

ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGÀNH TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC THEO MÔ HÌNH CIPP

Nguyễn Đình Thịnh¹, Trịnh Thị Phú¹, Nguyễn Thế Cường¹, Lê Thị Hồng Hà¹

TÓM TẮT

Trong bối cảnh kinh tế số, ngành Truyền thông đa phương tiện tại Trường Đại học Hồng Đức đóng vai trò quan trọng trong việc cung ứng nguồn nhân lực sáng tạo. Bài viết sử dụng mô hình CIPP, nghiên cứu đánh giá toàn diện thực trạng đào tạo giai đoạn 2023-2025 thông qua phân tích tài liệu và thống kê mô tả. Kết quả khẳng định mục tiêu đào tạo của Nhà trường đáp ứng tốt nhu cầu địa phương và đạt hiệu quả tuyển sinh cao. Bài viết cũng chỉ rõ những hạn chế về hạ tầng kỹ thuật chuyên sâu và đội ngũ giảng viên kinh nghiệm thực tiễn. Từ phân tích SWOT, nhóm tác giả đề xuất các giải pháp chiến lược cho giai đoạn 2025-2030, trọng tâm là mô hình hợp tác doanh nghiệp và quản trị chất lượng linh hoạt nhằm nâng cao vị thế nhà trường trong hệ thống giáo dục.

Từ khóa: Truyền thông đa phương tiện, mô hình CIPP, quản lý giáo dục, chuyển đổi số, Trường Đại học Hồng Đức.

DOI: <https://doi.org/10.70117/hdujs.3030-4741.07.2026.1369>

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong kỷ nguyên kinh tế số, ngành Truyền thông đa phương tiện (Multimedia Communications - MMC) không còn đơn thuần là một lĩnh vực kỹ thuật giải trí, mà đã trở thành “mạch máu” chiến lược trong việc định hình dòng chảy thông tin và thúc đẩy kinh tế sáng tạo. Sự giao thoa mạnh mẽ giữa công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và tư duy nghệ thuật đang đặt ra những yêu cầu khắt khe về việc tái cấu trúc mô hình đào tạo nguồn nhân lực. Tại Việt Nam, thực thi Quyết định số 749/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về Chương trình Chuyển đổi số quốc gia, các cơ sở giáo dục đại học đang đứng trước sức ép phải đổi mới toàn diện để đáp ứng thị trường lao động vốn biến chuyển không ngừng [5].

Trường Đại học Hồng Đức, với vị thế là trung tâm đào tạo nguồn nhân lực trọng điểm của khu vực Bắc Trung Bộ, đã sớm nhận diện xu thế này khi chính thức xây dựng đề án đào tạo ngành Truyền thông đa phương tiện và thực hiện tuyển sinh từ năm 2023. Đây là bước đi chiến lược nhằm hiện thực hóa mục tiêu phục vụ sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Thanh Hóa - một địa phương đang chuyển mình mạnh mẽ trong các lĩnh vực du lịch, dịch vụ và công nghiệp văn hóa.

Tuy nhiên, việc triển khai đào tạo một ngành học có tốc độ thay đổi công nghệ tính bằng tháng tại một đại học địa phương đang tạo ra những “nghịch lý quản trị” đáng chú ý.

¹ Khoa Kỹ thuật, Công nghệ và Truyền thông, Trường Đại học Hồng Đức; Email: trinhthiphu@hdu.edu.vn

Thứ nhất, sự mâu thuẫn giữa quy mô tuyển sinh tăng trưởng đột biến (tăng 140% sau một chu kỳ) với sự sẵn sàng có hạn của hạ tầng kỹ thuật chuyên sâu và các không gian sáng tạo (Studio-Lab) chuẩn mực.

Thứ hai, khoảng cách giữa chương trình đào tạo mang tính hàn lâm với yêu cầu “thực chiến” khắt khe từ thị trường lao động, nơi đòi hỏi sinh viên phải có khả năng tác nghiệp ngay trong môi trường hội tụ.

Thứ ba, sự cạnh tranh thương hiệu từ các cơ sở đào tạo lớn tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh buộc các trường đại học địa phương phải tìm kiếm một “ngách” phát triển riêng biệt nhưng vẫn đảm bảo chuẩn đầu ra quốc gia.

Các đánh giá chất lượng hiện nay tại đơn vị thường chỉ dừng lại ở các báo cáo hành chính mang tính định kỳ, thiếu vắng một khung lý thuyết khoa học để soi chiếu toàn diện và khách quan các mắt xích trong chuỗi giá trị đào tạo. Nghiên cứu này vận dụng mô hình CIPP (Context - Input - Process - Product) của Daniel Stufflebeam - một công cụ đánh giá hệ thống có uy tín - để phân tích thực trạng triển khai ngành MMC tại Trường Đại học Hồng Đức giai đoạn 2023 - 2025.

Việc soi chiếu qua bốn thành tố: Bối cảnh (Sự phù hợp mục tiêu), Đầu vào (Nguồn lực đảm bảo), Quá trình (Tổ chức vận hành) và Sản phẩm (Chất lượng đầu ra) không chỉ giúp nhận diện các “điểm nghẽn” nội tại mà còn cung cấp cơ sở dữ liệu khoa học để hoạch định chiến lược giai đoạn 2025 - 2030. Nghiên cứu kỳ vọng sẽ đóng góp một mô hình quản trị chất lượng linh hoạt (Agile Quality Management), giúp Nhà trường khẳng định bản sắc đào tạo ứng dụng và nâng cao năng lực cạnh tranh trong hệ thống giáo dục đại học hiện nay.

2. KHUNG LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Khung lý thuyết về mô hình CIPP

Để đảm bảo tính khoa học và thực tiễn trong quản lý giáo dục, nghiên cứu này lựa chọn mô hình CIPP (Context - Input - Process - Product) làm khung lý thuyết chủ đạo [4]. Đây không chỉ là một công cụ kiểm định chất lượng tĩnh, mà là một hệ thống đánh giá vận động, giúp nhà quản lý đưa ra các quyết định điều chỉnh kịp thời trong từng giai đoạn đào tạo.

Mô hình CIPP do Daniel Stufflebeam khởi xướng, tập trung vào việc hỗ trợ ra quyết định thông qua bốn thành phần tương tác chặt chẽ:

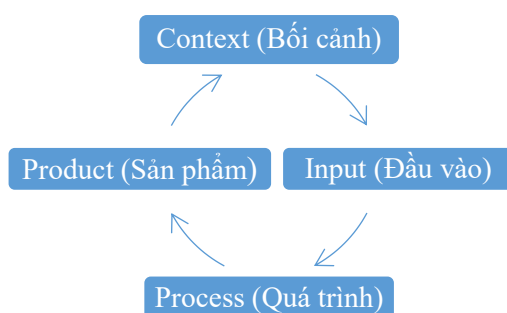
Đánh giá Bối cảnh (Context Evaluation): Xác định những cơ hội và thách thức từ môi trường bên ngoài (như nhu cầu nhân lực kinh tế số tại Thanh Hóa) để xem xét mục tiêu đào tạo có thực sự đáp ứng được đòi hỏi của xã hội hay không. Đây là bước quan trọng để tránh tình trạng đào tạo xa rời thực tiễn.

Đánh giá Đầu vào (Input Evaluation): Xem xét các nguồn lực hiện có (đội ngũ giảng viên, chương trình đào tạo tích hợp, hạ tầng công nghệ) để đánh giá khả năng hiện thực hóa các mục tiêu đã đề ra. Đối với ngành MMC, thành phần này đặc biệt chú trọng vào tính hiện đại của học liệu và trang bị kỹ thuật.

Đánh giá Quá trình (Process Evaluation): Giám sát các hoạt động triển khai hàng ngày, từ phương pháp giảng dạy (như Project-based learning) đến sự gắn kết với doanh nghiệp. Việc này giúp nhận diện các sai lệch giữa kế hoạch và thực tế để điều chỉnh “ngay lập tức”.

Đánh giá Sản phẩm (Product Evaluation): Đo lường kết quả đầu ra không chỉ ở số lượng sinh viên hay điểm số, mà quan trọng hơn là năng lực thực nghề và mức độ hài lòng của thị trường lao động.

Tính ưu việt của mô hình CIPP đối với ngành MMC: Khác với các mô hình đánh giá truyền thống thường chỉ chú trọng vào kết quả cuối cùng (Product), CIPP cho phép nghiên cứu nhìn nhận hoạt động đào tạo như một chuỗi giá trị liên tục. Đối với một ngành có tốc độ thay đổi công nghệ nhanh như Truyền thông đa phương tiện, việc đánh giá cả “Quá trình” và “Đầu vào” giúp Nhà trường nhận diện sớm các “điểm nghẽn” về công nghệ hay sự thiếu hụt kỹ năng thực chiến trước khi sinh viên tốt nghiệp, từ đó tối ưu hóa chất lượng quản trị đào tạo.



Hình 1. Khung logic của mô hình CIPP trong đánh giá quản lý đào tạo ngành MMC

Mối quan hệ giữa bốn thành phần trong mô hình CIPP không phải là một tiến trình tuyến tính một chiều mà là một chu trình phản hồi liên tục (Feedback loop). Như thể hiện trong Hình 1, thành phần *Context* đóng vai trò định hướng cho *Input*; kết quả của *Process* là minh chứng thực tế để điều chỉnh *Input*; và cuối cùng, *Product* không chỉ là đích đến mà còn là dữ liệu đầu vào để Nhà trường tái cấu trúc lại *Context* và *Input* cho các khóa đào tạo tiếp theo. Sự tương tác này đảm bảo rằng chất lượng đào tạo ngành MMC luôn được cải tiến dựa trên các minh chứng thực tiễn (Evidence-based) thay vì các phán đoán chủ quan.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp (Mixed methods), kết hợp giữa phân tích định tính và định lượng nhằm đảm bảo tính khách quan và đa chiều trong việc đánh giá theo mô hình CIPP. Quy trình nghiên cứu được thực hiện qua các bước cụ thể:

Phương pháp phân tích tài liệu (Document Analysis): Nhóm tác giả tiến hành rà soát hệ thống văn bản pháp quy, chương trình đào tạo (Syllabus), các báo cáo tự đánh giá và số liệu tuyển sinh của ngành Truyền thông đa phương tiện tại Trường Đại học Hồng Đức giai đoạn 2023 - 2025. Việc này nhằm thu thập dữ liệu thứ cấp cho thành tố *Context* và *Input*.

Phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi (Survey): Sử dụng phiếu khảo sát trực tuyến trên thang đo Likert 5 mức độ đối với sinh viên khóa 1 và khóa 2 (N = 70). Để đảm bảo tính giá trị và độ tin cậy khoa học, bộ công cụ đã được thông qua ý kiến đánh giá hiệu lực nội dung của các chuyên gia giáo dục và tiến hành khảo sát thử nghiệm (pilot test) trên mẫu nhỏ. Kết quả kiểm định tính toán cho thấy hệ số nhất quán nội bộ Cronbach's Alpha tổng thể đạt 0,82 (các nhóm thang đo thành phần đều > 0,75), đáp ứng đầy đủ tiêu chuẩn đo lường để triển khai trên diện rộng. Nội dung khảo sát tập trung vào đánh giá thành tố *Process* (Quá trình giảng dạy, trải nghiệm học tập) và *Product* (Sự tự tin về năng lực đầu ra).

Phương pháp phỏng vấn sâu (In-depth Interview): Thực hiện phỏng vấn đối với đại diện ban quản lý khoa, giảng viên cơ hữu và chuyên gia từ các doanh nghiệp đối tác (Media Agencies). Dữ liệu này giúp làm rõ những “điểm nghẽn” trong vận hành thực tế và nhu cầu của thị trường lao động, phục vụ cho việc đánh giá thành tố *Product* và đề xuất giải pháp.

Phương pháp phân tích SWOT: Kết quả thu được từ mô hình CIPP sẽ được tổng hợp vào ma trận SWOT để nhận diện các Điểm mạnh, Điểm yếu, Cơ hội và Thách thức. Đây là cơ sở để chuyển hóa các kết quả đánh giá thành các chiến lược hành động cụ thể cho giai đoạn 2025 - 2030,

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Đánh giá Bối cảnh (Context)

Trong mô hình CIPP, đánh giá bối cảnh đóng vai trò định hướng để xác định sự tương thích giữa mục tiêu đào tạo và nhu cầu thực tiễn của xã hội. Đối với ngành Truyền thông đa phương tiện (MMC) tại Trường Đại học Hồng Đức, thành tố này được xem xét dựa trên ba bình diện chính:

Sự phù hợp với định hướng chiến lược vĩ mô: Truyền thông số hiện nay không chỉ dừng lại ở sự thay đổi về công nghệ mà còn là sự dịch chuyển mang tính hệ thống trong tư duy quản trị nội dung và phương thức tương tác công chúng [3]. Qua rà soát hệ thống văn bản, mục tiêu đào tạo ngành MMC tại Nhà trường có sự đồng nhất cao với *Chiến lược Chuyển đổi số tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, định hướng 2030*. Việc xác lập ngành học này không chỉ là mở rộng quy mô đào tạo mà còn là nhiệm vụ chiến lược nhằm cung ứng nguồn nhân lực nòng cốt cho hệ sinh thái kinh tế số của địa phương.

Nhu cầu thị trường lao động tại chỗ: Phân tích bối cảnh cho thấy một “con khát” nhân lực sản xuất nội dung số tại khu vực Bắc Trung Bộ, đặc biệt là trong các cơ quan báo chí đang thực hiện hội tụ truyền thông, các doanh nghiệp đang chuyển đổi mô hình marketing số và các tổ chức chính trị - xã hội cần số hóa công tác tuyên truyền. Ngành MMC tại Trường Đại học Hồng Đức đã lấp đầy khoảng trống về đào tạo nhân lực truyền thông chuyên nghiệp mà trước đây khu vực này vốn phải phụ thuộc vào nguồn cung từ hai đầu đất nước.

Vị thế cạnh tranh và thách thức “ngách”: Dù có lợi thế về địa bàn, Nhà trường vẫn phải đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt từ các đại học trọng điểm tại Thủ đô vốn có truyền thống và thương hiệu lâu đời. Đứng trước bối cảnh đó, đánh giá CIPP chỉ ra rằng: thay vì mô hình nghiên cứu hàn lâm đại trà, Nhà trường đã xác lập một phân khúc chiến lược là đào tạo ứng dụng thực hành (Applied Training). Đây là hướng đi khác biệt, tập trung vào kỹ năng tác nghiệp thực tế để sinh viên có thể thích ứng ngay với môi trường doanh nghiệp địa phương, tạo ra lợi thế cạnh tranh về chi phí đào tạo và sự am hiểu văn hóa bản địa.

3.2. Đánh giá Đầu vào (Input)

Chương trình đào tạo: Được thiết kế theo hướng tích hợp (40% lý thuyết, 60% thực hành/đồ án), đảm bảo tính liên ngành giữa Công nghệ và Nghệ thuật.

Đội ngũ: 100% giảng viên có trình độ từ Thạc sĩ trở lên, nhưng còn thiếu các chuyên gia có kinh nghiệm thực chiến từ doanh nghiệp truyền thông lớn.

CSVC: Đã hình thành hệ thống phòng máy cấu hình cao, nhưng các phòng Studio chuyên sâu và bản quyền phần mềm Adobe Creative Cloud vẫn là rào cản do chi phí đầu tư lớn.

Bảng 1. Quy mô tuyển sinh ngành Truyền thông đa phương tiện giai đoạn 2023 - 2025

Năm tuyển sinh	Số lượng sinh viên	Số lượng lớp	Ghi chú
2023 (Khóa 1)	27	01	Khóa đầu tiên khai mở ngành
2024 (Khóa 2)	65	01	Tăng trưởng 140% so với năm 2023
2025 (Khóa 3)	87	02	Dự kiến duy trì sức hút ổn định

Chỉ số về quy mô tuyển sinh (Bảng 1) cho thấy sự tăng trưởng vượt bậc sau 3 chu kỳ đào tạo đầu tiên. Từ 27 sinh viên năm 2023 lên đến quy mô 2 lớp vào năm 2025 là minh chứng cho hiệu quả của chiến lược truyền thông và sự phù hợp của chương trình đào tạo với nhu cầu xã hội. Tuy nhiên, dưới góc độ Quản lý giáo dục, sự gia tăng nhanh về số lượng đòi hỏi Nhà trường phải có giải pháp đồng bộ về “Đầu vào (Input)” như mở rộng hệ thống phòng máy và bổ sung giảng viên cơ hữu để đảm bảo chất lượng đào tạo không bị pha loãng.

3.3. Đánh giá Quá trình (Process)

Bảng 2. Kết quả thống kê mô tả nhận thức của người học về chất lượng đào tạo (N = 70)

Thành tố đánh giá	Tiêu chí cốt lõi	Điểm trung bình (Mean)	Độ lệch chuẩn (SD)
Process (Quá trình)	Phương pháp Project-based Learning	4,25	0,58
	Trải nghiệm học tập Blended Learning	4,12	0,63
Product (Sản phẩm)	Sự tự tin về năng lực thực nghề	4,30	0,52
	Khả năng thích ứng môi trường hội tụ	4,18	0,67

Đánh giá khâu tổ chức đào tạo cho thấy Nhà trường đã có những nỗ lực trong việc đổi mới phương pháp giảng dạy nhằm thích ứng với đặc thù của ngành công nghệ sáng tạo. Cụ thể:

Vận dụng mô hình đào tạo dựa trên dự án (Project-based Learning): Quá trình đào tạo không chỉ dừng lại ở lý thuyết thuần túy mà được chuyển hóa thông qua các học phần thực hành và đồ án. Ngay từ 5 học kỳ đầu, sinh viên đã được tham gia vào các dự án sản xuất sản phẩm thực tế như: sản xuất video phóng sự ngắn, thiết kế bộ nhận diện thương hiệu (poster, banner) và xây dựng nội dung trên các nền tảng số. Việc kiểm tra, đánh giá kết quả học tập thông qua sản phẩm cụ thể thay vì bài thi viết đã giúp sinh viên hình thành tư duy nghề nghiệp và kỹ năng giải quyết vấn đề.

Triển khai học tập kết hợp (Blended Learning): Nhà trường đã bước đầu ứng dụng hệ thống quản lý học tập và học liệu số, cho phép sinh viên tiếp cận bài giảng linh hoạt. Điều này đặc biệt hiệu quả đối với ngành MMC, nơi công nghệ thay đổi liên tục, giúp giảng viên cập nhật nhanh chóng các xu hướng mới về AI, thực tế ảo vào bài giảng mà không bị gò bó bởi giáo trình truyền thống.

Gắn kết thực tiễn thông qua mạng lưới doanh nghiệp địa phương: Một điểm sáng trong quản lý quá trình là việc tổ chức các đợt thực tập và trải nghiệm nghề nghiệp sớm. Sinh viên được tiếp cận với môi trường làm việc thực tế tại các cơ quan báo chí, đơn vị truyền thông và doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. Hoạt động này không chỉ giúp sinh viên củng cố kỹ năng làm việc nhóm, quản lý dự án mà còn giúp Nhà trường nhận diện các khoảng cách giữa đào tạo và nhu cầu thực tế để điều chỉnh nội dung giảng dạy kịp thời.

Đánh giá chung: Dữ liệu từ Bảng 2 chỉ ra điểm trung bình (Mean) của các thành tố đều đạt mức cao (> 4,0). Tuy nhiên, kết quả này bộc lộ một mâu thuẫn logic sư phạm: làm thế nào

người học đạt được sự tự tin cao về năng lực thực nghề trong khi khâu Đầu vào (Input) về hạ tầng Studio-Lab và phần mềm bản quyền vẫn còn là điểm nghẽn lớn? Dưới góc độ khoa học hành vi, hiện tượng này phản ánh rõ nét Thiên kiến mong muốn xã hội (Social Desirability Bias) trong nghiên cứu khảo sát. Do tác động truyền thông mạnh mẽ của một ngành học mới mẻ và mang tính thời thượng, sinh viên có xu hướng đánh giá rất lạc quan về năng lực tự thân trên bảng hỏi trực tuyến. Sự tự tin thực chất và năng lực tác nghiệp thực tế của người học vẫn cần có thời gian kiểm chứng khi va chạm trực tiếp với các rào cản công nghệ thực tế tại doanh nghiệp. Vì vậy, nghiên cứu này thừa nhận một giới hạn là thành tố Sản phẩm (Product) tại thời điểm 2023 - 2025 chỉ dừng lại ở việc đo lường mức độ nhận thức và tâm thế tự tin giai đoạn đầu của người học, chứ chưa phải là chất lượng thực tế của sản phẩm sinh viên tốt nghiệp.

Thực tiễn cho thấy, sinh viên ngành Truyền thông đa phương tiện cần được trang bị tổ hợp kỹ năng từ tư duy sáng tạo đến kỹ năng tác nghiệp trong môi trường hội tụ [1]. Điều này đặt ra bài toán cho nhà trường trong việc hiện đại hóa các phòng Studio và hệ thống Lab.

3.4. Bàn luận

Kết quả đánh giá bằng mô hình CIPP tại Trường Đại học Hồng Đức cho thấy, dù có sự phân hóa và độ trễ về mặt hạ tầng, người học tại địa phương vẫn thể hiện mức độ sẵn sàng và khả năng thích ứng công nghệ rất nhanh thông qua các học phần đồ án. Khi đối thoại khoa học với các nghiên cứu đi trước, kết quả này có sự tương đồng sâu sắc với nghiên cứu về năng lực số và khoảng cách số của học sinh, sinh viên Việt Nam của Trung Tran và cộng sự (2020). Nghiên cứu của Trung Tran cũng từng chỉ ra rằng rào cản về mặt thiết bị phần cứng không hoàn toàn triệt tiêu tư duy sáng tạo số của người học nếu họ được đặt vào một môi trường giáo dục mở và có tính định hướng ứng dụng cao. Sự tương thích này khẳng định chiến lược tập trung vào phân khúc “Applied Training” (đào tạo ứng dụng) của Nhà trường là hoàn toàn đúng đắn để khóa lấp các khoảng cách số tồn tại giữa trường đại học địa phương và các trung tâm lớn.

3.5. Phân tích SWOT và thảo luận chiến lược

Trên cơ sở đánh giá các thành tố CIPP (Bối cảnh, Đầu vào, Quá trình, Sản phẩm), nghiên cứu tổng hợp các yếu tố nội tại và tác động ngoại vi đối với quản lý đào tạo ngành MMC tại Trường Đại học Hồng Đức như sau:

3.5.1. Ma trận SWOT trong quản lý đào tạo

Bảng 3. Ma trận SWOT trong quản lý đào tạo

ĐIỂM MẠNH (STRENGTHS)	ĐIỂM YẾU (WEAKNESSES)
- CTĐT định hướng ứng dụng rõ nét (70% thực hành). - Gắn kết chặt chẽ với nhu cầu chuyển đổi số địa phương. - Sức hút tuyển sinh tăng trưởng nhanh (140% năm 2024).	- Đội ngũ giảng viên thiếu chuyên gia thực chiến từ doanh nghiệp. - Hạ tầng Studio và bản quyền phần mềm chưa đồng bộ. - Kinh phí đầu tư đặc thù cho công nghệ MMC còn hạn chế.

CƠ HỘI (OPPORTUNITIES)	THÁCH THỨC (THREATS)
- Xu hướng kinh tế số và nhu cầu nhân lực MMC tăng mạnh. - Chính sách thúc đẩy kinh tế sáng tạo của tỉnh Thanh Hóa. - Sự phát triển của các nền tảng học liệu số trực tuyến.	- Cạnh tranh từ các đại học lớn ở Hà Nội có thương hiệu lâu năm. - Tốc độ thay đổi công nghệ nhanh hơn tốc độ cập nhật CTĐT. - Thị trường lao động MMC tại địa phương chưa thực sự đa dạng.

3.5.2. Thảo luận chiến lược

Dựa trên kết quả phân tích, bài viết thảo luận về 03 “điểm nghẽn” cốt lõi mà các đại học địa phương cần giải quyết khi quản lý ngành đào tạo mới này:

Chiến lược thích nghi (SO): Tận dụng sự bùng nổ của truyền thông số tại địa phương để biến Thanh Hóa thành “phòng thí nghiệm thực tế” cho sinh viên. Thay vì cạnh tranh với các trường lớn ở mảng lý thuyết, trường cần tập trung vào mảng truyền thông cộng đồng và truyền thông doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) tại địa bàn.

Chiến lược khắc phục (WO): Để giải quyết bài toán thiếu hụt giảng viên chuyên sâu tại tỉnh, Nhà trường cần áp dụng mô hình “Chuyên gia thỉnh giảng trực tuyến” kết hợp trực tiếp. Việc mời các chuyên gia từ Hà Nội hay TP.HCM giảng dạy các chuyên đề hẹp thông qua nền tảng số là giải pháp quản lý tối ưu về chi phí và chất lượng.

Chiến lược bền vững (ST/WT): Đầu tư cho MMC là cuộc đua về ngân sách. Giải pháp không chỉ nằm ở vốn ngân sách mà phải là xã hội hóa đào tạo. Mô hình “Co-working space” hoặc “Studio liên kết” đặt tại trường nhưng do doanh nghiệp đầu tư thiết bị là hướng đi giúp sinh viên tiếp cận công nghệ mới nhất mà không gây áp lực tài chính cho Nhà trường.

3.6. Đề xuất định hướng phát triển giai đoạn 2025 – 2030

Dựa trên kết quả đánh giá theo mô hình CIPP và phân tích SWOT, nghiên cứu đề xuất 03 nhóm giải pháp trọng tâm nhằm nâng cao chất lượng quản lý đào tạo ngành MMC tại Trường Đại học Hồng Đức:

3.6.1. Nhóm giải pháp về Quản trị chương trình và Nội dung đào tạo

Cập nhật chương trình theo hướng linh hoạt (Agile Curriculum): Xây dựng cơ chế điều chỉnh định kỳ (hàng năm) đối với các học phần công nghệ. Bổ sung các nội dung về Trí tuệ nhân tạo (AI) trong sáng tạo nội dung, Truyền thông dữ liệu và Quản trị khủng hoảng số để bắt kịp tốc độ thay đổi của thị trường. Mọi sự điều chỉnh về cấu trúc chương trình đào tạo và chuẩn đầu ra tại Trường Đại học Hồng Đức đều phải đảm bảo tính thống nhất và bám sát các quy định về chuẩn chương trình đào tạo hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo [6].

Chuẩn hóa đầu ra theo khung năng lực nghề nghiệp: Rà soát chuẩn đầu ra dựa trên sự đối sánh với các tiêu chuẩn quốc tế và nhu cầu thực tế của các tập đoàn truyền thông lớn, giúp sinh viên có khả năng làm việc tại các thị trường ngoài tỉnh.

3.6.2. Nhóm giải pháp về Nguồn lực và Đảm bảo chất lượng (Input)

Phát triển mô hình Studio-Lab: Chuyển đổi các phòng thực hành truyền thống thành

không gian sáng tạo tích hợp. Đầu tư có trọng điểm vào hệ thống máy quay, thiết bị livestream chuyên dụng và bản quyền phần mềm thiết kế để sinh viên được tiếp cận môi trường làm việc chuẩn mực ngay tại trường. Việc ứng dụng các nền tảng học tập trực tuyến và số hóa học liệu là bước đi tất yếu để nâng cao chất lượng đào tạo trong kỷ nguyên số [2].

Nâng cao năng lực đội ngũ theo mô hình “Giảng viên - Nghệ sĩ”: Khuyến khích giảng viên tham gia các dự án thực tế tại doanh nghiệp hoặc thực hiện các sản phẩm truyền thông thương mại. Đồng thời, thiết lập cơ chế “Giảng viên thỉnh giảng ảo” để thu hút các chuyên gia đầu ngành tham gia giảng dạy các chuyên đề chuyên sâu thông qua nền tảng trực tuyến.

3.6.3. Nhóm giải pháp về Kết nối và Hệ sinh thái đào tạo (Process & Product)

Xây dựng liên minh Nhà trường - Doanh nghiệp bền vững: Không chỉ dừng lại ở việc gửi sinh viên đi thực tập, cần mời doanh nghiệp tham gia trực tiếp vào khâu thẩm định chương trình và đánh giá đồ án tốt nghiệp.

Thúc đẩy “Kinh tế thực hành”: Khuyến khích các câu lạc bộ sinh viên, các nhóm dự án nhận thực hiện các đơn hàng truyền thông nhỏ cho các đơn vị trong và ngoài trường. Đây là cách tốt nhất để tạo ra “Sản phẩm (Product)” thực tế và tăng thu nhập, tái đầu tư cho học liệu của sinh viên.

4. KẾT LUẬN

Việc triển khai đào tạo ngành Truyền thông đa phương tiện tại Trường Đại học Hồng Đức trong giai đoạn 2023 - 2025 là một bước đi đúng đắn, kịp thời, đáp ứng xu thế chuyển đổi số và nhu cầu nhân lực của địa phương. Qua đánh giá theo mô hình CIPP, nghiên cứu đã chỉ ra rằng dù đạt được những kết quả khả quan về quy mô tuyển sinh và định hướng ứng dụng, ngành học vẫn đang đối mặt với những “nút thắt” về hạ tầng kỹ thuật và sự thiếu hụt chuyên gia thực chiến.

Trong giai đoạn 2025 - 2030, để khẳng định bản sắc và nâng cao vị thế cạnh tranh, Nhà trường cần chuyển dịch từ mô hình quản lý hành chính sang mô hình quản trị chất lượng dựa trên sản phẩm và kết nối doanh nghiệp nhằm khẳng định vị thế của một trường đại học địa phương trong việc cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao cho tỉnh Thanh Hóa và khu vực lân cận. Những giải pháp mang tính hệ thống được đề xuất trong bài viết không chỉ có giá trị thực tiễn đối với Trường Đại học Hồng Đức mà còn là tài liệu tham khảo cho các trường đại học địa phương khác trong kỷ nguyên số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đinh Thị Thúy Hằng (2019), *Kỹ năng tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông đa phương tiện*, Nxb. Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
- [2] Đỗ Văn Xê (2020), *Chuyển đổi số trong giáo dục đại học*, Tạp chí Giáo dục, Hà Nội.
- [3] Nguyễn Thành Lợi (2020), *Truyền thông số: Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
- [4] Stufflebeam, D. L. (2003), *The CIPP Model for Evaluation*, Boston, MA: Kluwer Academic Publishers.

- [5] Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”*, Hà Nội.
- [6] Bộ Giáo dục và Đào tạo (2021), *Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT quy định về chuẩn chương trình đào tạo*, Hà Nội.

EVALUATING THE QUALITY OF MULTIMEDIA COMMUNICATIONS TRAINING AT HONG DUC UNIVERSITY USING THE CIPP MODEL

Nguyen Dinh Thinh, Trinh Thi Phu, Nguyen The Cuong, Le Thi Hong Ha

ABSTRACT

In the digital economy, the Multimedia Communications major at Hong Duc University plays a vital role in supplying creative human resources. Utilizing the CIPP model, this study comprehensively evaluates training practices from 2023 to 2025 through document analysis and descriptive statistics. Results confirm that the university's training objectives align well with local demands, achieving high enrollment efficiency. The paper also identifies limitations in specialized technical infrastructure and the practical experience of the faculty. Based on a SWOT analysis, the authors propose strategic solutions for 2025 to 2030, focusing on university-industry partnerships and agile quality management to enhance the institution's position within the educational system.

Keywords: *Multimedia Communications, CIPP model, Educational Management, digital transformation, Hong Duc University.*

* Ngày nộp bài: 18/05/2026; Ngày gửi phản biện: 12/06/2026; Ngày duyệt đăng: 15/07/2026