

VẬN DỤNG PODCAST VÀO TUYỂN SINH ĐẠI HỌC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH

PHẠM VĂN PHƯƠNG
LÊ KIM HẬU
Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Nhận bài ngày 25/6/2026. Sửa chữa xong 26/7/2026. Duyệt đăng 01/8/2026.

Abstract

Podcasts have emerged as a digital communication medium that can strengthen connections between universities and prospective students. This article examines the potential use of podcasts in university admissions at Nguyen Tat Thanh University. Drawing on the expertise of the Faculty of Creative Communications, the University can produce podcast content tailored to prospective students' information needs at different stages of the academic year. Voice-based communication can help address students' concerns about selecting a university and field of study while facilitating dialogue among the University, prospective students, and parents. The article proposes practical measures for developing podcasts as a sustainable admissions communication channel, strengthening prospective students' trust in Nguyen Tat Thanh University, and communicating its educational philosophy of "True Learning – True Practice – True Recognition – True Career."

Keywords: Digital audio, Faculty of Creative Communications, Nguyen Tat Thanh University, podcasts, university admissions.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ và sự cạnh tranh trong tuyển sinh đại học ngày càng gia tăng, các cơ sở giáo dục không chỉ tập trung cung cấp thông tin mà còn chú trọng đổi mới phương thức truyền thông nhằm nâng cao khả năng tiếp cận và tương tác với người học. Mỗi mùa tuyển sinh, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành triển khai nhiều phương thức khác nhau để giới thiệu chương trình đào tạo, môi trường học tập và cơ hội nghề nghiệp đến học sinh (HS), phụ huynh. Các hình thức truyền thống như phát tờ rơi, tư vấn trực tiếp tại trường phổ thông, bảng quảng cáo ngoài trời, ngày hội tư vấn tuyển sinh hay các bài viết trên báo điện tử vẫn được duy trì nhằm đa dạng hóa kênh tiếp cận người học.

Cùng với sự phát triển của công nghệ số, hành vi tiếp nhận thông tin của HS có nhiều thay đổi. Nếu trước đây người học chủ yếu tiếp cận thông tin thông qua văn bản thì hiện nay xu hướng chuyển sang các nội dung đa phương tiện, đặc biệt là âm thanh và video theo nhu cầu (on-demand) ngày càng phổ biến. Theo Minh Yến, Đỗ Lâm (2026), tỷ lệ người trẻ sử dụng các nền tảng âm thanh số trực tuyến để tiếp cận thông tin đã vượt 70%, cho thấy truyền thông bằng âm thanh đang trở thành một kênh tiếp cận hiệu quả đối với thế hệ HS hiện nay.

Trong bối cảnh đó, Podcast ngày càng được các cơ sở giáo dục quan tâm như một công cụ truyền thông hiện đại nhờ khả năng truyền tải thông tin linh hoạt, tạo sự kết nối và tương tác với người học. Nghiên cứu của Hew (2009) cho thấy Podcast giúp nâng cao tính chủ động trong học tập, tạo điều kiện để người học tiếp cận nội dung mọi lúc, mọi nơi và gia tăng mức độ tham gia vào quá trình học tập. Bên cạnh đó, González Enríquez và cộng sự (2023) khẳng định việc xây dựng và khai thác Podcast trong giáo dục đại học không chỉ góp phần truyền tải kiến thức mà còn phát triển kỹ năng giao tiếp, hợp tác, sáng tạo nội dung số và tăng cường sự gắn kết giữa người học với môi trường giáo dục. Đối với hoạt động truyền thông tuyển sinh, Podcast còn góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu và tạo ảnh hưởng tích cực đến nhận thức cũng như ý định lựa chọn cơ sở đào tạo của người học (Cistulli & Snyder, 2025).

Email: phamvanphuonghv@gmail.com, lkhou@ntt.edu.vn

Nhận thức được xu hướng đó, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đã vận dụng thế mạnh của khối ngành truyền thông để xây dựng các chương trình Podcast phục vụ tuyển sinh đại học. Nội dung các số phát sóng tập trung giới thiệu cơ sở vật chất, chương trình đào tạo, ngành học mũi nhọn, môi trường học tập và những trải nghiệm thực tế của giảng viên (GV), chuyên gia, cựu SV cũng như SV đang theo học tại trường. Thông qua hình thức truyền tải bằng giọng nói và những câu chuyện chân thực, Podcast giúp HS và phụ huynh dễ dàng hình dung về môi trường học tập, định hướng nghề nghiệp và cơ hội phát triển trong tương lai. Khác với nhiều hình thức quảng bá truyền thống, Podcast tạo nên không gian giao tiếp gần gũi, nơi những câu chuyện, kinh nghiệm và lời tư vấn được truyền tải bằng giọng nói tự nhiên, giàu cảm xúc và có chiều sâu. Với triết lý giáo dục “Thực học – Thực hành – Thực danh – Thực nghiệp”, việc ứng dụng Podcast trong tuyển sinh không chỉ góp phần đổi mới hoạt động truyền thông mà còn thể hiện định hướng chuyển đổi số, nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định vị thế của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành trong hệ thống giáo dục đại học Việt Nam.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Podcast trong truyền thông giáo dục

Trong thời đại số, truyền thông giáo dục không còn giới hạn ở các phương thức giảng dạy và truyền tải thông tin mang tính một chiều. Sự phát triển của công nghệ thông tin đã thúc đẩy sự ra đời của các hình thức giáo dục và truyền thông. Trong đó, tệp âm thanh kỹ thuật số (Podcast) định kỳ ra đời như một công cụ truyền thông giáo dục có tính đột phá tác động vào người nghe. Podcast - tệp âm thanh hoặc hình ảnh được phân phối qua các kênh trực tuyến, cho phép người dùng đăng ký, tải về hoặc phát trực tuyến theo nhu cầu cá nhân trên các thiết bị di động. Khác với phát thanh truyền thống vốn phụ thuộc chặt chẽ vào khung giờ phát sóng của nhà đài, loại hình truyền thông kỹ thuật số này mang đặc tính cá nhân, cho phép người nghe lựa chọn nội dung, thời gian và không gian trải nghiệm. Podcast như một sự kế thừa và phát triển của phát thanh trên môi trường truyền thông số (Lê Tuấn Anh, 2024).

Trong giáo dục đại học, Podcast được đánh giá là một công cụ hỗ trợ học tập và truyền thông hiệu quả. Hew (2009) cho rằng Podcast giúp nâng cao khả năng tự học, tăng mức độ tham gia của người học và tạo điều kiện để người học tiếp cận nội dung học tập theo tốc độ và thời gian phù hợp với nhu cầu cá nhân. Không chỉ dừng lại ở việc truyền tải kiến thức, Podcast còn tạo cơ hội để người học tham gia vào quá trình sản xuất nội dung, qua đó phát triển kỹ năng giao tiếp, tư duy phản biện, làm việc nhóm và năng lực số. Nghiên cứu của González Enríquez và cộng sự (2023) cho thấy việc sản xuất Podcast trong môi trường đại học góp phần nâng cao trải nghiệm học tập, tăng cường sự hợp tác giữa người học và thúc đẩy quá trình học tập tích cực thông qua hình thức kể chuyện và đối thoại.

Theo Quế Lâm - Marketing AI (2025), người nghe tại khu vực Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam dành trung bình hơn một giờ mỗi tuần để nghe Podcast. Điều này phản ánh xu hướng gia tăng tiêu thụ nội dung âm thanh trong môi trường số. Podcast tạo ra không gian giao tiếp mang tính cá nhân, nơi giọng nói của GV, chuyên gia hay cựu SV giúp tăng tính gần gũi, chân thực và củng cố niềm tin của người nghe với thông tin được truyền tải. Đối với hoạt động truyền thông tuyển sinh, Podcast giúp chuyển tải những thông tin về ngành học, chương trình đào tạo hay môi trường học tập thông qua các câu chuyện và cuộc trò chuyện giàu tính trải nghiệm thay vì chỉ cung cấp các văn bản hành chính khô khan. Việc kết hợp kỹ thuật kể chuyện, âm nhạc nền và biên tập âm thanh chuyên nghiệp góp phần nâng cao khả năng ghi nhớ thông tin, tạo sự đồng cảm và kết nối cảm xúc với người học. Theo Cistulli và Snyder (2025), Podcast không chỉ nâng cao hiệu quả truyền thông thương hiệu của các trường đại học mà còn tác động tích cực đến nhận thức, thái độ và ý định lựa chọn cơ sở đào tạo của người học.

Bên cạnh giá trị đối với người học, Podcast còn mang lại nhiều lợi ích cho các cơ sở giáo dục. Quy trình sản xuất và phát hành nội dung có chi phí tương đối thấp, dễ dàng cập nhật thông tin về chương trình đào tạo, chính sách tuyển sinh hoặc các hoạt động học thuật. Các tập Podcast sau khi phát hành được lưu trữ trên nhiều nền tảng số, trở thành nguồn học liệu mở có giá trị sử dụng lâu dài. Đồng thời, việc tham gia sản xuất Podcast cũng góp phần nâng cao năng lực số của đội ngũ GV và cán bộ truyền thông, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong quản trị và truyền thông giáo dục đại học.

2.2. Vận dụng Podcast vào tuyển sinh đại học

Công tác tuyển sinh của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành luôn được triển khai với sự phối hợp chặt chẽ giữa các đơn vị như phòng tuyển sinh, các khoa chuyên môn, trung tâm truyền thông và đội ngũ GV nhằm cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, đồng thời xây dựng niềm tin đối với thí sinh và phụ huynh. Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, hành vi tiếp nhận thông tin của HS trung học phổ thông đã có nhiều thay đổi khi các nền tảng số dần thay thế những phương thức truyền thông truyền thống. Trước xu hướng đó, việc vận dụng Podcast vào hoạt động tuyển sinh của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành cũng như nhiều cơ sở giáo dục đại học khác đã bắt đầu được quan tâm và từng bước khẳng định hiệu quả. Podcast không chỉ giúp đa dạng hóa phương thức truyền thông mà còn tạo điều kiện để nhà trường tiếp cận người học một cách gần gũi, linh hoạt và thuận tiện hơn thông qua các thiết bị di động và nền tảng nghe trực tuyến mà HS sử dụng hằng ngày.

Đối với Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Podcast không đơn thuần là một kênh truyền tải thông tin tuyển sinh mà còn là công cụ xây dựng hình ảnh thương hiệu giáo dục hiện đại, sáng tạo và gần gũi. Đặc biệt, đối với khối ngành truyền thông, mỗi tập Podcast được xem như một "sản phẩm truyền thông mẫu", thể hiện năng lực sáng tạo nội dung, kỹ năng sản xuất chương trình và khả năng ứng dụng công nghệ số của GV và SV. Chất lượng âm thanh, kịch bản hấp dẫn, cách dẫn dắt tự nhiên cùng kỹ thuật xử lý chuyên nghiệp góp phần tạo nên ấn tượng tích cực đối với người nghe. Qua đó, HS và phụ huynh không chỉ tiếp nhận thông tin về ngành học mà còn có cơ sở để đánh giá năng lực đào tạo, môi trường học tập và chất lượng chuyên môn của nhà trường. Thay vì chỉ giới thiệu danh mục các ngành đào tạo bằng hình thức liệt kê khô khan, nhà trường đã xây dựng nhiều chuỗi Podcast hướng nghiệp theo từng chủ đề. Nội dung các chương trình được thiết kế dưới dạng đối thoại giữa người dẫn chương trình với các chuyên gia trong lĩnh vực truyền thông, lãnh đạo doanh nghiệp, nhà tuyển dụng, GV và cựu SV đã thành công trong nghề nghiệp. Những câu chuyện thực tế về quá trình học tập, cơ hội nghề nghiệp, yêu cầu kỹ năng, xu hướng phát triển của ngành và những kinh nghiệm vượt qua khó khăn trong công việc được chia sẻ một cách sinh động, giúp HS hình dung rõ hơn về từng ngành đào tạo. Hình thức truyền tải này tạo cảm giác gần gũi, chân thực hơn so với các tài liệu giới thiệu thông thường, đồng thời góp phần giảm bớt tâm lý băn khoăn, lo lắng của HS trước thời điểm lựa chọn ngành học và trường đại học.

Podcast cũng được khai thác hiệu quả trong việc truyền tải các thông tin liên quan đến quy chế và phương thức tuyển sinh. Thay vì để thí sinh tự tìm hiểu các văn bản quy định với nhiều thuật ngữ chuyên môn và nội dung phức tạp, nhà trường xây dựng các tập Podcast ngắn, mỗi tập tập trung giải đáp một vấn đề cụ thể như điều kiện xét tuyển, cách đăng ký nguyện vọng, quy trình nộp hồ sơ trực tuyến, phương thức quy đổi chứng chỉ ngoại ngữ, các mốc thời gian quan trọng hoặc những lưu ý trong quá trình nhập học. Với cách diễn đạt đơn giản, giọng đọc truyền cảm và ví dụ minh họa dễ hiểu, Podcast giúp HS và phụ huynh tiếp cận thông tin nhanh chóng, hạn chế những sai sót trong quá trình đăng ký xét tuyển, đồng thời tạo cảm giác được đồng hành và hỗ trợ xuyên suốt mùa tuyển sinh. Bên cạnh các nội dung về ngành học và quy chế tuyển sinh, Podcast còn trở thành cầu nối giới thiệu đời sống SV và văn hóa học đường của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Những chương trình được thực hiện với sự tham gia của chính SV đang học tập tại trường mang đến góc nhìn chân thực về môi trường đại học. Người nghe có thể cảm nhận được không khí học tập thông qua những câu chuyện về quá trình thực hiện các dự án truyền thông, sản xuất phim ngắn, tổ chức sự kiện, tham gia các câu lạc bộ học thuật, hoạt động tình nguyện hay các chương trình giao lưu quốc tế. Bên cạnh những thành công, SV cũng chia sẻ những khó khăn, áp lực trong học tập, kinh nghiệm cân bằng giữa việc học và hoạt động ngoại khóa cũng như cách vượt qua những thử thách trong quá trình trưởng thành. Chính tính chân thực và giàu cảm xúc này giúp Podcast tạo được sự đồng cảm với HS phổ thông, góp phần xây dựng hình ảnh một môi trường học tập năng động, nhân văn và giàu trải nghiệm.

Ngoài vai trò cung cấp thông tin, Podcast còn góp phần tăng cường sự tương tác giữa nhà trường với người học thông qua việc tiếp nhận câu hỏi, giải đáp thắc mắc và ghi nhận những vấn đề mà HS,

phụ huynh quan tâm. Các nội dung được cập nhật thường xuyên theo từng giai đoạn tuyển sinh giúp kênh Podcast luôn duy trì được tính thời sự và đáp ứng đúng nhu cầu thông tin của người nghe. Đồng thời, các tập phát sóng có thể được chia sẻ trên nhiều nền tảng như Spotify, YouTube, Facebook hoặc website của trường, tạo nên hệ sinh thái truyền thông số thống nhất, giúp mở rộng phạm vi tiếp cận và nâng cao hiệu quả quảng bá hình ảnh của nhà trường. Mặc dù việc vận dụng Podcast vào công tác tuyển sinh tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành vẫn đang trong giai đoạn phát triển nhưng những kết quả bước đầu cho thấy đây là một hướng đi phù hợp với xu thế truyền thông giáo dục hiện đại. Podcast không chỉ góp phần lan tỏa thông tin tuyển sinh một cách hiệu quả mà còn tạo dựng niềm tin, kết nối cảm xúc và giúp HS có cái nhìn toàn diện hơn về ngành học cũng như môi trường đào tạo. Trong tương lai, nếu tiếp tục đầu tư về nội dung, công nghệ sản xuất và chiến lược truyền thông đa nền tảng, Podcast sẽ trở thành một trong những công cụ quan trọng góp phần nâng cao hiệu quả tuyển sinh, xây dựng thương hiệu và gia tăng sức hấp dẫn của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đối với người học.

2.3. Giải pháp vận dụng Podcast vào tuyển sinh hiệu quả

Để phát huy tối đa vai trò của Podcast trong công tác tuyển sinh, đặc biệt đối với khối ngành truyền thông, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành cần xây dựng hệ thống giải pháp mang tính tổng thể, bảo đảm sự liên kết giữa chiến lược nội dung, nguồn nhân lực, hạ tầng công nghệ và hoạt động truyền thông đa nền tảng. Các giải pháp không chỉ hướng đến việc gia tăng lượng người tiếp cận mà còn góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm, xây dựng niềm tin và thúc đẩy quyết định lựa chọn trường của HS.

2.3.1. Xây dựng chiến lược nội dung Podcast dài hạn, bám sát hành trình ra quyết định của học sinh

Nội dung Podcast không nên chỉ tập trung vào giai đoạn cao điểm tuyển sinh mà cần được xây dựng theo kế hoạch xuyên suốt cả năm học. Việc duy trì tần suất phát sóng đều đặn giúp hình thành thói quen theo dõi của người nghe, đồng thời tạo sự gắn kết lâu dài giữa nhà trường với HS và phụ huynh. Chiến lược nội dung cần xuất phát từ nhu cầu thông tin của HS ở từng giai đoạn, từ nhận thức, tìm hiểu, cân nhắc đến quyết định đăng ký xét tuyển.

Ở giai đoạn đầu năm học (từ tháng 9 đến tháng 12), Podcast nên tập trung vào các chủ đề định hướng nghề nghiệp, giúp HS khám phá năng lực, sở thích và xu hướng phát triển của thị trường lao động. Đối với khối ngành truyền thông, nội dung có thể giới thiệu về sự phát triển của trí tuệ nhân tạo trong truyền thông, nghề sáng tạo nội dung số, truyền thông đa phương tiện, quan hệ công chúng, quảng cáo, báo chí hay sản xuất chương trình truyền hình. Các tập Podcast cần giải đáp những băn khoăn phổ biến như học ngành gì phù hợp với tính cách, ngành nào có triển vọng việc làm hay những kỹ năng cần chuẩn bị từ bậc trung học phổ thông.

Giai đoạn từ tháng 01 đến tháng 4 là thời điểm HS bắt đầu tìm hiểu sâu về các trường đại học. Podcast cần chuyển sang giới thiệu chương trình đào tạo, phương pháp giảng dạy, đội ngũ GV, hệ thống phòng thực hành, studio, xưởng phim, phòng thu, các dự án học tập cũng như thành tích nghiên cứu và sáng tạo của SV. Đặc biệt, các tập Podcast phân tích những sản phẩm truyền thông đạt giải thưởng, những dự án hợp tác doanh nghiệp hoặc câu chuyện thành công của cựu SV sẽ giúp HS hình dung rõ hơn về chất lượng đào tạo và cơ hội phát triển nghề nghiệp sau khi tốt nghiệp.

Đến giai đoạn cao điểm tuyển sinh từ tháng 5 đến tháng 8, nội dung Podcast cần tập trung vào việc giải đáp các quy chế tuyển sinh, hướng dẫn đăng ký nguyện vọng, tư vấn lựa chọn ngành học, chia sẻ kinh nghiệm ôn thi, giảm áp lực tâm lý trước kỳ thi tốt nghiệp trung học phổ thông và hỗ trợ HS trong quá trình hoàn thiện hồ sơ xét tuyển. Nội dung cần được cập nhật kịp thời theo các quy định mới của Bộ Giáo dục và Đào tạo cũng như đề án tuyển sinh của nhà trường.

2.3.2. Nâng cao chất lượng sản xuất và xây dựng đội ngũ thực hiện Podcast chuyên nghiệp

Chất lượng nội dung và hình thức thể hiện quyết định trực tiếp đến khả năng thu hút và giữ chân người nghe. Vì vậy, nhà trường cần đầu tư xây dựng đội ngũ sản xuất Podcast gồm biên tập viên, biên kịch, người dẫn chương trình, kỹ thuật viên âm thanh và truyền thông số. Đối với khối ngành truyền

thông đây cũng là cơ hội để SV trực tiếp tham gia sản xuất các chương trình như một học phần thực hành nghề nghiệp.

Các chương trình cần được thiết kế đa dạng về hình thức như phỏng vấn chuyên gia, tọa đàm bàn tròn, đối thoại giữa GV và SV, ký sự âm thanh, chia sẻ trải nghiệm nghề nghiệp, hỏi đáp trực tiếp hoặc kể chuyện truyền cảm hứng. Mỗi định dạng sẽ phù hợp với từng nhóm nội dung và từng đối tượng người nghe khác nhau.

Việc lựa chọn khách mời cũng cần được chú trọng. Nhà trường nên mời các GV có uy tín, lãnh đạo doanh nghiệp, nhà tuyển dụng, cựu SV thành đạt, KOLs trong lĩnh vực truyền thông hoặc những SV tiêu biểu để chia sẻ kinh nghiệm học tập và làm việc. Những câu chuyện thực tế sẽ tạo tính thuyết phục cao hơn so với các nội dung quảng bá đơn thuần. Bên cạnh đó, cần tăng cường tính tương tác bằng cách cho phép HS gửi câu hỏi qua Facebook, TikTok, YouTube hoặc website tuyển sinh để được giải đáp trong các tập phát sóng tiếp theo.

2.3.3. Đầu tư đồng bộ về hạ tầng kỹ thuật và phát triển Podcast theo mô hình đa phương tiện

Dựa trên số liệu 49% người nghe trẻ khẳng định việc xem hình ảnh biểu cảm khuôn mặt và cử chỉ của người nói giúp họ hiểu sâu sắc hơn bối cảnh câu chuyện (Diệu Anh, 2025), nhà trường cần trang bị máy quay chất lượng cao, ánh sáng chuẩn studio chuyên nghiệp và các thiết bị thu âm lọc tạp âm tốt. Đội ngũ kỹ thuật viên có thể huy động chính SV của khoa truyền thông để thực hành, cần làm chủ kỹ năng biên tập âm thanh, kỹ thuật chèn nhạc nền, hiệu ứng tiếng động và kỹ xảo hình ảnh trực quan để gia tăng tính hấp dẫn cho chương trình. Các sản phẩm sau khi hoàn thiện phải được đưa lên các nền tảng lưu trữ âm thanh như Spotify, Apple Podcasts và bắt buộc phải có phiên bản video hoàn chỉnh trên YouTube (Diệu Anh, 2025).

2.3.4. Xây dựng hệ sinh thái truyền thông đa nền tảng cho Podcast tuyển sinh

Podcast chỉ phát huy hiệu quả khi được tích hợp vào chiến lược truyền thông tổng thể của nhà trường. Do đó, mỗi tập phát sóng cần được quảng bá đồng thời trên website tuyển sinh, fanpage Facebook, YouTube, TikTok, Instagram, Zalo Official Account và các nền tảng nghe Podcast như Spotify, Apple Podcasts hoặc Google Podcasts. Bên cạnh phiên bản đầy đủ, nhà trường nên sản xuất các video ngắn dưới 60 giây dưới dạng Shorts, Reels hoặc TikTok để giới thiệu những nội dung nổi bật, câu nói truyền cảm hứng hoặc lời khuyên hữu ích từ khách mời. Đây là hình thức phù hợp với thói quen tiếp nhận thông tin nhanh của HS phổ thông, đồng thời tạo động lực để người xem tiếp tục theo dõi phiên bản đầy đủ. Ngoài ra, cần tăng cường liên kết với các trường trung học phổ thông, câu lạc bộ hướng nghiệp, các tổ chức giáo dục và mạng lưới cựu SV để mở rộng phạm vi lan tỏa của Podcast. Việc kết hợp giữa truyền thông trực tuyến và các hoạt động tư vấn tuyển sinh trực tiếp sẽ tạo nên hiệu ứng cộng hưởng, góp phần nâng cao khả năng tiếp cận người học.

2.3.5. Ứng dụng dữ liệu và trí tuệ nhân tạo để tối ưu hóa hiệu quả Podcast trong tuyển sinh

Trong bối cảnh chuyển đổi số, dữ liệu người dùng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả truyền thông. Nhà trường cần xây dựng hệ thống theo dõi và phân tích các chỉ số như số lượt nghe, thời lượng nghe trung bình, tỷ lệ hoàn thành tập phát sóng, lượt chia sẻ, bình luận, tỷ lệ chuyển đổi sang đăng ký tư vấn hoặc đăng ký xét tuyển. Trên cơ sở dữ liệu thu thập được, nhà trường có thể ứng dụng trí tuệ nhân tạo để phân tích hành vi người nghe, xác định các chủ đề được quan tâm nhiều nhất, dự báo xu hướng lựa chọn ngành học và đề xuất nội dung phù hợp với từng nhóm đối tượng. Đồng thời, AI cũng có thể hỗ trợ xây dựng kịch bản, tạo phụ đề tự động, chuyển đổi giọng nói, dịch đa ngôn ngữ và cá nhân hóa trải nghiệm người dùng. Việc kết hợp giữa dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo và Podcast sẽ giúp hoạt động tuyển sinh của nhà trường chuyển từ truyền thông đại trà sang truyền thông cá nhân hóa, góp phần nâng cao hiệu quả tiếp cận và gia tăng tỷ lệ thí sinh đăng ký xét tuyển.

3. Kết luận

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ và sự cạnh tranh tuyển sinh giữa các cơ sở giáo dục đại học ngày càng gia tăng, việc đổi mới phương thức truyền thông tuyển sinh trở thành yêu cầu

cấp thiết đối với các trường đại học. Podcast, với ưu thế về tính linh hoạt, khả năng truyền tải thông tin bằng giọng nói và khả năng tiếp cận người học trên nhiều nền tảng số, đang dần khẳng định vai trò là một công cụ truyền thông hiện đại và hiệu quả. Không chỉ dừng lại ở việc cung cấp thông tin tuyển sinh, Podcast còn tạo ra sự kết nối cảm xúc giữa nhà trường với HS và phụ huynh thông qua những câu chuyện chân thực, những chia sẻ từ GV, chuyên gia, cựu SV và SV đang theo học. Điều này góp phần gia tăng mức độ tin cậy, giúp người học có cái nhìn toàn diện hơn về môi trường đào tạo, chương trình học cũng như cơ hội nghề nghiệp sau khi tốt nghiệp. Đối với Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, việc vận dụng Podcast trong tuyển sinh mở ra nhiều cơ hội để nâng cao hiệu quả truyền thông, đặc biệt đối với các ngành thuộc lĩnh vực truyền thông, báo chí, quan hệ công chúng và truyền thông đa phương tiện. Thông qua các chuỗi Podcast được xây dựng theo từng chủ đề, nhà trường không chỉ giới thiệu ngành học mà còn truyền tải được giá trị cốt lõi, triết lý giáo dục, văn hóa học đường và những lợi thế cạnh tranh của mình. Podcast đồng thời trở thành một sản phẩm truyền thông thể hiện năng lực sáng tạo, khả năng ứng dụng công nghệ và chất lượng đào tạo của nhà trường, qua đó góp phần xây dựng và củng cố hình ảnh thương hiệu trong tâm trí người học. Tuy nhiên, thực tế cho thấy việc khai thác Podcast trong tuyển sinh tại nhiều trường đại học nói chung, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành nói riêng vẫn còn ở giai đoạn phát triển ban đầu. Nội dung phát sóng chưa thực sự phong phú, hình thức thể hiện còn đơn điệu, chất lượng sản xuất giữa các chương trình chưa đồng đều và việc tích hợp Podcast vào chiến lược truyền thông tổng thể vẫn còn nhiều hạn chế. Bên cạnh đó, hoạt động đánh giá hiệu quả thông qua dữ liệu người dùng, khả năng tương tác với người nghe cũng như việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong sản xuất và phân phối nội dung vẫn chưa được khai thác một cách đầy đủ. Để Podcast thực sự trở thành công cụ tuyển sinh hiệu quả, nhà trường cần có chiến lược đầu tư lâu dài và đồng bộ. Điều này bao gồm việc xây dựng hệ thống nội dung có chiều sâu, đa dạng hóa hình thức thể hiện, nâng cao chất lượng biên tập và sản xuất, đầu tư hạ tầng kỹ thuật hiện đại, phát triển đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp và triển khai truyền thông đa nền tảng. Đồng thời, việc kết hợp Podcast với video Podcast, mạng xã hội, trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu người dùng sẽ giúp cá nhân hóa trải nghiệm thông tin, mở rộng phạm vi tiếp cận và nâng cao khả năng tương tác với HS. Có thể khẳng định rằng, Podcast không chỉ là một phương tiện truyền thông mới mà còn là một giải pháp chiến lược trong hoạt động tuyển sinh đại học thời kỳ chuyển đổi số. Nếu được khai thác đúng hướng, đầu tư bài bản và vận hành một cách chuyên nghiệp, Podcast sẽ góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông tuyển sinh, tăng cường nhận diện thương hiệu, tạo dựng niềm tin đối với HS và phụ huynh, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành trong hệ thống giáo dục đại học Việt Nam.

Tài liệu tham khảo

- Cistulli, M. D., & Snyder, J. L. (2025). Podcast Advertising and Its Role in Higher Education Marketing. *Atlantic Marketing Journal*, 14(2), Article 6.
- Diệu Anh (2025). Xu hướng Podcast trong năm 2025: Làn sóng mở rộng sang video sẽ phát triển mạnh mẽ. <https://advertisingvietnam.com/article/xu-huong-Podcast-trong-nam-2025-lan-song-mo-rong-sang-video-se-phat-trien-manh-me-p25984>, ngày 17/02/2025.
- González Enríquez, I., Cutuli, M. S., & Mancha-Cáceres, O. I. (2023). Enhancing Collaborative Learning in Higher Education through Podcast Production: An Experiential Approach with Anthropology and Tourism Students. *Education Sciences*, 13(9), 898.
- Hew, K. F. (2009). Use of audio podcast in K-12 and higher education: A review of research topics and methodologies. *Educational Technology Research and Development*, 57(3), 333-357.
- Lê Tuấn Anh (2024). Podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay. Luận án Tiến sĩ, chuyên ngành Báo chí học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
- Minh Yến, Đỗ Lâm (2026). Hội thảo quốc tế về Podcast ở Việt Nam: Những gợi mở hữu ích cho thể loại báo chí mới. <https://danviet.vn/hoi-thao-quoc-te-ve-Podcast-tai-viet-nam-nhung-goi-mo-huu-ich-cho-the-loai-bao-chi-moi-d1418019.html>, ngày 12/4/2026.
- Quế Lâm - Marketing AI (2025). Xu hướng Podcast marketing 2025: sự trỗi dậy của Vodcast & nhóm nội dung về văn hóa xã hội. <https://marketingai.vn/toan-canh-du-lieu-Podcast-2024-nhung-xu-huong-moi-nhat-cho-nam-2025-194241109102819232.htm>, ngày 11/11/2025.