường Đại học Đại Nam đã chủ động triển khai nhiều hoạt động đổi mới nhằm phát triển năng lực này cho SV ngành Truyền thông đa phương tiện. Một số kinh nghiệm tiêu biểu có thể kể đến như sau:

*2.4.1. Tích hợp truyền thông số vào chương trình đào tạo theo định hướng ứng dụng*

Ngay từ giai đoạn xây dựng và điều chỉnh chương trình đào tạo ngành Truyền thông đa phương tiện, Trường Đại học Đại Nam đã chú trọng tích hợp truyền thông số theo hướng bám sát xu thế công nghệ và yêu cầu thực tiễn nghề nghiệp. Nội dung chương trình được rà soát định kỳ thông qua các hội thảo chuyên môn với sự tham gia của GV, chuyên gia và đại diện doanh nghiệp nhằm bổ sung học phần mới hoặc điều chỉnh cho sát thực tiễn. Các học phần được thiết kế cân bằng giữa lí thuyết và thực hành. SV thực hiện các bài tập mô phỏng dự án thực tế như xây dựng kế hoạch truyền thông, thiết kế áp phích, quay và dựng video quảng bá sản phẩm. GV hướng dẫn SV làm quen và sử dụng thành thạo các công cụ số phổ biến như phần mềm chỉnh sửa ảnh, dựng phim, quản trị nội dung, phân tích dữ liệu truyền thông... Sản phẩm học tập được nộp dưới dạng số hóa: video, hình ảnh, bài viết trực tuyến... góp phần phát triển kĩ năng kĩ thuật và tư duy sáng tạo. Việc đánh giá cũng theo định hướng dự án thực tế, với sự tham gia phản biện từ chuyên gia và đại diện doanh nghiệp để đảm bảo tính ứng dụng. SV cá nhân hoặc theo nhóm thực hiện các đề tài như xây dựng chiến dịch truyền thông cho sự kiện SV hoặc sản phẩm khởi nghiệp. Theo khảo sát nội bộ năm 2024, hơn 78% SV năm cuối có thể tự triển khai chiến dịch truyền thông số cơ bản, 65% sử dụng thành thạo ít nhất ba công cụ truyền thông số. Nhiều sản phẩm của SV được doanh nghiệp đánh giá cao và mời hợp tác triển khai thực tế. Việc tích hợp truyền thông số cũng thúc đẩy GV đổi mới phương pháp dạy học, nâng cao năng lực công nghệ, góp phần xây dựng môi trường đào tạo hiện đại, gắn với thực tiễn nghề nghiệp.

*2.4.2. Phát triển môi trường học tập số hóa và tạo cơ hội tiếp cận công cụ hiện đại*

Nhằm đáp ứng yêu cầu đào tạo nhân lực truyền thông chất lượng cao trong thời đại số, Trường Đại học Đại Nam đã chú trọng xây dựng môi trường học tập hiện đại, ứng dụng công nghệ số toàn diện trong dạy và học. Việc phát triển này được thực hiện đồng bộ cả về hạ tầng kĩ thuật, nền tảng công nghệ và tổ chức hướng dẫn SV sử dụng hiệu quả công cụ số. Nhà trường đã đầu tư xây dựng các phòng học chuyên biệt phục vụ ngành Truyền thông đa phương tiện như: phòng ghi hình, chụp ảnh, phòng dựng phim với máy tính cấu hình cao và phần mềm chuyên dụng; phòng thực hành truyền thông với thiết bị ghi âm, quay phim, xử lí phát trực tiếp, phông nền xanh... Đây là không gian giúp SV làm quen với môi trường làm việc thực tế. Bên cạnh đó, trường triển khai hệ thống học trực tuyến cho phép GV tổ chức bài giảng, giao bài và phản hồi kết quả học tập. SV được hướng dẫn quản lí tiến độ học, thảo luận học thuật, đồng thời làm quen với các công cụ tổ chức hội thảo, họp báo trực tuyến. Nhà trường cũng tăng cường đào tạo kĩ năng phân tích dữ liệu truyền thông thông qua các phần mềm như công cụ đo lường chỉ số tương tác, hệ thống phân tích phản hồi số liệu, giúp SV phát triển tư duy làm việc dựa trên dữ liệu. Theo thống kê năm học 20240-2025, trên 80% SV năm cuối thành thạo dựng video cơ bản, 75% biết tổ chức phát trực tiếp và hơn 60% có khả năng phân tích báo cáo tương tác. Ngoài ra, môi trường học tập số còn giúp SV nâng cao tính tự chủ, kĩ năng làm việc nhóm từ xa và thích ứng với mô hình làm việc kết hợp. Đáng chú ý, nhiều sản phẩm học tập đã được ứng dụng thực tế trong các hoạt động truyền thông nội bộ hoặc hợp tác với doanh nghiệp, góp phần thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và thực tiễn nghề nghiệp.

*2.4.3. Tăng cường tổ chức các dự án học tập, hoạt động ngoại khóa và sân chơi truyền thông số*

Bên cạnh việc đổi mới chương trình và đầu tư cơ sở vật chất phục vụ học tập số, Trường Đại học Đại Nam chú trọng mở rộng các hoạt động ngoài lớp giúp SV trải nghiệm thực tế, phát triển toàn diện năng lực nghề nghiệp. Các hình thức như dự án học tập, hoạt động ngoại khóa, cuộc thi sáng tạo trở thành điểm nhấn nổi bật trong đào tạo ngành Truyền thông đa phương tiện. Nhà trường xây dựng các hoạt động mang tính tích hợp giữa các khóa, ngành học, giúp SV rèn kĩ năng cá nhân, làm việc nhóm và tổ chức công việc. Tiêu biểu là "Tuần lễ truyền thông số Đại Nam", nơi SV trực tiếp thực hiện chiến dịch truyền thông từ ý tưởng đến sản xuất nội dung và đánh giá hiệu quả tương tác. Các nhóm đảm nhiệm các khâu cụ thể như thiết kế nội dung, quay - dựng hình, quản lí kênh truyền thông, thu thập và phân tích dữ liệu.

Cuộc thi sáng tạo nội dung là một hoạt động nổi bật khác, trong đó SV nhận đề bài từ doanh nghiệp, sản xuất ấn phẩm trong thời gian giới hạn và trình bày trước hội đồng chuyên gia. Đây là cơ hội để SV thể hiện khả năng sáng tạo, phản ứng nhanh và ứng dụng công cụ công nghệ vào thực tế. Nhiều học phần được tổ chức theo hình thức học qua dự án, gắn với các hoạt động của trường như truyền thông sự kiện, tuyển sinh hoặc phối hợp với doanh nghiệp. Trường cũng phối hợp với cơ quan báo chí tổ chức hội thảo, chương trình kết nối SV với chuyên gia, tạo điều kiện tiếp cận sớm cơ hội thực tập, việc làm. Kết quả cho thấy, trên 85% SV từng tham gia dự án hoặc cuộc thi; gần 70% hiểu rõ quy trình công việc truyền thông số; khoảng 40% được doanh nghiệp mời hợp tác hoặc giới thiệu việc làm. Những hoạt động này đã góp phần rút ngắn khoảng cách giữa lí thuyết và thực hành, giúp SV chủ động, sáng tạo và sẵn sàng thích nghi với môi trường truyền thông hiện đại, đặc biệt trong bối cảnh ngành đang chuyển mạnh sang không gian số.

*2.4.4. Thiết lập mối quan hệ hợp tác với doanh nghiệp truyền thông và chuyên gia trong ngành*

Việc hợp tác với doanh nghiệp không chỉ dừng ở hình thức kết nối mà còn được nhà trường cụ thể hóa thành các chương trình đào tạo gắn với thực tiễn. Nhiều học phần được xây dựng theo hướng "đồng thiết kế" với sự tham gia góp ý trực tiếp từ chuyên gia, bảo đảm nội dung sát với yêu cầu tuyển dụng, xu hướng truyền thông mới và ứng dụng công nghệ trong nghề. Ngoài các hoạt động định kỳ, nhà trường còn tổ chức các đợt thực tập có hướng dẫn cụ thể. SV được giao nhiệm vụ theo nhóm chuyên môn, làm việc dưới sự hỗ trợ của cả GV và người hướng dẫn tại doanh nghiệp. Qua đó, SV tích lũy kinh nghiệm thực tế và rèn luyện cách xử lí tình huống trong môi trường đòi hỏi tốc độ, hiệu quả và sáng tạo cao. Mối quan hệ hợp tác còn được mở rộng thông qua việc đồng tổ chức các cuộc thi, ngày hội nghề nghiệp, diễn đàn kết nối SV với doanh nghiệp truyền thông. Qua đó, SV có cơ hội thể hiện năng lực và tiếp cận tiêu chí tuyển dụng thực tế, từ phong cách làm việc, thuyết trình đến triển khai chiến dịch truyền thông số. Những hoạt động này là cầu nối quan trọng giữa đào tạo và tuyển dụng. Đối với GV, hợp tác với doanh nghiệp tạo điều kiện cập nhật thực tiễn, điều chỉnh phương pháp giảng dạy và nội dung học cho phù hợp. Một số GV còn tham gia tư vấn truyền thông cho doanh nghiệp, góp phần tăng cường liên kết ba bên: GV - SV - doanh nghiệp. Chiến lược này không chỉ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo ngành Truyền thông đa phương tiện tại Trường Đại học Đại Nam mà còn mở ra cơ hội nghề nghiệp thiết thực cho SV. Trong bối cảnh ngành Truyền thông đang chuyển dịch nhanh theo hướng số hóa, xây dựng hệ sinh thái học tập gắn kết với thị trường là yếu tố then chốt bảo đảm hiệu quả đào tạo và năng lực cạnh tranh của người học sau tốt nghiệp.

*2.4.5. Phát triển đội ngũ giảng viên có năng lực thực hành truyền thông số*

Trong đào tạo ngành Truyền thông đa phương tiện, GV không chỉ cần vững lí luận mà còn phải thành thạo kĩ năng thực hành và sử dụng hiệu quả các công cụ công nghệ truyền thông mới. Nhận thức rõ điều này, Trường Đại học Đại Nam đã xây dựng lộ trình phát triển đội ngũ GV theo hướng kết hợp giữa nâng cao trình độ chuyên môn, công nghệ và gắn kết thực tiễn nghề nghiệp. Nhà trường thường xuyên tổ chức các khóa bồi dưỡng ngắn hạn về truyền thông số, trong đó GV được học về sản xuất nội dung, sử dụng phần mềm thiết kế - dựng phim, quản lí chiến dịch truyền thông và xây dựng thương hiệu cá nhân trên nền tảng số. GV cũng được khuyến khích tham gia các khóa học trực tuyến,

hội thảo chuyên môn và chương trình đào tạo nâng cao năng lực giảng dạy bằng công nghệ. Song song với đó, nhà trường mời các chuyên gia, giám đốc sáng tạo và người làm nghề từ doanh nghiệp truyền thông lớn về giảng dạy dưới hình thức thỉnh giảng hoặc đồng giảng. Mô hình này giúp GV học hỏi trực tiếp từ thực tế, đồng thời cập nhật nội dung giảng dạy sát với yêu cầu ngành nghề. Ngoài học hỏi từ chuyên gia, GV còn được tham gia các dự án truyền thông của nhà trường hoặc doanh nghiệp: từ sản xuất nội dung, tổ chức sự kiện trực tuyến đến tư vấn cho nhóm SV thực hiện sản phẩm học phần. Việc này không chỉ giúp họ duy trì kĩ năng nghề mà còn đóng vai trò hình mẫu tích cực cho SV. Nhà trường cũng khuyến khích GV biên soạn học liệu số, thiết kế học phần dạy học kết hợp và thực hiện đề tài nghiên cứu ứng dụng trong lĩnh vực truyền thông số, qua đó nâng cao chuyên môn và đóng góp vào phát triển học thuật.

Theo thống kê nội bộ, 85% GV đã hoàn thành ít nhất một khóa bồi dưỡng truyền thông số trong hai năm qua, gần 50% có học liệu số được sử dụng trong hệ thống học trực tuyến của trường, 1/3 từng tham gia các dự án thực tế, được SV đánh giá cao về tính cập nhật, thực hành và linh hoạt trong phương pháp giảng dạy.

**3. Kết luận**

Phát triển năng lực truyền thông số là yêu cầu tất yếu trong đào tạo nguồn nhân lực truyền thông thời đại số. Đối với SV ngành Truyền thông đa phương tiện, năng lực này không chỉ là nền tảng nghề nghiệp mà còn là yếu tố cạnh tranh trên thị trường lao động. Kết quả khảo sát tại Trường Đại học Đại Nam cho thấy SV đã có nhận thức nhất định nhưng vẫn còn nhiều hạn chế về kĩ năng công cụ, tư duy chiến lược và kinh nghiệm thực tiễn. Trước thực trạng đó, nhà trường đã triển khai nhiều giải pháp đồng bộ: cập nhật chương trình, xây dựng môi trường học số, mở rộng hoạt động thực hành - ngoại khóa, kết nối doanh nghiệp và phát triển đội ngũ GV. Những kinh nghiệm tích lũy được cho thấy hiệu quả thiết thực, góp phần thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và thực tiễn nghề nghiệp. Tuy nhiên, để đáp ứng tốc độ thay đổi nhanh chóng của ngành Truyền thông số cần tiếp tục điều chỉnh linh hoạt, tăng cường đầu tư công nghệ, mở rộng liên kết và khuyến khích đổi mới sáng tạo trong toàn bộ quá trình đào tạo. Phát triển năng lực truyền thông số cho SV không chỉ là mục tiêu của từng cơ sở giáo dục mà còn là một phần trong chiến lược xây dựng lực lượng truyền thông chất lượng cao phục vụ cho tiến trình chuyển đổi số quốc gia.

**Tài liệu tham khảo**

[1] Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (chủ biên, 2002), *Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs (Cẩm nang về truyền thông mới: Sự hình thành xã hội và hệ quả của công nghệ thông tin và truyền thông (ICT),* SAGE Publications (NXB Sage).

[2] Nguyễn Văn Tý, Lê Thị Xuân An, Nguyễn Đăng Khoa, Võ Ngọc Kiều Trinh, Trần Nguyễn Khải Minh (2024), *Mức độ nhận biết bộ nhận dạng thương hiệu Trường Đại học Cần Thơ của viên chức, sinh viên thông qua truyền thông số*, Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ, số 60(1), tr. 190-201.

[3] Redecker, C. (2017), *European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu (Khung năng lực số của các nhà giáo dục châu Âu: DigCompEdu),* Publications Office of the European Union (Văn phòng xuất bản của Liên minh châu Âu).

[4] Ferrari, Anusca, & Yves Punie, B. N. B. (2013), *DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe (DIGCOMP: Một khuôn khổ để phát triển và hiểu năng lực số ở Châu Âu)*, https://doi.org/10.2788/52966.

[5] Ilomäki, L., Paavola, S., Lakkala, M., & Kantosalo, A. (2016), *Digital competence - an emergent boundary concept for policy and educational research (Năng lực số - một khái niệm ranh giới mới nổi cho chính sách và nghiên cứu giáo dục),* Education and Information Technologies (Giáo dục và Công nghệ thông tin), số 21(3), tr. 655-679.

[6] Thái Hoài Minh (2018), *Phát triển năng lực ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong dạy học cho sinh viên Sư* phạm *Hó*a học của các trường đại học, Luận án Tiến sĩ Khoa học giáo dục, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội.

[7] Trần Thị Hà Giang (2018), *Ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong dạy học Địa lí cho sinh viên ngành Giáo dục Tiểu học theo định hướng phát triển năng lực*, Luận án Tiến sĩ Khoa học giáo dục, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội.