

Số: /KH-BGDĐT

Hà Nội, ngày tháng năm 2026

KẾ HOẠCH**Truyền thông về giáo dục nghề nghiệp năm 2026.****I. MỤC TIÊU, YÊU CẦU VÀ ĐỐI TƯỢNG****1. Mục tiêu****1.1. Mục tiêu chung**

Tổ chức triển khai công tác truyền thông giáo dục nghề nghiệp (GDNN) năm 2026 một cách chủ động, đồng bộ, hiện đại và có chiều sâu, góp phần nâng cao nhận thức xã hội, củng cố niềm tin của người dân và doanh nghiệp đối với GDNN; thúc đẩy lựa chọn học nghề trở thành xu hướng tích cực; tạo sự chuyển biến trong công tác phân luồng học sinh trung học cơ sở, trung học phổ thông vào giáo dục nghề nghiệp; qua đó góp phần phát triển nguồn nhân lực có kỹ năng, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế.

1.2. Mục tiêu cụ thể

Tất cả chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về giáo dục nghề nghiệp được đăng tải trên các phương tiện thông tin đại chúng (Cổng thông tin điện tử của Bộ Giáo dục và Đào tạo, báo giấy, báo điện tử, báo hình, báo nói, internet...).

Có ít nhất 500 sản phẩm truyền thông (tin, bài, ảnh, phóng sự...) và ấn phẩm truyền thông được số hóa (tờ rơi, sách giới thiệu về học nghề - lập nghiệp, cẩm nang chọn nghề - chọn trường...; các video clip giới thiệu, mô tả, định hướng nghề nghiệp...) được đăng tải trên các phương tiện thông tin đại chúng, bám sát và kịp thời phản ánh về các sự kiện, chương trình, hoạt động của giáo dục nghề nghiệp đảm bảo nhanh, chính xác, đầy đủ.

Bảo đảm tính đồng bộ trong toàn hệ thống: 100% cơ sở GDNN triển khai hoạt động truyền thông tuyển sinh, hướng nghiệp. Nâng cao hiệu quả hướng nghiệp: $\geq 80\%$ học sinh THCS, THPT được tiếp cận thông tin đầy đủ, chính thống về học nghề. Góp phần nâng cao hiệu quả tuyển sinh và kết nối việc làm thông qua truyền thông.

2. Yêu cầu

Bảo đảm tính định hướng, chính xác, kịp thời, thống nhất và phù hợp thực tiễn, đáp ứng nhu cầu thông tin của từng nhóm đối tượng.

Nội dung truyền thông cần ngắn gọn, dễ hiểu, giàu tính trực quan và truyền cảm hứng, lấy người học làm trung tâm, nhấn mạnh lợi ích thiết thực (việc làm, thu nhập, cơ hội phát triển).

Đẩy mạnh chuyển đổi số trong truyền thông, ưu tiên các nền tảng số, đa phương tiện, tương tác cao.

Tăng cường sự phối hợp liên ngành, liên cấp, phát huy vai trò của địa phương, cơ sở GDNN và doanh nghiệp.

Bảo đảm hiệu quả, tiết kiệm, tránh hình thức, gắn hoạt động truyền thông với kết quả thực chất (tuyển sinh, việc làm, thay đổi nhận thức).

Nhà nước đảm bảo nguồn lực cần thiết cho công tác truyền thông về giáo dục nghề nghiệp; thực hiện xã hội hóa công tác truyền thông về giáo dục nghề nghiệp.

3. Đối tượng

Nhóm trọng tâm: Học sinh trung học cơ sở, trung học phổ thông và gia đình; lao động nông thôn, miền núi, vùng đồng bào dân tộc thiểu số, thanh niên chưa có việc làm ổn định; lao động trong doanh nghiệp, hợp tác xã; bộ đội xuất ngũ; thanh niên hoàn thành nghĩa vụ công an, nghĩa vụ quân sự.

Người học: Học sinh, sinh viên đang theo học tại các cơ sở giáo dục nghề nghiệp; sinh viên, học viên các cơ sở giáo dục đại học...

Doanh nghiệp, người sử dụng lao động: Các doanh nghiệp FDI, người sử dụng lao động, doanh nghiệp trong nền kinh tế.

Các cấp ủy, đảng; các cơ quan quản lý: Cơ quan dân cử (Quốc hội, Hội đồng nhân dân các cấp); cơ quan quản lý nhà nước về giáo dục nghề nghiệp ở Trung ương, địa phương và các cơ sở giáo dục nghề nghiệp; Cơ quan chủ quản của các cơ sở giáo dục nghề nghiệp (các Bộ, cơ quan Trung ương, các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội nghề nghiệp, Ủy ban nhân dân các cấp ở các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương).

Cơ sở giáo dục nghề nghiệp: Cán bộ quản lý, nhà giáo, cơ sở GDNN;

Người dân, cơ quan báo chí và các đối tượng khác.

II. NỘI DUNG, HÌNH THỨC TRUYỀN THÔNG

1. Nội dung truyền thông

Truyền thông tuyển sinh, hướng nghiệp và phân luồng: Tuyên truyền về vai trò của GDNN trong hệ thống giáo dục quốc dân; lợi ích của học nghề gắn với việc làm, thu nhập và cơ hội phát triển lâu dài. Cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác về ngành, nghề đào tạo, chuẩn đầu ra, cơ hội việc làm, mức thu nhập và lộ trình phát triển nghề nghiệp. Định hướng phân luồng học sinh sau THCS, THPT; khuyến khích lựa chọn học nghề phù hợp năng lực và nhu cầu thị trường.

Truyền thông về kỹ năng nghề và hội nhập quốc tế: Tuyên truyền về vai trò của kỹ năng nghề trong nâng cao năng suất lao động, năng lực cạnh tranh quốc gia. Truyền thông sâu rộng về các kỳ thi kỹ năng nghề các cấp, đặc biệt là Kỳ thi Kỹ năng nghề thế giới năm 2026; quá trình chuẩn bị, tham gia và thành tích của

Việt Nam. Tôn vinh thí sinh, chuyên gia, nhà giáo đạt thành tích cao; lan tỏa hình ảnh lao động trẻ Việt Nam năng động, sáng tạo, hội nhập.

Truyền thông về đổi mới, chuyển đổi số và chuyển đổi xanh trong GDNN: Giới thiệu các mô hình đào tạo ứng dụng công nghệ số, đào tạo trực tuyến, lớp học thông minh. Tuyên truyền về các ngành, nghề mới, nghề xanh, kinh tế tuần hoàn, phát triển bền vững. Nâng cao nhận thức về kỹ năng số, kỹ năng mềm, kỹ năng nghề tương lai.

Truyền thông về gắn kết GDNN với doanh nghiệp và thị trường lao động: Thông tin về nhu cầu tuyển dụng, xu hướng thị trường lao động trong và ngoài nước. Các mô hình đào tạo gắn với doanh nghiệp, đào tạo theo đơn đặt hàng, đào tạo song hành. Câu chuyện thành công “học nghề - có việc làm - thu nhập ổn định”.

Truyền thông chính sách và các chương trình, đề án về GDNN: Phổ biến các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về GDNN. Tuyên truyền các chương trình, đề án trọng điểm; chính sách hỗ trợ người học, đặc biệt là nhóm yếu thế, vùng khó khăn.

Truyền thông gương điển hình, câu chuyện truyền cảm hứng: Xây dựng và lan tỏa các câu chuyện người thật - việc thật: học sinh, sinh viên, người lao động thành công từ học nghề. Tôn vinh nhà giáo, chuyên gia, doanh nghiệp tiêu biểu trong GDNN. Hình thành các chuỗi nội dung truyền cảm hứng, tạo hiệu ứng lan tỏa trong xã hội.

2. Hình thức tuyên truyền

Truyền thông trên báo chí, truyền hình: Xây dựng chuyên trang, chuyên mục, phóng sự, tọa đàm về GDNN. Tăng cường tin, bài phản ánh hoạt động GDNN trên các cơ quan báo chí trung ương và địa phương.

Truyền thông số: Phát triển nội dung trên các nền tảng mạng xã hội (Facebook, YouTube, TikTok, Zalo). Sản xuất video ngắn, clip truyền cảm hứng, infographic, podcast. Tổ chức livestream tư vấn tuyển sinh, hướng nghiệp. Xây dựng website, microsite chuyên đề phục vụ các chiến dịch truyền thông.

Truyền thông tương tác, sáng tạo: Tổ chức các chiến dịch truyền thông theo chủ đề, hashtag trên mạng xã hội. Triển khai các cuộc thi trực tuyến, trò chơi tương tác về kỹ năng nghề, hướng nghiệp. Tăng cường sự tham gia của học sinh, sinh viên trong sáng tạo nội dung.

Truyền thông trực tiếp: Tổ chức ngày hội tư vấn hướng nghiệp, tuyển sinh; trải nghiệm nghề tại cơ sở GDNN. Tổ chức hội thảo, diễn đàn, tọa đàm kết nối GDNN với doanh nghiệp và người học.

Truyền thông tại cơ sở và cộng đồng: Phát huy hệ thống truyền thanh cơ sở, bảng tin, pano, áp phích. Tổ chức truyền thông lưu động, tư vấn trực tiếp tại địa phương, đặc biệt vùng nông thôn, vùng khó khăn.

Truyền thông qua mạng lưới phối hợp: Phối hợp với các tổ chức đoàn thể, trường học, doanh nghiệp để lan tỏa thông tin. Phát huy vai trò của đội ngũ cán bộ, nhà giáo, học sinh, sinh viên trong truyền thông GDNN.

III. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Giải pháp về nội dung và thông điệp

Xây dựng bộ thông điệp truyền thông thống nhất toàn hệ thống GDNN, bảo đảm xuyên suốt, dễ nhớ, dễ lan tỏa, gắn với các giá trị cốt lõi: *kỹ năng - việc làm - thu nhập - phát triển bền vững*.

Chuẩn hóa nội dung theo hướng ngắn gọn, trực quan, dễ hiểu, phù hợp từng hóm đối tượng (học sinh, phụ huynh, doanh nghiệp, người lao động).

Chuyển mạnh từ truyền thông cung cấp thông tin sang truyền thông kể chuyện (storytelling), lấy người học và kết quả đầu ra (việc làm, thu nhập) làm trung tâm.

Xây dựng kho dữ liệu nội dung truyền thông số dùng chung (video, ảnh, infographic, câu chuyện điển hình) phục vụ toàn hệ thống.

2. Giải pháp về chuyển đổi số trong truyền thông

Phát triển hệ sinh thái truyền thông số GDNN tích hợp đa nền tảng (website, mạng xã hội, video, dữ liệu dùng chung).

Ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo (AI), phân tích dữ liệu (Big Data) để: Phân tích hành vi, nhu cầu người học; Cá nhân hóa nội dung truyền thông; Đo lường hiệu quả theo thời gian thực.

Triển khai các công cụ hỗ trợ thông minh: chatbot tư vấn tuyển sinh, hệ thống hỏi - đáp tự động, nền tảng tư vấn trực tuyến. Ưu tiên phát triển nội dung video ngắn, nội dung đa phương tiện, phù hợp xu hướng tiếp nhận thông tin của giới trẻ.

3. Giải pháp về tổ chức chiến dịch truyền thông

Xây dựng và triển khai các chiến dịch truyền thông theo chủ đề, theo thời điểm, bảo đảm có trọng tâm, trọng điểm (tuyển sinh, kỹ năng nghề, hội nhập quốc tế...).

Lấy các sự kiện lớn (đặc biệt là Kỳ thi Kỹ năng nghề thế giới năm 2026) làm điểm nhấn truyền thông cấp quốc gia, tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh.

Tổ chức các chiến dịch truyền thông theo mô hình tích hợp, kết hợp đồng bộ giữa báo chí, mạng xã hội, sự kiện và truyền thông trực tiếp.

Tăng cường các hoạt động truyền thông tương tác, thu hút sự tham gia của học sinh, sinh viên và cộng đồng.

4. Giải pháp về phối hợp và huy động nguồn lực

Thiết lập cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan quản lý nhà nước - địa phương - cơ sở GDNN - doanh nghiệp - cơ quan báo chí.

Đẩy mạnh hợp tác với doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề trong truyền thông tuyển sinh và kết nối việc làm.

Huy động sự tham gia của các tổ chức chính trị - xã hội, đoàn thể, người có uy tín trong cộng đồng.

Tăng cường xã hội hóa công tác truyền thông, đa dạng hóa nguồn lực tài chính và chuyên môn.

5. Giải pháp về phát triển đội ngũ và năng lực truyền thông

Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực cho đội ngũ làm công tác truyền thông GDNN theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại.

Xây dựng mạng lưới truyền thông GDNN từ trung ương đến địa phương và cơ sở.

Khuyến khích cán bộ, nhà giáo, học sinh, sinh viên tham gia sáng tạo nội dung truyền thông.

Hình thành đội ngũ cộng tác viên, đại sứ truyền thông GDNN.

6. Giải pháp về đổi mới hình thức và phương thức truyền thông

Đa dạng hóa hình thức truyền thông, kết hợp giữa truyền thông và số hóa, giữa trực tiếp và trực tuyến.

Tăng cường sử dụng các công cụ truyền thông hiện đại: video ngắn, livestream, podcast, infographic, truyền thông tương tác.

Đổi mới phương thức tiếp cận theo hướng lấy người học làm trung tâm, cá nhân hóa nội dung, tăng trải nghiệm thực tế.

Phát triển các mô hình truyền thông phù hợp với từng vùng miền, đặc biệt là vùng nông thôn, vùng khó khăn.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Trách nhiệm của các cơ quan, đơn vị có liên quan

1.1. Cục Giáo dục nghề nghiệp và Giáo dục thường xuyên

- Chủ trì tổ chức triển khai Kế hoạch truyền thông GDNN năm 2026;
- Hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra việc triển khai tại các địa phương, cơ sở GDNN.

- Chủ trì tổ chức một số hoạt động truyền thông giáo dục nghề nghiệp khi được bố trí kinh phí.

1.2. Sở Giáo dục và Đào tạo các tỉnh, thành phố

- Chủ động xây dựng và triển khai kế hoạch truyền thông GDNN phù hợp điều kiện thực tế của địa phương.

- Chỉ đạo các cơ sở GDNN trên địa bàn đẩy mạnh công tác truyền thông tuyển sinh, hướng nghiệp và kết nối việc làm.

- Phối hợp với các cơ quan báo chí, tổ chức đoàn thể, doanh nghiệp tại địa phương triển khai các hoạt động truyền thông.

1.3. Các cơ sở giáo dục nghề nghiệp

- Xây dựng kế hoạch truyền thông hằng năm gắn với công tác tuyển sinh, đào tạo và giới thiệu việc làm.

- Chủ động phát triển nội dung truyền thông trên nền tảng số; tăng cường truyền thông trực tiếp tại trường phổ thông và cộng đồng.

- Phát huy vai trò của đội ngũ nhà giáo, học sinh, sinh viên trong hoạt động truyền thông và lan tỏa hình ảnh GDNN.

- Cập nhật đầy đủ thông tin tuyển sinh, ngành nghề đào tạo, kết quả việc làm của người học trên các nền tảng truyền thông của đơn vị.

1.4. Các cơ quan báo chí, truyền thông

- Phối hợp xây dựng chuyên trang, chuyên mục, phóng sự, tọa đàm về GDNN.

- Tăng cường thông tin tích cực, lan tỏa mô hình hiệu quả, gương điển hình trong GDNN.

- Đồng hành với các chiến dịch truyền thông trọng điểm và các sự kiện lớn của ngành.

2. Kinh phí thực hiện

- Kinh phí thực hiện Kế hoạch được bố trí từ ngân sách nhà nước và các nguồn kinh phí hợp pháp khác.

- Khuyến khích huy động nguồn lực xã hội hóa từ doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân để triển khai các hoạt động truyền thông GDNN.

- Việc quản lý, sử dụng kinh phí bảo đảm đúng quy định, tiết kiệm, hiệu quả.

Giao Cục Giáo dục nghề nghiệp và Giáo dục thường xuyên chủ trì phê duyệt kế hoạch chi tiết (trong trường hợp cần thiết), tổ chức triển khai kế hoạch truyền thông giáo dục nghề nghiệp năm 2026 theo đúng quy định hiện hành./.

Nơi nhận:

- Bộ trưởng (để báo cáo);
- Cục GDNNGDTEX;
- Các Sở Giáo dục và Đào tạo;
- Báo Giáo dục và Thời đại;
- Tạp chí Giáo dục;
- Các cơ sở GDNN;
- Lưu: VT.

**KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG**

Lê Quân