

Số: /KH-UBND *Đồng Nai, ngày tháng năm 2026*

KẾ HOẠCH
Triển khai thực hiện Chiến lược truyền thông quảng bá
hình ảnh thành phố Đồng Nai ra nước ngoài
giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045

Thực hiện Quyết định số 942/QĐ-BVHTTDL ngày 24/4/2026 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Kế hoạch thực hiện Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045,

UBND thành phố ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 như sau:

I. QUAN ĐIỂM VÀ YÊU CẦU

1. Quan điểm

a) Việc xây dựng và triển khai kế hoạch truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai phải gắn với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, văn hóa, du lịch, thương mại, đầu tư và hội nhập quốc tế của địa phương; phát huy giá trị văn hóa, con người, bản sắc, tiềm năng và lợi thế riêng có của địa phương trong tổng thể hình ảnh quốc gia Việt Nam.

b) Truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai cần chuyển mạnh từ tư duy tuyên truyền đơn lẻ sang truyền thông chiến lược, hiện đại, tích hợp đa nền tảng; tăng cường ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và các phương thức truyền thông mới để nâng cao hiệu quả tiếp cận công chúng quốc tế.

c) Quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai năng động, thân thiện, giàu bản sắc văn hóa, có môi trường đầu tư thuận lợi, góp phần nâng cao vị thế, hình ảnh trong quá trình hội nhập quốc tế.

d) Đẩy mạnh truyền thông đối ngoại, quảng bá các giá trị văn hóa, du lịch, con người thành phố Đồng Nai; góp phần thu hút đầu tư, phát triển du lịch, thương mại và giao lưu hợp tác quốc tế.

đ) Phát huy vai trò, trách nhiệm phối hợp chặt chẽ giữa các Sở, ban, ngành, địa phương trong công tác truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia và địa phương; huy động nguồn lực xã hội tham gia thực hiện.

2. Yêu cầu

a) Việc triển khai Kế hoạch phải bảo đảm thiết thực, hiệu quả, phù hợp chức năng, nhiệm vụ của từng cơ quan, đơn vị; có phân công trách nhiệm cụ thể, rõ tiến độ thực hiện.

b) Nội dung truyền thông phải chính xác, khách quan, tích cực, phù hợp định hướng thông tin đối ngoại của Đảng và Nhà nước; thể hiện rõ bản sắc văn hóa, con người, tiềm

năng, thế mạnh và khát vọng phát triển của địa phương; phù hợp với đặc điểm văn hóa, ngôn ngữ và nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng.

c) Tăng cường ứng dụng công nghệ số, nền tảng số và mạng xã hội trong công tác truyền thông quảng bá.

d) Việc triển khai phải bảo đảm nguyên tắc “6 rõ”: rõ người, rõ việc, rõ trách nhiệm, rõ thời gian, rõ nguồn lực và rõ kết quả.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Triển khai hiệu quả Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2030, tầm nhìn đến năm 2045 trên địa bàn thành phố Đồng Nai; nâng cao mức độ nhận diện, thiện cảm và sự quan tâm của công chúng quốc tế đối với hình ảnh thành phố Đồng Nai gắn với hình ảnh quốc gia; góp phần thúc đẩy phát triển du lịch, thu hút đầu tư, mở rộng hợp tác quốc tế, quảng bá văn hóa, con người Đồng Nai và nâng cao vị thế của địa phương trong tiến trình hội nhập quốc tế.

2. Mục tiêu cụ thể

a) Xây dựng và phát triển hệ thống nội dung, dữ liệu và sản phẩm truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai đồng bộ, hiện đại, có khả năng kết nối với hệ sinh thái truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia.

b) Xác định và quảng bá hiệu quả các trụ cột hình ảnh tiêu biểu của thành phố Đồng Nai gắn với hình ảnh Việt Nam giàu bản sắc văn hóa, ổn định, sáng tạo, hội nhập và phát triển bền vững.

c) Tăng cường hiện diện của thành phố Đồng Nai trên các nền tảng truyền thông số, mạng xã hội, báo chí quốc tế và các hoạt động đối ngoại, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch.

d) Từng bước hình thành ngân hàng dữ liệu số, hình ảnh, video, câu chuyện truyền thông về thành phố Đồng Nai phục vụ kết nối với hệ thống dữ liệu truyền thông quốc gia.

đ) Xây dựng cơ chế theo dõi, đánh giá hiệu quả truyền thông dựa trên dữ liệu số và phân tích xu hướng truyền thông quốc tế.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Đổi mới nhận thức và tư duy truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai ra nước ngoài

a) Nâng cao nhận thức của các ngành, địa phương, cơ quan báo chí, doanh nghiệp và Nhân dân về vai trò, ý nghĩa của công tác truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai trong tổng thể truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia Việt Nam.

b) Chuyển mạnh từ tư duy tuyên truyền đơn lẻ sang truyền thông chiến lược, chủ động, hiện đại, lấy công chúng quốc tế làm trung tâm; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong công tác truyền thông quảng bá.

c) Tăng cường tuyên truyền về giá trị văn hóa, lịch sử, truyền thống cách mạng, con người Đồng Nai; thành tựu phát triển kinh tế - xã hội, môi trường đầu tư, tiềm năng du lịch và khát vọng phát triển của thành phố gắn với hình ảnh Việt Nam năng động, sáng tạo, thân thiện và hội nhập.

d) Tổ chức hoặc tham gia các hội nghị, hội thảo, lớp tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ về truyền thông đối ngoại, truyền thông quốc tế và truyền thông số do các Bộ, ban, ngành Trung ương tổ chức.

(Chi tiết tại Phụ lục I kèm theo).

2. Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông

a) Rà soát, xác định các trụ cột hình ảnh tiêu biểu của thành phố Đồng Nai để xây dựng và định vị hình ảnh địa phương trên môi trường truyền thông trong và ngoài nước.

b) Xây dựng hệ thống câu chuyện truyền thông gắn với văn hóa, lịch sử, di sản, con người, du lịch, sản phẩm đặc trưng, đổi mới sáng tạo, phát triển xanh và bền vững của thành phố.

c) Xây dựng hệ thống thông điệp truyền thông phù hợp với định hướng truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia và điều kiện thực tiễn của thành phố Đồng Nai.

d) Phát triển nội dung truyền thông đa phương tiện, đa nền tảng, đa ngôn ngữ phù hợp với từng thị trường và nhóm công chúng.

đ) Các hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai phải đảm bảo thống nhất với định hướng, thông điệp và hình ảnh quốc gia theo hướng dẫn của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

(Chi tiết tại Phụ lục II kèm theo).

3. Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai

a) Xây dựng hệ sinh thái truyền thông số

- Xây dựng, chuẩn hóa, số hóa dữ liệu truyền thông của thành phố phục vụ công tác thông tin đối ngoại và quảng bá hình ảnh địa phương.

- Phát triển các sản phẩm truyền thông số đa nền tảng, đa phương tiện, ứng dụng công nghệ hiện đại nhằm nâng cao hiệu quả tiếp cận công chúng quốc tế.

- Tăng cường ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) trong sản xuất, phân phối và đánh giá hiệu quả truyền thông.

- Từng bước xây dựng cơ sở dữ liệu số về hình ảnh, video, sản phẩm truyền thông, tư liệu văn hóa, du lịch, đầu tư của thành phố; kết nối, chia sẻ dữ liệu với hệ thống truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia theo hướng dẫn của cơ quan có thẩm quyền.

- Tăng cường phối hợp với các cơ quan báo chí Trung ương, báo chí đối ngoại nhằm lan tỏa nội dung tích cực về thành phố Đồng Nai.

b) Tăng cường năng lực quản trị truyền thông và xử lý khủng hoảng truyền thông quốc tế

- Chủ động theo dõi, phát hiện, phân tích các xu hướng dư luận liên quan đến thành phố Đồng Nai và Việt Nam trên báo chí, mạng xã hội và các nền tảng số.

- Kịp thời phát hiện, ngăn chặn và xử lý các thông tin sai lệch, xuyên tạc ảnh hưởng đến hình ảnh quốc gia và địa phương.

- Chủ động cung cấp thông tin chính thống, nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách, góp phần bảo vệ hình ảnh Việt Nam nói chung và thành phố Đồng Nai nói riêng trên môi trường số quốc tế.

- Chủ động phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao, các cơ quan Trung ương và các đơn vị liên quan trong cung cấp thông tin chính thống, định hướng dư luận và lan tỏa thông tin tích cực.

(Chi tiết tại Phụ lục III kèm theo).

4. Nâng cao hiệu quả phối hợp liên ngành và huy động nguồn lực xã hội

a) Thiết lập và duy trì cơ chế phối hợp giữa các Sở, ban, ngành, địa phương, cơ quan báo chí, doanh nghiệp, hiệp hội và các tổ chức liên quan trong triển khai công tác truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai.

b) Đẩy mạnh gắn kết giữa công tác thông tin đối ngoại với xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch, văn hóa, thể thao và đối ngoại nhân dân.

c) Phát huy vai trò của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, chuyên gia, nhà khoa học, văn nghệ sĩ, người có ảnh hưởng và các đối tác quốc tế trong quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai.

d) Khuyến khích huy động nguồn lực xã hội hóa, hợp tác công - tư trong xây dựng, sản xuất và lan tỏa các sản phẩm truyền thông chất lượng cao.

(Chi tiết tại Phụ lục IV kèm theo).

5. Phát triển nhân lực và năng lực truyền thông

a) Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng về truyền thông số, truyền thông đa phương tiện cho đội ngũ cán bộ làm công tác thông tin đối ngoại.

b) Nâng cao năng lực xây dựng nội dung số, quản trị nền tảng số, sản xuất sản phẩm truyền thông đa ngôn ngữ cho các cơ quan, đơn vị liên quan.

c) Xây dựng và phát triển mạng lưới cộng tác viên, chuyên gia, nhà sáng tạo nội dung, đối tác truyền thông tham gia quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai.

(Chi tiết tại Phụ lục V kèm theo).

6. Thiết lập cơ chế theo dõi, đánh giá và điều chỉnh linh hoạt

a) Xây dựng cơ chế theo dõi, phân tích và đánh giá hiệu quả truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai.

b) Từng bước ứng dụng dữ liệu số và các công cụ phân tích truyền thông để đánh giá hiệu quả các hoạt động truyền thông đối ngoại.

c) Từng bước áp dụng các chỉ số đo lường mức độ nhận diện, mức độ lan tỏa và cảm nhận của công chúng quốc tế đối với hình ảnh thành phố Đồng Nai.

d) Chủ động rà soát, cập nhật nội dung, thông điệp và phương thức truyền thông phù hợp với xu hướng truyền thông mới và nhu cầu của công chúng.

đ) Định kỳ sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện; kịp thời biểu dương, nhân rộng các mô hình, sáng kiến hiệu quả; đề xuất điều chỉnh nhiệm vụ, giải pháp phù hợp với tình hình thực tế.

(Chi tiết tại Phụ lục VI kèm theo).

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Kinh phí thực hiện Kế hoạch được bố trí từ nguồn ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành và nguồn kinh phí hợp pháp khác (nếu có).

2. Khuyến khích huy động các nguồn lực xã hội hóa; tăng cường lồng ghép với các chương trình, đề án, nhiệm vụ, kế hoạch có liên quan nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng kinh phí, tránh trùng lặp, chồng chéo.

3. Việc lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí thực hiện Kế hoạch này được thực hiện theo quy định của pháp luật

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Đề nghị Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy

a) Định hướng công tác tuyên truyền, bảo đảm thống nhất về nội dung, thông điệp và định hướng dư luận.

b) Chỉ đạo công tác thông tin, tuyên truyền trên hệ thống báo chí, truyền thông của thành phố gắn với nhiệm vụ thông tin đối ngoại.

2. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

a) Chủ trì hướng dẫn, đôn đốc, theo dõi, kiểm tra, giám sát và đánh giá việc thực hiện Kế hoạch của các cơ quan, đơn vị.

b) Chủ động tham mưu UBND thành phố trong việc phối hợp với các cơ quan, tổ chức có liên quan để triển khai các nhiệm vụ liên ngành (nếu có).

c) Tổng hợp tình hình, kết quả thực hiện; thực hiện chế độ báo cáo định kỳ hằng năm (**trước ngày 15 tháng 11**) và báo cáo đột xuất theo yêu cầu.

d) Chủ động triển khai chi tiêu, quản lý và sử dụng kinh phí đảm bảo tiết kiệm, hiệu quả, đúng chế độ, tiêu chuẩn, định mức theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các quy định về chi tiêu hiện hành.

đ) Chủ trì tổng hợp dự toán kinh phí thực hiện Kế hoạch của cơ quan, đơn vị được giao nhiệm vụ và gửi Sở Tài chính trình cấp có thẩm quyền xem xét, phê duyệt.

e) Phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan cung cấp thông tin cho các cơ quan báo chí để tăng cường tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Việt Nam gắn với quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai thông qua các chuyên trang, chuyên mục, tin, bài, phóng sự, chương trình truyền thông và các sản phẩm truyền thông số phù hợp với từng nhóm công chúng; tuyên truyền về các giá trị văn hóa, con người, thành tựu phát triển kinh tế - xã hội, môi trường đầu tư, tiềm năng hợp tác, các sự kiện chính trị, văn hóa, thể thao, du lịch tiêu biểu của thành phố Đồng Nai.

3. Sở Ngoại vụ

a) Phối hợp lồng ghép hoạt động quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai trong các hoạt động đối ngoại, hợp tác quốc tế, đoàn ra, đoàn vào và các sự kiện đối ngoại của thành phố.

b) Kết nối với các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài, tổ chức quốc tế, đối tác nước ngoài nhằm hỗ trợ quảng bá hình ảnh địa phương.

c) Phối hợp kết nối với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, các hội hữu nghị, tổ chức quốc tế và đối tác nước ngoài để hỗ trợ quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

a) Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan triển khai ứng dụng công nghệ số, nền tảng số trong xây dựng, quản lý và lan tỏa nội dung truyền thông.

b) Hướng dẫn triển khai thông tin đối ngoại trên môi trường số theo chức năng, nhiệm vụ.

c) Hỗ trợ xây dựng, quản lý và khai thác cơ sở dữ liệu số, nền tảng số phục vụ công tác truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai.

d) Phối hợp, tham mưu đề xuất pháp kỹ thuật, hạ tầng công nghệ thông tin phục vụ xây dựng, quản lý và khai thác cơ sở dữ liệu số, nền tảng số phục vụ công tác truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai đảm bảo yêu cầu kỹ thuật, hạ tầng, công nghệ theo đúng quy định.

đ) Hướng dẫn, chuyển giao giải pháp công nghệ về trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và các công nghệ số nhằm hỗ trợ các cơ quan, đơn vị trên địa bàn thành phố nâng cao hiệu quả sản xuất, phân phối và đánh giá hiệu quả truyền thông.

5. Sở Tài chính

Trên cơ sở Kế hoạch được phê duyệt và đề xuất kinh phí của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổng hợp, tham mưu UBND thành phố trình Hội đồng nhân dân thành phố xem xét bố trí kinh phí thực hiện phù hợp với khả năng cân đối ngân sách địa phương theo quy định của Luật Ngân sách Nhà nước hiện hành.

6. Các sở, ban, ngành, UBND các xã, phường

a) Căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao chủ động triển khai phù hợp với tình hình thực tế của địa phương.

b) Phối hợp thực hiện các hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương ra nước ngoài.

c) Định kỳ báo cáo kết quả thực hiện về Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp.

7. Trung tâm Xúc tiến đầu tư, Thương mại và Du lịch thành phố

a) Chủ trì lồng ghép quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai trong các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch trong và ngoài nước.

b) Phối hợp xây dựng các sản phẩm truyền thông phục vụ quảng bá môi trường đầu tư, tiềm năng du lịch và các sản phẩm đặc trưng của thành phố.

c) Phối hợp cung cấp thông tin, hình ảnh, dữ liệu phục vụ công tác truyền thông đối ngoại.

8. Báo và phát thanh, truyền hình Đồng Nai

a) Chủ động xây dựng chuyên trang, chuyên mục, tin, bài, phóng sự, sản phẩm truyền thông số tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Việt Nam và thành phố Đồng Nai ra nước ngoài.

b) Tăng cường tuyên truyền các giá trị văn hóa, con người, thành tựu phát triển kinh tế - xã hội, môi trường đầu tư, điểm đến du lịch của thành phố.

c) Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan liên quan xây dựng các nội dung truyền thông chuyên đề, truyền thông đối ngoại theo từng giai đoạn.

9. Liên hiệp các tổ chức hữu nghị thành phố

a) Hỗ trợ, định hướng, tuyên truyền, quảng bá thông qua các hoạt động giao lưu Nhân dân của các Hội Hữu nghị song phương, đa phương.

b) Triển khai Chương trình quốc gia về vận động viện trợ phi chính phủ nước ngoài, kết nối với Tổng Lãnh sự quán các nước, các tổ chức phi chính phủ nước ngoài, các tổ chức quốc tế, các doanh nghiệp FDI; tăng cường quan hệ hữu nghị, sự hiểu biết giữa Nhân dân Đồng Nai với Nhân dân các nước.

c) Tăng cường và đổi mới công tác thông tin đối ngoại thông qua kênh “Nhịp cầu hữu nghị” trên Báo và Phát thanh, truyền hình Đồng Nai và trên bản tin Hữu nghị, Trang thông tin điện tử của Liên hiệp các tổ chức hữu nghị thành phố.

d) Tổ chức các sự kiện đối ngoại theo Chương trình công tác đối ngoại nhân dân của UBND thành phố.

VI. CHẾ ĐỘ BÁO CÁO

Các cơ quan, đơn vị, địa phương định kỳ **trước ngày 05 tháng 11** hằng năm báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ được giao về Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp, báo cáo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, UBND thành phố và cơ quan cấp trên có thẩm quyền theo quy định.

Trên đây là Kế hoạch triển khai thực hiện Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Đồng Nai ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 trên địa bàn thành phố Đồng Nai. UBND thành phố yêu cầu các Sở, ban, ngành, địa phương và đề nghị các cơ quan, đơn vị liên quan triển khai thực hiện hiệu quả, đúng quy định./.

Nơi nhận:

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (báo cáo);
- Thường trực Thành ủy (báo cáo);
- Thường trực HĐND thành phố (b/c);
- Chủ tịch, các PCT UBND thành phố;
- BCĐ công tác thông tin đối ngoại thành phố;
- Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy;
- Các Sở, ban, ngành;
- Báo và phát thanh, truyền hình Đồng Nai;
- Liên hiệp các tổ chức hữu nghị thành phố;
- UBND các xã, phường;
- Chánh, các PVP UBND thành phố;
- Lưu: VT, TH, KGVX (Ng92c/26).

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Lê Trường Sơn