

TRAO ĐỔI

NHỮNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CÔNG TÁC TUYỂN SINH CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC CỬU LONG GIAI ĐOẠN 2020 - 2025

NGUYỄN CAO ĐẠT*, TRẦN THANH TÙNG**

Tóm tắt

Những năm gần đây, công tác tuyển sinh của Trường Đại học Cửu Long đã khởi sắc sau thời gian gặp nhiều khó khăn. Tuy nhiên, số lượng tuyển sinh chưa đạt như kỳ vọng do nhiều nguyên nhân chủ quan và khách quan khác nhau. Bằng phương pháp tiếp cận từ phía người học để khảo sát mức độ hài lòng; khảo sát và phân tích thực nghiệm sự đánh giá của các đối tượng khác nhau về Trường Đại học Cửu Long nói chung; phân tích thực trạng về công tác tuyển sinh nói riêng; nhằm rút ra những nhân tố ảnh hưởng mạnh nhất đến kết quả tuyển sinh. Từ đó đề ra các nhóm giải pháp về: Cơ hội việc làm, Cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, Nâng cao chất lượng đào tạo, về các chính sách, về mạng lưới cộng tác viên và về truyền thông. Đây là những cơ sở khoa học để Trường Đại học Cửu Long đề ra các Chiến lược và kế hoạch hành động nhằm nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh từ nay đến năm 2025.

Từ khóa: *Tuyển sinh, giải pháp, đại học Cửu Long, UCL, sinh viên, kế hoạch hành động, chiến lược.*

Abstract

In recent years, the enrollment of Cuu Long University has prospered after difficult period. However, the number of new students has not reached as expected due to many subjective and objective reasons. By the learner's approach to survey satisfaction; empirical survey and analysis of the evaluation of different subjects about Cuu Long University in general; analyze the actual situation of the enrollment work in particular; in order to draw out the factors that most affect enrollment results. From there, set out groups of solutions for: Employment opportunities, educational facilities and IT infrastructure, Improving training quality, policies, collaborator networks and communication. These are the scientific bases for Cuu Long University to devise strategies and action plans to improve the efficiency of enrollment from now to 2025.

Key words: *Admission, enrollment, solutions, Cuu Long University, UCL, student, action plan, strategy.*

* Thạc sĩ Quản lý Giáo dục, Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Cửu Long.

** Thạc sĩ QTKD, Giám đốc Trung tâm HTSV&QHDN, Trường Đại học Cửu Long.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Năm học 2018-2019, trên phạm vi cả nước Việt Nam có 237 trường Đại học công lập và ngoài công lập. Hàng năm, các trường đại học thực hiện hoạt động marketing, truyền thông, quảng bá tuyển sinh rất lớn nhằm thu hút thí sinh để đảm bảo chỉ tiêu tuyển sinh. Nhưng tình hình tuyển sinh mấy năm trở lại đây ngày càng khó khăn, đơn cử như ba năm gần đây, nhiều trường chỉ tuyển sinh đạt 50% - 70% tổng chỉ tiêu được phân bổ. Trường đại học Cửu Long cũng nằm trong khó khăn và thách thức đó.

Vậy đâu là nguyên nhân? Đâu là những hạn chế, yếu kém? Giải pháp nào để cải thiện tình trạng trên? Đó là câu hỏi lớn và là vấn đề đặt ra để lãnh đạo và các nhà quản lý của Trường cần xem xét một cách khách quan và khoa học để tìm ra câu trả lời thỏa đáng và đề ra các giải pháp tuyển sinh hiệu quả.

Nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát các đối tượng như: Học sinh, giáo viên chủ nhiệm và giáo viên hướng nghiệp Trường THPT; cựu sinh viên, sinh viên và giảng viên Trường Đại học Cửu Long; cán bộ quản lý giáo dục của một số Sở giáo dục và Trường Đại học trong tỉnh Vĩnh Long và khu vực ĐBSCL. Nhằm mục tiêu Phân tích thực trạng về công tác tuyển sinh của Trường Đại học Cửu Long trong ba năm từ 2017-2019. Qua đó, chúng ta đã đánh giá được mặt mạnh, mặt yếu, cơ hội và thách thức; cũng như tìm ra được những nguyên nhân chủ quan và khách quan dẫn đến kết quả tuyển sinh nhiều năm qua của Trường Đại học Cửu Long không đạt như mong đợi. Với phương châm hành động: “Mỗi viên chức, giảng viên, sinh viên và cựu sinh viên là một chiến sĩ trên mặt trận tuyển sinh”. Những

nhóm giải pháp sau đây được đề xuất nhằm khắc phục những mặt yếu kém, phát huy mặt mạnh. Biến những thách thức thành cơ hội để nhà Trường đạt được hiệu quả cao trong công tác tư vấn và tuyển sinh.

2. ĐỀ XUẤT NHỮNG NHÓM GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ CÔNG TÁC TUYỂN SINH CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC CỬU LONG GIAI ĐOẠN 2020 - 2025.

2.1. Nhóm giải pháp cơ hội việc làm

Mục tiêu:

Với phương châm “*Lấy người học làm trung tâm*”. Mọi hoạt động của Nhà trường và trong tất cả các khâu phải xem sinh viên vừa là chủ thể trong quá trình học tập vừa là đối tượng được phục vụ để hoàn thiện bản thân, tạo sản phẩm đầu ra có chất lượng, tạo cơ hội việc làm tốt của sinh viên sau khi tốt nghiệp. Có việc làm tốt và ổn định, sẽ có tác động lớn đến người học và công tác tuyển sinh của Trường.

Nội dung:

** Chăm sóc đến đối tượng sinh viên.*

a. Hỗ trợ và tư vấn cho học sinh phổ thông, tân sinh viên trong việc định hướng nghề nghiệp cơ hội việc làm của ngành sẽ/ (đã) chọn theo học.

b. Hỗ trợ và xây dựng động cơ, phương pháp học tập đại học cho tân sinh viên.

c. Hỗ trợ ban đầu cho Tân sinh viên mới nhập học về việc tìm chỗ ăn ở, hướng dẫn và tư vấn giới thiệu về điều kiện ăn ở, sinh hoạt để sinh viên thích nghi với môi trường học tập mới.

d. Tư vấn tâm lý cho tân sinh viên về những vấn đề như: Nhớ nhà, khó khăn về sinh hoạt, học phí, áp lực học tập,

e. Hỗ trợ sinh viên trong học tập, tra cứu tài liệu trong thư viện. Đặc biệt là sinh viên học yếu.

f. Hỗ trợ trong việc làm luận văn và thi tốt nghiệp. Hỗ trợ sinh viên thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học và ứng dụng vào thực tiễn sản xuất kinh doanh. Tạo tiền đề cho khởi nghiệp, tự tạo việc làm sau khi ra trường.

g. Giới thiệu việc làm bán thời gian và việc làm sau tốt nghiệp cho sinh viên.

*** *Xây dựng và phát triển mối quan hệ với doanh nghiệp.***

a. Xây dựng mối quan hệ chặt chẽ với doanh nghiệp đối tác bằng hợp đồng hợp tác đào tạo, ràng buộc chặt chẽ trách nhiệm, nghĩa vụ và quyền lợi của hai bên trong việc phối hợp hướng dẫn tham quan, thực tập, rèn nghề và lao động tại doanh nghiệp.

b. Thường xuyên khảo sát sự hài lòng của doanh nghiệp về chương trình đào tạo, về năng lực sinh viên của Trường đang làm việc tại doanh nghiệp. Khảo sát nhu cầu và kế hoạch tuyển dụng của doanh nghiệp để cung cấp thông tin cho công tác tư vấn hướng nghiệp và tuyển sinh.

c. Đưa giảng viên đi kiến tập cùng lúc với sinh viên thực tập để giảng viên vừa hướng dẫn sinh viên thực tập vừa cập nhật kiến thức và rèn luyện thêm kỹ năng đối với những công nghệ, máy móc và thiết bị mới. Từ đó cập nhật thường xuyên vào nội dung bài giảng, làm cho bài giảng phong phú và sát với thực tiễn.

d. Xây dựng mô hình hợp tác đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp (Chương trình Co.op), chương trình đào tạo theo nhu cầu và địa chỉ tại doanh nghiệp.

e. Định kỳ tổ chức các sự kiện quan hệ doanh nghiệp, mời diễn giả, doanh nhân thành đạt nói chuyện về định hướng nghề nghiệp cho sinh viên và học sinh ở các trường phổ thông. Tổ chức các sự kiện Ngày Hội Việc Làm để giới thiệu, cung cấp thông tin và tư vấn cho sinh viên năm cuối cũng như học sinh, sinh viên tiềm năng về xu hướng phát triển ngành nghề và nhu cầu việc làm của thị trường lao động, để từ đó định hướng cho ngành học và nghề nghiệp cho tương lai.

f. Nhà Trường cần phối hợp với các công ty, cơ quan, doanh nghiệp, các cơ sở sản xuất xây dựng mô hình doanh nghiệp trong trường đại học. Các công ty đặt cơ sở sản xuất kinh doanh tại Trường Đại học Cửu Long để giải quyết việc làm tại chỗ cho sinh viên và thực hành nghề nghiệp. Thông qua việc này, quảng bá, thu hút sinh viên vào trường nhập học.

2.2. Nhóm giải pháp cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin

Mục tiêu:

Xây dựng hình ảnh đẹp đẽ, khang trang, sạch sẽ của một ngôi trường trong mắt sinh viên đang học, phụ huynh học sinh và sinh viên tiềm năng. Phục vụ hiệu quả cho công tác đào tạo và tuyển sinh.

Nội dung:

a. Thường xuyên duy tu bảo dưỡng, sơn phết, trang hoàng, dọn dẹp và vệ sinh sạch sẽ khuôn viên trường, nơi công cộng, các tòa nhà làm việc, khu học tập, khu thể thao và KTX trường, khu vực nhà vệ sinh. Tạo điểm nhấn về kiến trúc gây ấn tượng đẹp đầu tiên cho người mới đến tham quan, làm việc và học tập tại trường. (Thí dụ: cảnh quan cổng trường, đài rồng phun nước, ao sen).

b. Lắp đặt các pano tuyển sinh và quảng bá Trường. Các khẩu hiệu, danh ngôn tranh ảnh động viên tinh thần và kích thích động cơ học tập ở nơi công cộng, giảng đường, lớp học.

c. Đầu tư nâng cấp các phòng học, nhà xưởng, trang thiết bị phòng thực hành thí nghiệm và đồ dung dạy học đầy đủ và đạt chuẩn.

d. Đầu tư mở rộng và nâng cấp Thư viện điện tử. Phòng học Công nghệ thông tin.

e. Đầu tư hạ tầng mạng internet và hệ thống wifi mạnh, phủ sóng toàn trường và hoạt động ổn định.

f. Đầu tư mở rộng và nâng cấp KTX.

g. Chính trang lại nhà để xe cho giảng viên và sinh viên.

h. Đầu tư nâng cấp canteen, khu vui chơi, giải trí, khu thể dục thể thao,....

2.3. Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo.

Mục tiêu:

Chương trình đào tạo, đội ngũ giảng viên và phương pháp sư phạm là những thành tố cốt lõi và cực kỳ quan trọng trong quy trình đào tạo nhân lực đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động. Chương trình đào tạo của Trường Đại học Cửu Long theo định hướng ứng dụng phải đáp ứng được ba yếu tố: Kiến thức, kỹ năng và thái độ. Đội ngũ giảng viên phải có trình độ chuyên môn giỏi và phương pháp sư phạm tốt. Chương trình đào tạo tiên tiến, đội ngũ giảng viên giỏi sẽ tạo lợi thế khác biệt, riêng có của Trường Đại học Cửu Long, thu hút người học và tạo lợi thế cạnh tranh trong tuyển sinh.

Nội dung:

a. Qua khảo sát xu hướng nhu cầu của thị

trường lao động phát triển theo đà tăng trưởng và xu hướng phát triển của nền kinh tế xã hội. Nhà trường thường xuyên khảo sát, đánh giá, điều chỉnh và xây dựng chương trình đào tạo cho phù hợp với nhu cầu doanh nghiệp. Đóng lại những mã ngành 3 năm liên tục tuyển sinh ít người đăng ký, không mở được lớp học. Đồng thời, xây dựng và phát triển mã ngành mới theo xu hướng phát triển kinh tế của cả nước và hội nhập quốc tế.

b. Định kỳ hằng năm tổ chức khảo sát mức độ hài lòng của sinh viên đối với chương trình đào tạo. Khảo sát mức độ hài lòng của doanh nghiệp đối với chương trình đào tạo và chất lượng sinh viên ra trường.

c. Định kỳ 2 năm một lần tổ chức Hội thảo về yêu cầu năng lực cần thiết đáp ứng cho thị trường lao động và ngành nghề chuyên môn. Từ đó điều chỉnh và xây dựng mới chương trình đào tạo theo khung năng lực chuyên môn. Xây dựng chuẩn đầu ra của sinh viên theo từng chuyên ngành.

d. Kiểm tra giám sát chặt chẽ tiến độ đào tạo và việc thực hiện kế hoạch đào tạo hàng năm.

e. Công tác thi và kiểm tra được thực hiện nghiêm minh. Xây dựng ngân hàng đề thi để đảm bảo tính khách quan và minh bạch trong thi cử.

f. Quy hoạch đào tạo đội ngũ giảng viên có trình độ sau đại học, trên đại học. Trình độ ngoại ngữ và công nghệ thông tin đạt chuẩn quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

g. Định kỳ hằng năm đưa giảng viên đi kiến tập nghề nghiệp và tập huấn về phương pháp sư phạm.

h. Phương pháp sư phạm hiện đại trong

thời kỳ công nghệ 4.0 phải lấy người học làm trung tâm và ứng dụng công nghệ thông tin trong truyền đạt kiến thức, rèn kỹ năng, định hình thái độ nghề nghiệp tốt cho sinh viên.

2.4. Nhóm giải pháp về chính sách

Mục tiêu:

Xây dựng các chính sách ưu đãi, linh động và mềm dẻo để kích thích về vật chất và tinh thần nhằm thu hút kể cả người học cũng như chuyên viên, cộng tác viên tham gia công tác tuyển sinh. Mục đích cuối cùng là đảm bảo số lượng tuyển sinh đạt và vượt chỉ tiêu Nhà trường đề ra.

Nội dung:

- a. Chính sách về mức học phí:
 - Phân biệt học phí giữa các ngành kinh tế và kỹ thuật; mức học phí thấp cho những ngành khó tuyển, ít học sinh theo học.
 - Xây dựng một số môn học chuyên ngành dạy bằng tiếng Anh, dạy chuyên sâu có giảng viên nước ngoài tham gia trợ giảng hay giảng chính với mức học phí cao hơn mức bình thường.
- b. Xây dựng chính sách miễn, giảm học phí:
 - Chính sách miễn giảm học phí chung theo quy định của nhà nước.
 - Chính sách miễn, giảm học phí riêng của nhà Trường cho các đối tượng chính sách và đối tượng là sinh viên (cũ và mới) giới thiệu thêm sinh viên mới đăng ký xét tuyển vào Trường.
- c. Xây dựng chính sách học bổng cho sinh viên nghèo, sinh viên khuyết tật, sinh viên đạt thành tích xuất sắc trong học tập.
- d. Xây dựng chính sách hoa hồng cho

cộng tác viên và đơn vị hỗ trợ tư vấn tuyển sinh.

e. Giao chỉ tiêu tuyển sinh kèm theo chính sách khen thưởng cho tập thể đơn vị Khoa, Viện, Trung tâm và các cá nhân. Các Khoa phải có trách nhiệm là đơn vị tuyển sinh cho các chuyên ngành của Khoa đào tạo.

2.5. Nhóm giải pháp xây dựng mạng lưới cộng tác viên

Mục tiêu:

Xây dựng mạng lưới cộng tác viên để tạo độ phủ rộng khắp vùng tuyển sinh của trường thông và tư vấn tuyển sinh.

Nội dung:

- a. Đối tượng cộng tác viên:
 - Tổ chức: Các sở giáo dục đào tạo, các trường phổ thông, các cơ quan nhà nước, các doanh nghiệp, các tổ chức đoàn thể, xã hội.
 - Cá nhân: Cán bộ, viên chức trong và ngoài nhà nước, giáo viên, học sinh, giảng viên, chuyên viên, sinh viên trong và ngoài trường. ...
- b. Cung cấp thông tin, kiến thức ngành đào tạo và tuyển sinh cho cộng tác viên.
- c. Trang bị và tập huấn xây dựng kỹ năng giao tiếp, kỹ năng tư vấn, kỹ năng giới thiệu và thuyết phục, kỹ năng đeo bám, chăm sóc đối tượng tuyển sinh của cộng tác viên.

2.6. Nhóm giải pháp về truyền thông

Mục tiêu:

Công tác truyền thông là hoạt động quảng bá hình ảnh ngôi trường Đại học Cửu Long, bao gồm: Thông tin về ngành nghề đào tạo, giới thiệu về các cơ sở hạ tầng kỹ thuật, tiện ích phục vụ đào tạo và học tập, giới thiệu về khả năng tạo và tìm việc làm của sinh viên,

đăng tải những hoạt động và sự kiện nổi bật của Trường Đại học Cửu Long đến với công chúng, trong đó chú ý đến đối tượng phụ huynh học sinh trung học phổ thông và sinh viên tiềm năng. Công tác truyền thông nhằm mục tiêu thu hút sự chú ý, làm cho người có nhu cầu học biết đến Trường nhiều hơn, tạo sự quan tâm và ấn tượng tốt về hình ảnh và chất lượng đào tạo của nhà Trường. Cuối cùng là phải đưa được thông điệp mạnh mẽ đến người học tiềm năng rằng: ***Nhà trường đang có nhu cầu tuyển sinh và đây sẽ là cơ hội lựa chọn tốt nhất của họ.***

Nội dung:

a. Xây dựng và thường xuyên cập nhật nội dung và giao diện trang web của Nhà trường, thường xuyên đăng tải những tin tức, những hoạt động và sự kiện mới nhất trong Nhà trường. Website của Trường phải trở thành bộ mặt thứ hai của Trường (bên cạnh hình ảnh thực), là cổng thông tin chính thống, mà ở đó mọi thông tin được cung cấp một cách đầy đủ nhất, nhanh nhất và mang tính thời sự. Đặc biệt là thông tin về tuyển sinh.

Đăng ký google Ad (quảng cáo) để website Trường xuất hiện trên trang đầu tiên của công cụ tìm kiếm Google search khi gõ các từ khóa “Đại học Cửu Long, Mekong University, University of Cuu Long, ĐHCL, MKU, UCL, ...”.

b. Sử dụng các công cụ mạng xã hội: Facebook, Zalo, youtube,... Các công cụ mạng xã hội này là một phần hỗ trợ không thể thiếu, nhằm hỗ trợ những thông tin mà website không chuyển tải được. Nó có thể mạnh mẽ hiện sự kết nối, gần gũi và trao đổi thông tin mang tính cá nhân giữa mọi người hoặc một nhóm người cùng tầng lớp hoặc cùng

sở thích trong cộng đồng mạng, trong đó có giảng viên, sinh viên đang học, cựu sinh viên và sinh viên tiềm năng. Hỗ trợ tư vấn tuyển sinh thông qua “chat online” mà mỗi giảng viên và sinh viên đều có thể trở thành sứ giả tuyên truyền về tuyển sinh của Trường. Từ đó thông tin tuyển sinh và những bình luận, trao đổi ý kiến về chương trình đào tạo, những cơ hội việc làm của Trường Đại học Cửu Long sẽ được truyền nhanh đến đối tượng có nhu cầu học tập. Chuỗi kết nối của các công cụ mạng xã hội càng rộng rãi thì sức lan tỏa của thông tin càng nhanh chóng.

c. In các ấn phẩm tuyên truyền: Brochure, tờ bướm, booklet, bandroll, standy với nội dung súc tích, ngắn gọn, dễ đọc. Hình ảnh sống động, màu sắc tươi tắn và trung thành theo màu chủ đạo của logo Trường và bộ nhận dạng thương hiệu, để khi nhìn từ xa hoặc thoáng qua cũng nhận biết được đó là màu sắc đặc trưng của Trường Đại học Cửu Long. Quan trọng là nội dung đưa đúng thông điệp tuyển sinh trọng tâm muốn nhắm đến.

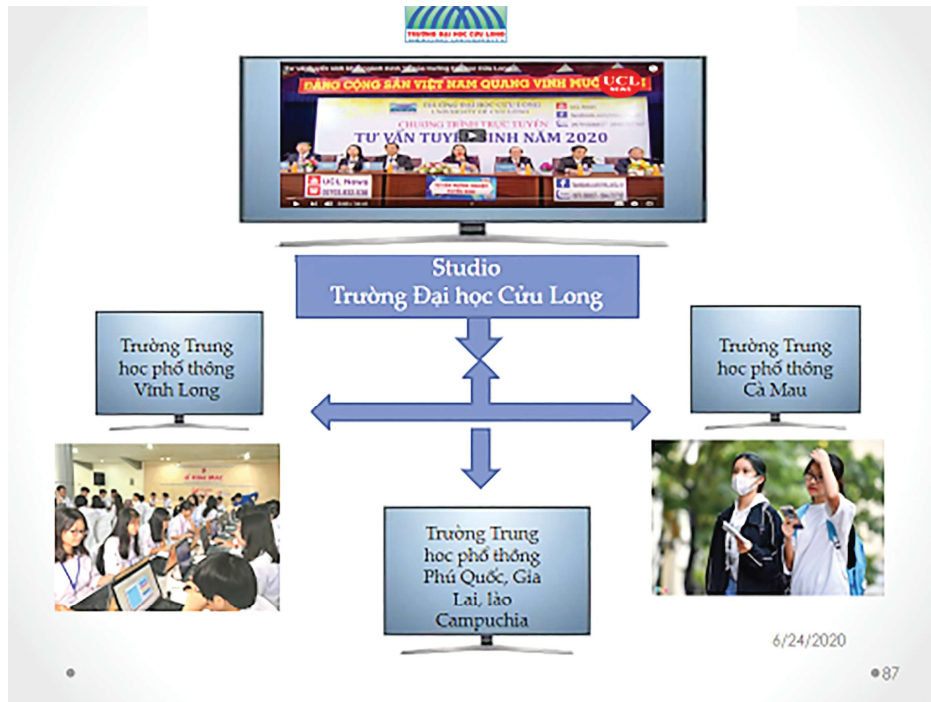
d. Xây dựng các video clip giới thiệu ngành đào tạo, chương trình đào tạo, quảng bá hình ảnh, giới thiệu về Trường đăng tải lên Kênh youtube UCL. Các Khoa phải chủ động phối hợp với bộ phận truyền thông xây dựng các video clip ngắn khoảng 3 phút với nội dung súc tích chuyển tải đầy đủ thông điệp về tuyển sinh đến người học.

e. Tổ chức tư vấn tuyển sinh trực tiếp bằng điện thoại, email chuyên viên tư vấn tuyển sinh trực 24/7 trên đường dây nóng tuyển sinh để trả lời bất kỳ thắc mắc nào của phụ huynh và học sinh.

f. Tổ chức tư vấn trực tuyến (livestream) bằng kênh Youtube hoặc hội nghị trực tuyến

bằng công cụ Zoom kết nối các điểm cầu tư vấn tuyển sinh từ Trung tâm là Trường Đại học Cửu Long đến các điểm cầu Trường trung học phổ thông ở các địa phương khác nhau. Có sự tương tác và hỏi đáp giữa chuyên gia

tư vấn và học sinh, phụ huynh học sinh, giáo viên phổ thông v.v... Bên cạnh đó, tổ chức các sự kiện, các ngày hội và livestream để liên tục đưa hình ảnh Trường UCL đến với công chúng và người học.



g. Tổ chức sự kiện “Nhà mở” (Open house) hay “Ngày mở” (open day và at-home day) là một sự kiện được các trường trung học và đại học ở phương tây và những năm gần đây một số trường đại học ở Việt Nam đã thường xuyên tổ chức hàng năm, nơi mà tất cả cánh cửa vào trường, vào giảng đường, vào các khoa, vào các phòng thí nghiệm, phòng thực hành ... được mở rộng cho công chúng nói chung được phép tự do vào để tham quan, khám phá toàn bộ mọi hoạt động giảng dạy và học tập diễn ra trong nhà trường. Hoạt động “Nhà mở” nhằm thu hút sinh viên tiềm năng và phụ huynh học sinh, cho học sinh được trải nghiệm và làm quen với trang thiết bị, cơ sở vật chất, gặp gỡ và trao đổi với giảng viên,

chuyên viên và sinh viên đang theo học. Nó là một kênh truyền thông không chính thức nhưng trực tiếp, mặt đối mặt, giữa nhà trường với phụ huynh học sinh và học sinh tiềm năng. Các khoa chuyên môn tận dụng cơ hội này giới thiệu về chương trình ngành đào tạo, các trang thiết bị thực hành thực tập, thậm chí còn cho phép học sinh tham gia một tiết học lý thuyết hay thực hành chuyên môn. Sự kiện này tạo niềm tin và ý thích, kích thích động cơ lựa chọn ngành và Trường đăng ký học của học sinh.

h. Tham gia các hoạt động xã hội như: Tranh giải thể thao, hoạt động từ thiện cứu trợ do thiên tai địch họa, hoạt động bảo vệ môi trường, hỗ trợ vùng sâu vùng xa, vùng dân tộc ít người, các đối tượng dễ bị tổn thương v.v...

Qua đó, khéo léo nâng cao vị thế và tô bóng hình ảnh thân thiện của Nhà trường trong mắt công chúng. Điều này tác động tốt đến tâm lý người học khi quyết định chọn trường để học.

j. Tổ chức chuyên viên tư vấn tuyển sinh “cắm chốt” tại các Trường trung học phổ thông để tham gia sinh hoạt dưới cờ trong sáng thứ hai với học sinh; tham gia tư vấn hướng nghiệp trực tiếp, mặt đối mặt, với thầy cô chủ nhiệm, giáo viên hướng nghiệp, phụ huynh và học sinh. Hoặc livestream trong giờ hướng nghiệp hàng tuần cho học sinh phổ thông với chuyên gia tư vấn hướng nghiệp và tuyển sinh tại đầu cầu hội nghị truyền hình (Video meeting) tại trụ sở Trường Đại học Cửu Long.

3. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Công tác tuyển sinh của Trường Đại học Cửu Long trong giai đoạn từ năm 2017 đến 2019 qua đánh giá thực trạng và khảo sát người học cho thấy có nhiều khó khăn trong xu thế cạnh tranh, không chỉ ở địa bàn tỉnh Vĩnh Long mà còn ở cả khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long. Nhà Trường đã và đang thực hiện nhiều giải pháp tích cực và bước đầu đã mang lại kết quả tốt nhưng chưa đạt được như mong muốn. Phân tích số liệu, kết quả khảo sát, phân tích mặt mạnh, mặt yếu, thời cơ và thách thức cho thấy tiềm năng của nhà trường còn rất lớn, cũng như có nhiều cơ hội mới. Nhà trường sẽ khắc phục được những khó khăn, biến những thách thức thành cơ hội nhằm đề ra những nhóm giải pháp đồng bộ vượt qua cạnh tranh và phát triển.

Nhóm nghiên cứu đã đề xuất những Nhóm giải pháp lớn, vừa mang tính kế thừa của những giải pháp mà Nhà trường đã và đang thực hiện, vừa có những sáng kiến mới, đột phá để tăng cường tính hiệu quả của công

tác tuyển sinh trong giai đoạn 2020-2025. Các nhóm giải pháp cần được triển khai bằng các kế hoạch hành động và phân công cụ thể các đơn vị chịu trách nhiệm mới có tính khả thi cao.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Kumar Pandey và cộng sự, *Data Mining Application to Attract Students in HEI. International Journal on Computer Science and Engineering (IJCSE) Vol. 4 No. 06 June 2012.*
- [2] “Một số giải pháp nhằm thu hút học viên theo học tại trường đại học sư phạm kỹ thuật thành phố Hồ Chí Minh”, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hồ Chí Minh.
- [3] Nguyễn Minh Hà, Huỳnh Gia Xuyên, Huỳnh Thị Kim YẾN, “Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn trường Đại học Mở Tp.HCM”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở TP.HCM*, năm 2011, số 5 - 2011, trang 57 - 107, Nguyễn Thị Hồng, 2012.
- [4] Thái Văn Thành, “nghiên cứu về quản lý giáo. Theo Thái Văn Thành thì hướng nghiệp thông qua ba hình thức: (1) hướng nghiệp lồng ghép thông qua môn học Trường Đại học Vinh”, Số 25 -2007, trang 63 - 69.
- [5] Trần Văn Quý và Cao Hào Thi, “Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của học sinh phổ thông”, *Tạp chí Phát triển khoa học và công nghệ - Trường Đại học Bách Khoa TP. Hồ Chí Minh*, Tập 12, số 15 - 2009, trang 87-102.
- [6] Warwick, Newcastle University, England (Hull 2012). <https://www.ncl.ac.uk/csr/staff/profile/jonwarwick.html> publications.