

Số: /QĐ-CĐSL

Sơn La, ngày tháng 12 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH
Ban hành Quy định công tác truyền thông, quảng bá
của Trường Cao đẳng Sơn La

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG CAO ĐẲNG SƠN LA

Căn cứ Luật Công nghệ thông tin năm 2006;

Căn cứ Luật Báo chí năm 2016;

Căn cứ Luật Tiếp cận thông tin năm 2016;

Căn cứ Luật An ninh mạng năm 2018;

Căn cứ Luật Quảng cáo năm 2012; Luật số 75/2025/QH15 ngày 16 tháng 6 năm 2025 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo;

Căn cứ Luật Giáo dục nghề nghiệp năm 2025;

Căn cứ Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15 tháng 7 năm 2013 của Chính phủ về Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng;

Căn cứ Nghị định số 27/2018/NĐ-CP ngày 01 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15 tháng 7 năm 2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng;

Căn cứ Nghị định 13/2023/NĐ-CP ngày 17 tháng 4 năm 2023 của Chính phủ về bảo vệ dữ liệu cá nhân;

Căn cứ Nghị định số 147/2024/NĐ-CP ngày 09 tháng 11 năm 2024 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin mạng;

Căn cứ Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03 tháng 6 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt "Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030".

Căn cứ Quyết định số 874/QĐ-BTTTT ngày 17 tháng 6 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và truyền thông về việc ban hành Bộ quy tắc ứng xử trên mạng xã hội;

Căn cứ Thông tư số 15/2021/TT-BLĐTBXH ngày 21 tháng 10 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội ban hành Điều lệ trường Cao đẳng;

Căn cứ Quyết định số 06/QĐ-CĐSL ngày 02 tháng 01 năm 2025 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Sơn La về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Trường Cao đẳng Sơn La;

Căn cứ Quyết định số 1000/QĐ-CĐSL ngày 16 tháng 10 năm 2025 của Hiệu

trưởng Trường Cao đẳng Sơn La về việc ban hành Quy chế chi tiêu nội bộ (sửa đổi, bổ sung) năm 2025;

Xét đề nghị của Giám đốc Trung tâm Thông tin – Thư viện.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này “Quy định công tác truyền thông, quảng bá của Trường Cao đẳng Sơn La” gồm 4 chương và 22 điều. (Có Quy định kèm theo)

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày 01/01/2026 và thay thế Quyết định số 416/QĐ-CĐSL ngày 07/7/2023 của Trường Cao đẳng Sơn La.

Điều 3. Các đơn vị thuộc trường, Trung tâm Thông tin – Thư viện, các tổ chức, cá nhân liên quan chịu trách nhiệm thi hành quyết định này./.

Nơi nhận:

- BTV Đảng ủy (b/c);
- Ban Giám hiệu (chỉ đạo);
- Các tổ chức, đoàn thể (phối hợp);
- Như Điều 3;
- Lưu: VT.

HIỆU TRƯỞNG

Nguyễn Đức Long

QUY ĐỊNH

Công tác truyền thông, quảng bá của Trường Cao đẳng Sơn La
(Kèm theo Quyết định số /QĐ-CĐSL ngày / 12 /2025 của Hiệu trưởng
Trường Cao đẳng Sơn La)

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

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.
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 chông chéo thông tin.

6. **Đẩy mạnh chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ trong hoạt động truyền thông:**

a) Khuyến khích các đơn vị, cá nhân ứng dụng công nghệ số, các công cụ hỗ trợ sáng tạo và trí tuệ nhân tạo (AI) để nâng cao chất lượng, hiệu quả và tính hiện đại của sản phẩm truyền thông.

b) Mọi thông tin, số liệu, hình ảnh được tạo ra hoặc tổng hợp từ các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI) phải được kiểm chứng, xác thực tính chính xác và rà soát về bản quyền sở hữu trí tuệ trước khi đăng tải hoặc phát hành chính thức. Đơn vị và cá nhân thực hiện phải chịu trách nhiệm hoàn toàn về nội dung sản phẩm do mình tạo ra bằng công cụ hỗ trợ.”

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) Bảng rôn, áp phích, bảng quảng cáo, pa-nô trong khuôn viên Trường và tại các sự kiện quảng bá ngoài Trường.

d) Tin tức trên Cổng thông tin điện tử Nhà trường.

đ) Tin hợp tác quốc tế.

e) Các bài đăng, phim ngắn trên mạng xã hội.

g) Ấn phẩm/sản phẩm quảng bá (tập san, thư ngỏ, tờ rơi, video giới thiệu, quà tặng).

h) Các buổi họp báo hoặc thông cáo báo chí.

i) Các quầy trưng bày, gian hàng 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 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.

8. Lạm dụng công nghệ cao và trí tuệ nhân tạo (AI) để vi phạm pháp luật và quy chế, quy định:

a) Nghiêm cấm sử dụng công nghệ (bao gồm công nghệ Deepfake, cắt ghép, chỉnh sửa) để giả mạo hình ảnh, giọng nói của Lãnh đạo, viên chức, người lao động và người học nhằm mục đích lừa đảo, trục lợi hoặc bôi nhọ danh dự.

b) Nghiêm cấm việc cung cấp, tải lên các dữ liệu nội bộ, thông tin cá nhân chưa được công khai của Nhà trường lên các nền tảng trí tuệ nhân tạo mở hoặc các ứng dụng phân tích dữ liệu không rõ nguồn gốc, gây nguy cơ lộ lọt dữ liệu và vi phạm quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân.”

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 (Trung tâm Thông tin - Thư viện) nhằm lập kế hoạch, lên phương án trình Ban giám hiệu 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 Trang thông tin nội bộ, các ấn phẩm thiết kế (tờ rơi, băng rôn, phong nền, băng quảng cáo), video 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 (Trung tâm Thông tin - Thư viện) muộn nhất 3 ngày 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 của năm 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, video, phóng sự phải do người phát ngôn của trường hoặc người được ủy quyền bằng văn bản được cung cấp thông tin chính thức cho báo chí, 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 Mục 2 Điều 38 Luật Báo chí 2025 và các quy định tại Điều 10, Điều 11, Điều 12 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 05 ngày trước khi sự kiện diễn ra (nếu là thông báo về sự kiện), đồng thời phải được đăng tải trên trang chủ (website) 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 05 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. Tin tức trên cổng thông tin điện tử Trường (website)

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 Cao đẳng Sơn La nói riêng.

2. Các nhóm tin tức chính gồm: Tin tức hoạt động, Tuyển sinh, Đào tạo – Nghiên cứu khoa học, Hợp tác quốc tế, Tin tức Đoàn – Hội, Quyết định – Thông báo, Văn bản công khai... Đối với các hoạt động, sự kiện nổi bật trong một khoảng thời gian nào đó, bộ phận quản lý website sẽ quyết định 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+1 H. (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 03 ngày sau khi sự kiện diễn ra đối với sự kiện quy mô cấp Trường trở lên và tối đa 05 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 2 Phụ lục*).

Điều 12. 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 diện thương hiệu Nhà trường. 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 01 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. Việc treo, đặt, dựng pa-nô, băng rôn, phướn tại khu vực công cộng, ngoài phạm vi khuôn viên Trường phải thực hiện theo quy định của Luật Quảng cáo và các văn bản hướng dẫn. Các đơn vị phải lập hồ sơ xin phép thực hiện quảng cáo gửi cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền và chỉ được thi công khi có văn bản đồng ý.

7. Quy trình chuẩn bị và lắp đặt pa-nô, băng rôn, phướn (*mục 3 Phụ lục*) và phải bảo đảm các yêu cầu về kỹ thuật:

a) Kích thước phù hợp với nội dung, không vượt quá giới hạn do cơ quan quản lý địa phương quy định tại từng vị trí;

b) Chất liệu bảo đảm độ bền, không dễ cháy, không gây nguy hiểm khi gặp mưa gió;

c) Khung giá đỡ, dây treo phải chắc chắn, bảo đảm an toàn cho người và phương tiện xung quanh;

d) Không ảnh hưởng đến mỹ quan đô thị, không che khuất biển báo giao thông, đèn tín hiệu.

8. Nghiêm cấm treo, đặt pa-nô, băng rôn, phướn tại các vị trí sau:

a) Trên hoặc gần lưới điện cao thế, trạm biến áp;

b) Tại giao lộ, vòng xuyến, khu vực có mật độ giao thông cao gây nguy hiểm;

c) Trên các cây xanh, cột điện, cột đèn không được cơ quan chức năng cho phép;

d) Tại những vị trí có nguy cơ ảnh hưởng đến an toàn cháy nổ hoặc cản trở giao thông.

9. Trách nhiệm tháo dỡ:

a) Các đơn vị chủ trì sự kiện chịu trách nhiệm phối hợp Phòng Hành chính – Quản trị tháo dỡ toàn bộ pa-nô, băng rôn, phướn ngay sau khi hết thời hạn quảng cáo hoặc chậm nhất trong 02 ngày làm việc sau khi sự kiện kết thúc;

b) Đối với pa-nô treo dài ngày (sự kiện năm), phải tháo dỡ trong vòng 01 tháng sau khi kết thúc thời hạn treo theo quy định tại khoản 5 Điều 12;

c) Trường hợp không tháo dỡ đúng thời hạn, đơn vị chủ trì chịu trách nhiệm trước Hiệu trưởng và các cơ quan chức năng theo quy định pháp luật.

Điều 13. 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 - chương trình đào tạo, nghiên cứu khoa học, hợp tác quốc tế...) 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 (Nâu đỏ, vàng, đỏ) phải được sự phê duyệt của Ban Giám hiệu trước khi in ấn và ban hành.

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

2. Tờ rơi, thư ngỏ, phong nền, bảng quảng cáo

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 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. Video giới thiệu Trường/Đơn vị thuộc trường

a) Video, clip 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 video 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/ video ngắn quảng cáo/ video tư liệu

a) Ảnh, video 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) Video ngắn quảng cáo, video 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 hiện hành.

5. Phòng/gian 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, nghiên cứu khoa học, hợp tác quốc tế 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. 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 13 của Quy định này.

Điều 14. 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 học sinh, sinh viên, cán bộ, giảng viên và một số đối tượng khác trên mạng.

2. Tổ chức, hoạt động của các trang MXH phải tuân thủ các quy định của Luật An ninh mạng.

3. Việc thu thập, xử lý và sử dụng dữ liệu cá nhân (họ tên, ngày sinh, lớp, số điện thoại, email...) và hình ảnh cá nhân (ảnh, video) của học sinh – sinh viên, cán bộ, giảng viên phải tuân thủ quy định của Nghị định 13/2023/NĐ-CP về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Nhà trường chỉ được sử dụng hình ảnh cá nhân vào mục đích truyền thông, quảng bá khi có sự đồng ý của cá nhân hoặc người đại diện hợp pháp, trừ trường hợp phục vụ nhiệm vụ công, nhiệm vụ giáo dục theo quy định pháp luật.

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, học sinh, 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 học sinh sinh viên tại phần bình luận dưới bài đăng và hộp thư của Fanpage, Groups trong hiểu biết và khả năng cho phép; xử lý các bình luận không phù hợp dưới các bài đăng.

8. Quản trị viên các kênh mạng xã hội của Trường

a) Quản trị viên chính của các Fanpage, Group chính thức của Trường do Hiệu trưởng quyết định bằng văn bản;

b) Mỗi kênh truyền thông phải có tối thiểu 02 quản trị viên để đảm bảo an toàn và duy trì hoạt động;

c) Các quản trị viên chỉ được bổ sung, thay đổi khi có ý kiến chấp thuận của Hiệu trưởng hoặc đơn vị được giao quản lý kênh.

9. Quyền hạn và trách nhiệm của quản trị viên

a) Chịu trách nhiệm quản lý tài khoản, đăng tải nội dung, xét duyệt thành viên (đối với Group) và đảm bảo hoạt động ổn định của kênh;

b) Kiểm soát, biên tập và duyệt nội dung trước khi đăng, đảm bảo không trái pháp luật, không vi phạm Điều 7 Quy định này;

c) Theo dõi bình luận, tin nhắn; xử lý hoặc báo cáo vi phạm kịp thời;

d) Tương tác, trả lời câu hỏi của người học theo phạm vi chuyên môn và thẩm quyền;

đ) Báo cáo định kỳ mỗi tháng về hoạt động của kênh cho Trung tâm Thông tin – Thư viện;

e) Tạm dừng đăng tải khi phát sinh thông tin nhạy cảm, chờ chỉ đạo của lãnh đạo Trường.

10. Yêu cầu về nội dung được đăng tải

a) Không đăng tải bất kỳ nội dung nào vi phạm pháp luật, trái thuần phong mỹ tục, sai sự thật, xâm phạm uy tín Nhà trường hoặc cá nhân;

b) Không đăng nội dung mang tính chính trị nhạy cảm, kích động, kỳ thị, xúc phạm danh dự cá nhân, tổ chức;

c) Không đăng nội dung quảng cáo thương mại khi chưa được Hiệu trưởng cho phép bằng văn bản;

d) Không đăng lại thông tin từ nguồn không chính thống, chưa được kiểm chứng.

11. Quy trình xử lý vi phạm và gỡ bài

a) Khi phát hiện bài đăng, bình luận, hình ảnh, video có dấu hiệu vi phạm pháp luật hoặc vi phạm Quy định này, quản trị viên phải ngay lập tức ẩn bài trong vòng không quá 30 phút; báo cáo Trung tâm Thông tin – Thư viện để thẩm định; trường hợp xác định vi phạm, quản trị viên có trách nhiệm gỡ bài và lập biên bản sự việc; đối với Group, quản trị viên có quyền xóa bình luận vi phạm và tạm khóa tài khoản người dùng gây rối.

b) Những vấn đề liên quan đến thông tin tiêu cực hoặc có nguy cơ gây khủng hoảng truyền thông phải báo về Ban Giám hiệu trong vòng 01 giờ kể từ khi phát hiện.

12. Bảo mật tài khoản quản trị

a) Tài khoản quản trị phải được bàn giao, quản lý tập trung bởi Trung tâm Thông tin – Thư viện;

b) Mật khẩu phải được thay đổi định kỳ 03 tháng/lần và khi có sự thay đổi nhân sự quản trị;

c) Không cung cấp mật khẩu quản trị cho cá nhân không có thẩm quyền;

d) Bắt buộc bật tính năng bảo mật 2 lớp (Two-Factor Authentication) trên tất cả tài khoản;

đ) Trong trường hợp thất thoát, nghi ngờ lộ lọt thông tin đăng nhập, quản trị viên phải báo ngay trong vòng 01 giờ để khóa tài khoản và thu hồi quyền truy cập.

13. Quy định về sử dụng tài khoản

a) Tuyệt đối không sử dụng tài khoản cá nhân để quản lý Fanpage hoặc Group chính thức của Trường;

b) Các kênh truyền thông của Trường phải dùng tài khoản tổ chức do Nhà trường quản lý;

c) Mọi hành vi sử dụng tài khoản cá nhân để phát ngôn, đăng tải dưới danh nghĩa Trường đều bị xem là vi phạm và bị xử lý theo quy định.

Chương III

XỬ LÝ KHỦNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG VÀ XỬ LÝ VI PHẠM

Điều 15. 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, group, 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 Trường và 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 4 Phụ lục).

Điều 16. Xử lý vi phạm

Các tổ chức, cá nhân vi phạm Quy định về công tác truyền thông, quảng bá của Trường Cao đẳng Sơn La, tùy theo tính chất, mức độ vi phạm sẽ bị xử lý kỷ luật, bị tháo dỡ và bồi hoàn chi phí tháo dỡ, xử lý vi phạm hành chính hoặc bị truy cứu trách nhiệm theo pháp luật.

Chương IV TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Điều 17. Trung tâm Thông tin – Thư viện

- 1. Là đầu mối tham mưu Nhà trường xây dựng chiến lược truyền thông, quảng bá cấp Trường.
- 2. Chủ trì xây dựng kế hoạch truyền thông của năm.
- 3. Giám sát các đơn vị thực hiện nhiệm vụ truyền thông, quảng bá theo kế hoạch năm được Hiệu trưởng phê duyệt.
- 4. Báo cáo Hiệu trưởng về việc hoạt động truyền thông, quảng bá trong năm.
- 5. Hỗ trợ, tư vấn, hướng dẫn các đơn vị thực hiện theo đúng các quy định về truyền thông, quảng bá trong Trường.
- 6. Phối hợp xử lý khủng hoảng truyền thông.
- 7. Quản lý và chịu trách nhiệm về nội dung Mục Tin tức hoạt động trên cổng thông tin điện tử Trường (trang web tiếng Việt).
- 8. Quản lý và chịu trách nhiệm về nội dung trang web tiếng Anh.
- 9. Tham gia cộng tác nội dung trên các trang MXH của Trường.
- 10. 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 18. Trung tâm Tuyển sinh - Hướng nghiệp

1. Chủ trì xây dựng kế hoạch truyền thông - quảng bá nội dung tuyển sinh của Nhà trường.
2. Chủ động truyền thông các mảng hoạt động do đơn vị mình chủ trì (hướng nghiệp, giới thiệu việc làm...)
3. Phối hợp với Trung tâm Thông tin - Thư viện xây dựng kế hoạch, chiến lược Truyền thông Quảng bá chung của Trường.
4. Phối hợp với Khoa, 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 - mục tuyển sinh (<http://www.cdsonla.edu.vn/index.php/vi/tuy-n-sinh>), Website đơn vị (<http://www.cdsonla.edu.vn/tttuyensinh>) và phối hợp với quản trị Fanpage Trường Cao đẳng Sơn La trên MXH Facebook để truyền thông tuyển sinh, trả lời các thành viên khi có đề nghị tư vấn.

Điều 19. Phòng Hành chính – Quản trị

1. Là đơn vị chức năng, đầu mối thực hiện trực tiếp công việc phân bổ tài chính cho hoạt động truyền thông theo năm; thiết kế, in ấn và ban hành tư liệu truyền thông, quảng bá cấp Trường và quảng bá đến các tổ chức, cá nhân nước ngoài.
2. Phối hợp với Trung tâm Thông tin - Thư viện xây dựng kế hoạch, chiến lược Truyền thông Quảng bá chung của Trường.
3. Chịu trách nhiệm theo dõi, giám sát và bảo quản các phương tiện truyền thông, ấn phẩm truyền thông, quảng bá tại Trường.

Điều 20. Phòng Đào tạo

1. Chủ trì xây dựng kế hoạch truyền thông, quảng bá về chương trình đào tạo, hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, chuyển giao kỹ thuật, công nghệ.
2. Chủ động truyền thông các nhiệm vụ, hoạt động do đơn vị mình phụ trách.
3. Phối hợp với Trung tâm Thông tin – Thư viện xây dựng kế hoạch, chiến lược Truyền thông, Quảng bá chung của Trường.

Điều 21. Các Phòng, Trung tâm và Khoa

1. Xây dựng kế hoạch và chủ động truyền thông, quảng bá nhiệm vụ do đơn vị mình phụ trách.
2. Phối hợp với Trung tâm Thông tin - Thư viện xây dựng kế hoạch, chiến lược Truyền thông Quảng bá chung của Trường
3. Phối hợp với Trung tâm Tuyển sinh - Hướng nghiệp thực hiện các hoạt động quảng bá tuyển truyền tuyển sinh.
4. Vận hành và chịu trách nhiệm về nội dung trang web của đơn vị, fanpage

đơn vị trên MXH (nếu có).

Điều 22. Công đoàn cơ sở, Đoàn thanh niên, Hội sinh viên, Hội CTĐ, Hội Khuyến học, Cựu chiến binh

1. Chủ trì thực hiện các hoạt động truyền thông, quảng bá các hoạt động của đoàn viên, thanh niên, hội viên của Đoàn và các Hội.

2. Đoàn thanh niên vận hành và chịu trách nhiệm nội dung tại Fanpage Đoàn Thanh niên, Hội sinh viên vận hành và chịu trách nhiệm nội dung tại Fanpage Hội Sinh viên Trường.

3. 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 Trung tâm Thông tin - Thư viện) để Hiệu trưởng xem xét, điều chỉnh, bổ sung phù hợp./.

Phụ lục các quy trình
(kèm theo Quyết định số/QĐ-CĐSL ngàycủa Hiệu trưởng
Trường Cao đẳng Sơn La)

1. 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, đoàn thể, hội thuộc trường
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, đoàn thể, hội thuộc trường và Trung tâm Thông tin - Thư viện.
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, đoàn thể, hội thuộc trường, Phòng HC-QT và Trung tâm Thông tin - Thư viện.
4	Phê duyệt (hoạt động + kinh phí)	Trình kế hoạch truyền thông lên Ban giám hiệu xem xét, phê duyệt	Ban Giám hiệu
5	Cung cấp thông tin	Tiến hành cung cấp 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, đoàn thể, hội thuộc trường.
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 HC-QT
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, đoàn thể, hội thuộc trường, Phòng HC-QT và Trung tâm Thông tin - Thư

			viện
--	--	--	------

2. 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	Trung tâm Thông tin – Thư viện. Cộng tác viên Các đơn vị, đoàn thể, hội thuộc trường.
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 sẽ có trách nhiệm phối hợp, tổng hợp cung cấp thông tin	Trung tâm Thông tin – Thư viện. Cộng tác viên Các đơn vị, đoàn thể, hội thuộc trường.
3	Viết tin	Dựa trên thông tin đã khai thác được, viết thành tin hoàn chỉnh đảm bảo các yếu tố cần thiết	Trung tâm Thông tin – Thư viện. Cộng tác viên Các đơn vị, đoàn thể, hội thuộc trường.
4	Thẩm định nội dung bài	Lãnh đạo đơn vị chức 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.	Các đơn vị, đoàn thể, hội thuộc trường.
5	Tạo bản nháp trên Website trường	Biên tập viên website biên tập, rà soát hình thức và nội dung, lựa chọn và xử lý hình ảnh của tin bài Đăng tải bài viết vào chuyên mục tin tức hoạt động, hoạt động đoàn hội trên website Trường	Trung tâm Thông tin – Thư viện
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.	Lãnh đạo nhà trường

3. 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/pa-nô/phướn quảng cáo. Gửi nội dung hoặc thiết kế đề xuất (nếu có) đến Phòng HC-QT	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.	Phòng HC-QT
3	Lên mẫu thiết kế ↓	Thảo luận thống nhất và lên mẫu thiết kế theo đề xuất từ đơn vị	Phòng HC-QT
4	Phê duyệt mẫu ↓	Phê duyệt mẫu thiết kế	Ban Giám hiệu
5	Lắp đặt và tháo dỡ	Lắp đặt và tháo dỡ theo quy định tại Điều 8	Phòng HC-QT

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

TT	Các bước thực hiện	Nội dung thực hiện	Đơn vị thực hiện
1	Nhận biết dấu hiệu KHTT	Nhận thấy xuất hiện các tin tức có dấu hiệu gây nên KHTT qua các phương tiện truyền thông hoặc nội bộ nhà trường, đơn vị	Trung tâm Thông tin - Thư viện. Các đơn vị, đoàn thể, hội thuộc trường.
2	Đánh giá mức độ và phạm vi ảnh hưởng từ KHTT	Đánh giá mức độ rủi ro, phạm vi KHTT, thiệt hại có thể xảy ra. Tùy vào mức độ, 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	Trung tâm Thông tin - Thư viện
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 KHTT. - 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.	Ban xử lý KHTT gồm: Ban giám hiệu, Trung tâm Thông tin - Thư viện, Phòng HC-QT và đơn vị liên quan

		- 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	
4	Thực hiện việc xử lý KHTT	Thực hiện các hoạt động xử lý KHTT theo kế hoạch đã được thống 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 KHTT đã triển khai và đưa ra những kiến nghị điều chỉnh, giải pháp tiếp theo kịp thời và hiệu quả	Ban xử lý KHTT