



Tạp chí

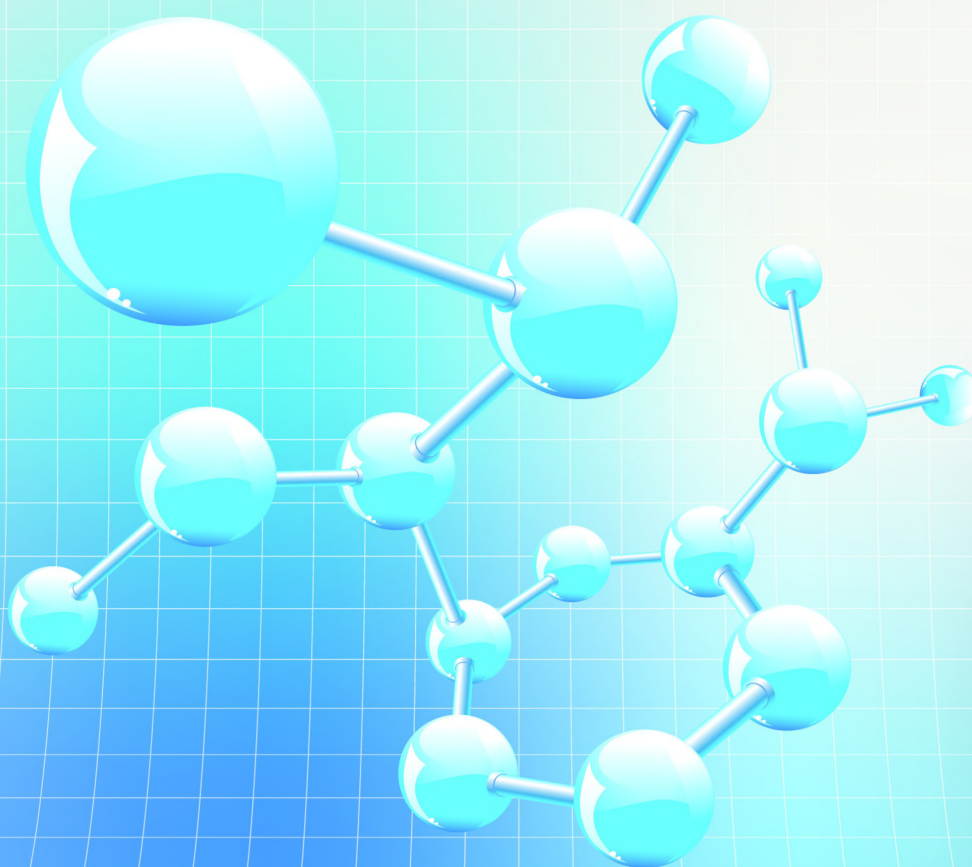
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

Đ A I H Ọ C S A O ĐỎ

SCIENTIFIC JOURNAL - SAO DO UNIVERSITY

P. ISSN 1859-4190

E. ISSN 2815-553X



Số 2 (89)

2025

P. ISSN 1859-4190
E. ISSN 2815-553X

■ **Tổng Biên tập**

TS. Đỗ Văn Đỉnh

■ **Phó Tổng biên tập**

TS. Nguyễn Thị Kim Nguyễn

■ **Thư ký Tòa soạn**

PGS.TS. Ngô Hữu Mạnh

■ **Hội đồng Biên tập**

TS. Nguyễn Thị Kim Nguyễn - Chủ tịch Hội đồng

GS.TS. Phạm Thị Ngọc Yến

PGS.TSKH. Trần Hoài Linh

PGS.TS. Nguyễn Văn Liễn

GS.TSKH. Thân Ngọc Hoàn

GS.TSKH. Bành Tiến Long

GS.TS. Nguyễn Đức Toàn

PGS.TS. Lê Thu Quý

GS.TS. Lê Anh Tuấn

GS.TS. Đinh Văn Sơn

PGS.TS. Trương Thị Thủy

PGS.TS. Nguyễn Thị Bất

GS.TS. Đỗ Quang Kháng

PGS.TS. Ngô Sỹ Lương

PGS.TS. Khuất Văn Ninh

GS.TSKH. Phạm Hoàng Hải

PGS.TS. Đoàn Ngọc Hải

PGS.TS. Nguyễn Ngọc Hà

GS.TS. Yu Ming Zhang

GS.TS. Nguyễn Văn Anh

■ **Ban Biên tập**

TS. Vũ Văn Đông - Trưởng ban

ThS. Đoàn Thị Thu Hằng - Phó Trưởng ban

■ **Editor-in-Chief**

Dr. Do Van Dinh

■ **Vice Editor-in-Chief**

Dr. Nguyen Thi Kim Nguyen

■ **Office Secretary**

Assoc.Prof.Dr. Ngo Huu Manh

■ **Editorial Board**

Dr. Nguyen Thi Kim Nguyen - Chairman

Prof.Dr. Pham Thi Ngoc Yen

Assoc.Prof.Dr.Sc. Tran Hoai Linh

Assoc.Prof.Dr. Nguyen Van Lien

Prof.Dr.Sc. Than Ngoc Hoan

Prof.Dr.Sc. Banh Tien Long

Prof.Dr. Nguyen Duc Toan

Assoc.Prof.Dr. Le Thu Quy

Prof.Dr. Le Anh Tuan

Prof.Dr. Dinh Van Son

Assoc.Prof.Dr. Truong Thi Thuy

Assoc.Prof.Dr. Nguyen Thi Bat

Prof.Dr. Do Quang Khang

Assoc.Prof.Dr. Ngo Sy Luong

Assoc.Prof.Dr. Khuat Van Ninh

Prof.Dr.Sc. Pham Hoang Hai

Assoc.Prof.Dr. Doan Ngoc Hai

Assoc.Prof.Dr. Nguyen Ngoc Ha

Prof.Dr. Yu Ming Zhang

Prof.Dr. Nguyen Van Anh

■ **Editorial**

Dr. Vu Van Dong - Head

MSc. Doan Thi Thu Hang - Deputy Head

Địa chỉ Tòa soạn:

Trường Đại học Sao Đỏ.

Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.

Điện thoại: (0220) 3587213, Fax: (0220) 3882 921, Hotline: 0912 107858/0936 847980.

Website: <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn/>Email: tapchikhcn@saodo.edu.vn.

Giấy phép xuất bản số: 620/GP-BTTTT ngày 17/9/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông.

In 2.000 bản, khổ 21 × 29,7cm, tại Công ty TNHH in Tre Xanh, cấp ngày 17/02/2011.

LIÊN NGÀNH ĐIỆN - ĐIỆN TỬ - TỰ ĐỘNG HÓA

- | | | |
|--|----|---|
| Dự báo tình trạng sức khỏe của pin lithium (SOH) dựa trên mô hình hình tự hồi quy phi tuyến tính có đầu vào ngoại sinh | 5 | Phạm Thành Long
Võ Duy Thành
Nguyễn Bảo Huy
Trần Hoài Linh |
| Mô hình trên máy tính bộ biến đổi hòa hợp tải DC-DC | 11 | Phạm Công Tảo
Phạm Thi Hoan |
| Thiết kế thiết bị đo thông số môi trường sử dụng mạch nhúng ARM và truyền thông LoRa để ứng dụng trong nông nghiệp | 19 | Trần Thị Phương Thảo
Đỗ Văn Đình |
| Nghiên cứu động lực học và trạng thái cơ học của sàng rung sử dụng phương pháp phần tử biên | 27 | Nguyễn Thị Phương Oanh
Nguyễn Thị Sim
Vũ Trí Võ |

LIÊN NGÀNH CƠ KHÍ - ĐỘNG LỰC

- | | | |
|--|----|---|
| Nghiên cứu ảnh hưởng của vật liệu đến chất lượng bề mặt khi miết ép dao động | 34 | Nguyễn Văn Hình
Nguyễn Đức Hải
Đào Văn Kiên |
| Nghiên cứu ảnh hưởng của tốc độ chày và góc nghiêng thành khuôn đến chất lượng sản phẩm trong quá trình dập đa điểm phôi tấm | 40 | Trần Hải Đăng
Nguyễn Hữu Chấn
Trần Văn Diện
Nguyễn Thị Thu |
| Nghiên cứu ảnh hưởng số đường may chần bông, khối lượng tấm bông và số lớp bông đến độ co áo jacket | 45 | Nguyễn Thị Hiền
Phạm Thị Kim Phúc
Đỗ Thị Làn
Nguyễn Văn Đoàn |
| Nghiên cứu ảnh hưởng của một số thông số công nghệ cơ bản đến độ co hình thù vi tính trên vải Pe/Co | 51 | Nguyễn Quang Thoại |

NGÀNH KINH TẾ

- | | | |
|--|----|---|
| Giải pháp Marketing nhằm phát triển du lịch nông thôn trên địa bàn tỉnh Hải Dương | 59 | Vũ Thị Hường
Nguyễn Thị Huế
Nguyễn Thị Thủy |
| Giải pháp truyền thông nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh của Trường Đại học Sao Đỏ | 65 | Ngô Thị Luyện
Nguyễn Thị Ngọc Mai |

NGÀNH KINH TẾ

- Kế toán chi phí môi trường và chi phí xã hội tại các doanh nghiệp FDI trên địa bàn tỉnh Hải Dương: Thực trạng và giải pháp 71 Đinh Thị Kim Thiết
- Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với hoạt động du lịch lễ hội tỉnh Hải Dương 77 Nguyễn Thị Huệ

NGÀNH HÓA HỌC - THỰC PHẨM

- Nghiên cứu tính chất cấu trúc của các cluster $[Mo_6X_{14}]$ ($X = F, Cl, Br, I$) ở 22 EM và năng lượng ion hóa thứ 2 của các cluster $[Mo_6X_{14}]^{2-}$ bằng phương pháp phiếm hàm mật độ 82 Phạm Thị Diệp

NGÀNH KHOA HỌC GIÁO DỤC

- Sử dụng trích đoạn phim trong việc nâng cao kỹ năng nói tiếng Trung Quốc của học sinh sinh viên trong các cơ sở giáo dục đại học 98 Phạm Thị Hồng Trang
- Nghiên cứu và vận dụng các phương pháp dạy học tích cực trong giảng dạy các học phần tiếng Anh căn bản cho sinh viên Trường Đại học Sao Đỏ 94 Tăng Thị Hồng Minh
Trần Thị Mai Hương
Đặng Thị Thanh

LIÊN NGÀNH TRIẾT HỌC - XÃ HỘI HỌC - CHÍNH TRỊ HỌC

- Giáo dục giá trị đạo đức truyền thống dân tộc cho sinh viên Trường Đại học Sao Đỏ hiện nay 101 Nguyễn Thị Hiền
Trần Thị Hồng Nhung
Nguyễn Mạnh Tường
- Đề xuất giải pháp nâng cao năng lực số cho giảng viên trong bối cảnh chuyển đổi số 107 Nguyễn Thị Nhan
- Vận dụng tư tưởng triết học trong Truyện Kiều của Nguyễn Du vào giảng dạy học phần Triết học Mác - Lênin cho sinh viên Trường Đại học Sao Đỏ 112 Đỗ Thị Thùy
Phạm Xuân Đức
Nguyễn Thị Hải Hà
- Giá trị thời đại của tác phẩm “Nâng cao đạo đức cách mạng, quét sạch chủ nghĩa cá nhân” của Chủ tịch Hồ Chí Minh và sự vận dụng của Đảng ta trong công cuộc đấu tranh chống chủ nghĩa cá nhân, xây dựng Đảng hiện nay 118 Phạm Văn Dự
Vũ Hồng Phong

NGÀNH VĂN HÓA - NGHỆ THUẬT - THỂ DỤC THỂ THAO

- Nghiên cứu, ứng dụng các bài tập bổ trợ nhằm nâng cao hiệu quả thi đấu cho đội bóng chuyền hơi nữ sinh viên Trường Đại học Sao Đỏ 124 Hà Đình Soát
Vũ Tiến Hiếu

TITLE FOR ELECTRICITY - ELECTRONICS - AUTOMATION

- | | | |
|---|----|---|
| Prediction of Lithium battery State of Health (SOH) based on a nonlinear autoregressive exogenous model | 5 | Pham Thanh Long
Vo Duy Thanh
Nguyen Bao Huy
Tran Hoai Linh |
| Computer model of the DC-DC matching converter | 11 | Pham Cong Tao
Pham Thi Hoan |
| Designing environment parameter measurement device for agricultural applications using embedded ARM and LoRa communication technology | 19 | Tran Thi Phuong Thao
Do Van Dinh |
| Dynamic and structural analysis of a vibrating sieve using the boundary element method | 27 | Nguyen Thi Phuong Oanh
Nguyen Thi Sim
Vu Tri Vo |

TITLE FOR MECHANICAL AND DRIVING POWER ENGINEERING

- | | | |
|---|----|---|
| Research on the influence of materials on surface quality in oscillating smoothing process | 34 | Nguyen Van Hinh
Nguyen Duc Hai
Dao Van Kien |
| Effect of punching speed and die wall bevel angle on product quality during incremental sheet forming process | 40 | Tran Hai Dang
Nguyen Huu Chan
Tran Van Dien
Nguyen Thi Thu |
| Research on the influence of number of quilted seams, quilted weight and number of quilted layers on jacket shrinkage | 45 | Nguyen Thi Hien
Pham Thi Kim Phuc
Do Thi Lan
Nguyen Van Doan |
| The influence of some embroidery technology factors on the shrinkage of PE/CO fabric when embroidering on computerized machines | 51 | Nguyen Quang Thoai |

TITLE FOR ECONOMICS

- | | | |
|--|----|---|
| Local Marketing solutions to develop rural tourism in Hai Duong province | 59 | Vu Thi Huong
Nguyen Thi Hue
Nguyen Thi Thuy |
| The communication solutions to enhance the effectiveness of enrollment work at Sao Do University | 65 | Ngo Thi Luyen
Nguyen Thi Ngoc Mai |

TITLE FOR ECONOMICS

- Environmental cost and social cost accounting at FDI enterprises in Hai Duong province: Current situation and solutions 71 Dinh Thi Kim Thiet
- Factors affecting the satisfaction of domestic tourists with the festival tourism activities in Hai Duong province 77 Nguyen Thi Hue

TITLE FOR CHEMISTRY - FOOD

- Study of the structural properties of clusters $[Mo_6X_{14}]$ ($X = F, Cl, Br, I$) at 22 EM and the second ionization energy of clusters $[Mo_6X_{14}]^{2-}$ by the density functional method 82 Pham Thi Diep

TITLE FOR EDUCATION SCIENCE

- Using movie clips to improve the Chinese speaking skills of students in higher education institutions 88 Pham Thi Hong Trang
- Research and application of active teaching methods in teaching basic English course for students at Sao Do University 94 Tang Thi Hong Minh
Tran Thi Mai Huong
Dang Thi Thanh

TITLE FOR PHILOSOPHY - SOCIOLOGY - POLITICAL SCIENCE

- Educating traditional moral values of the nation for students at Sao Do University today 101 Nguyen Thi Hien
Tran Thi Hong Nhung
Nguyen Manh Tuong
- Proposing solutions to improve digital capacity for lecturers in the context of digital transformation 107 Nguyen Thi Nhan
- Research and apply philosophical ideas in Nguyen Du's The Tale of Kieu in teaching the Marxist-Leninist philosophy module for students at Sao Do University 112 Do Thi Thuy
Pham Xuan Duc
Nguyen Thi Hai Ha
- The contemporary value of the work "Improving revolutionary morality, wiping out individualism" by President Ho Chi Minh and its application by our Party in the current struggle against individualism and party building 118 Pham Van Du
Vu Hong Phong

TITLE FOR CULTURE - ALGORITHMS - SPORTS

- Research and application of supplementary exercises to enhance the performance of the female volleyball team of Sao Do University students 124 Ha Dinh Soat
Vu Tien Hieu

Giải pháp truyền thông nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh của Trường Đại học Sao Đỏ

The communication solutions to enhance the effectiveness of enrollment work at Sao Do university

Ngô Thị Luyện*, Nguyễn Thị Ngọc Mai

*Tác giả liên hệ: ngothiluyendhsd@gmail.com

Trường Đại học Sao Đỏ

Ngày nhận bài: 25/12/2024

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 25/4/2025

Ngày chấp nhận đăng: 02/6/2025

Tóm tắt

Các trường đại học tại Việt Nam nói chung, Trường Đại học Sao Đỏ nói riêng đang đẩy mạnh hoạt động truyền thông để nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh. Vì vậy, nghiên cứu giải pháp truyền thông nhằm nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh là yêu cầu cấp thiết. Bài nghiên cứu không chỉ đánh giá hiệu quả của việc sử dụng các giải pháp truyền thông trong tuyển sinh, mà còn giúp nâng cao chất lượng công tác tuyển sinh tại Trường Đại học Sao Đỏ. Nghiên cứu giúp nhà trường hiểu rõ các kênh truyền thông hiện tại và đề xuất cải tiến, điều chỉnh phù hợp để tăng cường hiệu quả việc sử dụng các giải pháp truyền thông trong công tác tuyển sinh. Qua khảo sát ý kiến của thí sinh và cán bộ nhà trường, nghiên cứu cung cấp một số thông tin quan trọng về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường, từ đó giúp xây dựng chiến lược truyền thông về công tác tuyển sinh hiệu quả hơn. Các giải pháp đề xuất có thể nâng cao tỷ lệ tuyển sinh, duy trì và phát triển mối quan hệ với cộng đồng học sinh, sinh viên, góp phần nâng cao vị thế của trường trong hệ thống giáo dục đại học.

Từ khóa: Truyền thông; tuyển sinh; đại học.

Abstract

Universities in Vietnam in general, Sao Do University in particular, are promoting communication activities to improve enrollment effectiveness. Therefore, researching communication solutions to enhance the effectiveness of enrollment is an urgent requirement. This study not only evaluates the effectiveness of using communication solutions in enrollment, but also helps improve the quality of enrollment at Sao Do University. The study helps the university understand the current communication channels and propose appropriate improvements and adjustments to increase the effectiveness of using communication solutions in enrollment. Through a survey of candidates and university staff, the study provides some important information about the factors influencing university choice, thereby supporting the development of a more effective communication strategy. The proposed solutions are expected to increase the enrollment rate, maintain and strengthen relationships with the student community and contribute to enhancing the university's position in the higher education system.

Keywords: Communication; recruitment; university.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh cạnh tranh tuyển sinh giữa các cơ sở giáo dục đại học ngày càng gay gắt, Trường Đại học Sao Đỏ chú trọng đẩy mạnh các hoạt động truyền thông nhằm nâng cao hiệu quả tuyển sinh. Việc sử dụng các kênh truyền thông một cách hợp lý và hiệu quả không chỉ giúp nhà trường thu hút lượng lớn thí sinh, mà còn góp phần xây dựng hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ, gia tăng uy tín trong cộng đồng học sinh và sinh viên. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, các trường đại học dù đã thực hiện nhiều chiến lược truyền thông khác nhau, điều này thể hiện rõ qua nhiều bài nghiên

cứu của các tác giả như: Nguyễn Minh Tư, “*Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng truyền thông của Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Hà Nội*”; Ngô Xuân Hiếu, “*Nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông tuyển sinh trực tuyến tại Trường Đại học Thủ đô Hà Nội*”,... nhưng kết quả vẫn chưa đạt được chỉ tiêu tuyển sinh hằng năm.

Theo Báo cáo “VNUR toàn cảnh giáo dục đại học Việt Nam 2024”, hiện nay Việt Nam có 240 cơ sở giáo dục đại học, bao gồm 7 đại học, 216 trường đại học và 17 học viện [8]. Sự phát triển nhanh chóng về số lượng của cơ sở giáo dục đại học dẫn đến tình trạng cạnh tranh khốc liệt trong việc thu hút thí sinh. Năm 2024 có 1.071.393 thí sinh đăng ký tham gia kỳ thi tốt nghiệp THPT, trong đó hơn 733.000 thí sinh đã

Người phản biện: 1. TS. Nguyễn Minh Tuấn
2. PGS.TS. Lê Xuân Đình

đăng ký nguyện vọng xét tuyển đại học, chiếm khoảng 68,5% tổng số thí sinh [7]. Đây là con số cho thấy tầm quan trọng của công tác tuyển sinh đối với các cơ sở giáo dục đại học.

Vì vậy, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp truyền thông nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh là vô cùng cấp thiết. Bài nghiên cứu tập trung đánh giá hiệu quả các hoạt động truyền thông tại Trường Đại học Sao Đỏ hiện nay; đề xuất các giải pháp cụ thể để cải thiện và tối ưu hóa các kênh truyền thông, qua đó nâng cao chất lượng công tác tuyển sinh trong thời gian tới.

2. TỔNG QUAN TRUYỀN THÔNG TRONG TUYỂN SINH

Truyền thông là quá trình trao đổi thông tin giữa các bên nhằm tạo ra sự hiểu biết, nhận thức và tác động đến hành vi của đối tượng mục tiêu. Trong bối cảnh tuyển sinh đại học, truyền thông không chỉ cung cấp thông tin về các chương trình đào tạo, mà còn là một công cụ chiến lược để xây dựng hình ảnh, quảng bá thương hiệu của trường và thu hút thí sinh.

Theo tác giả Nguyễn Văn Tuấn: “Truyền thông tuyển sinh là quá trình cơ sở giáo dục đào tạo cung cấp, quảng bá, giới thiệu rộng rãi thông tin về cơ sở vật chất, đội ngũ nhân lực, các ngành nghề đào tạo, chất lượng đào tạo, các chính sách khuyến khích, đãi ngộ... đến đối tượng tiếp nhận là người có nhu cầu học tập nhằm giúp người học lựa chọn thi/đăng ký vào học các ngành nghề mà cơ sở giáo dục đào tạo hiện có phù hợp với bản thân mình”.

Dựa trên thực tiễn hoạt động truyền thông của Trường Đại học Sao Đỏ và mục tiêu truyền thông trong tuyển sinh, truyền thông tuyển sinh đại học bao gồm tất cả các hoạt động và phương thức nhằm giới thiệu thông tin về nhà trường, chương trình đào tạo, môi trường học tập và cơ hội nghề nghiệp đến thí sinh. Qua đó, giúp thí sinh có cơ sở để đưa ra quyết định chọn trường phù hợp. Các hình thức truyền thông trong tuyển sinh bao gồm: Quảng cáo, tổ chức sự kiện, tư vấn tuyển sinh trực tiếp, sử dụng mạng xã hội, email marketing và các hoạt động truyền thông trực tuyến khác.

3. THỰC THẠNG CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG TRONG TUYỂN SINH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

3.1. Thực trạng công tác truyền thông tuyển sinh tại Trường Đại học Sao Đỏ

Năm 2024, công tác truyền thông tuyển sinh được lãnh đạo Trường Đại học Sao Đỏ đặc biệt quan tâm, với phương châm rõ ràng: “Thông tin nhanh - Lan tỏa rộng - Dễ tìm - Dễ thấy - Hiệu quả cao”. Đây là kim chỉ nam định hướng cho toàn bộ hoạt động truyền thông, nhằm xây dựng hình ảnh nhà trường và gia tăng hiệu quả tuyển sinh. Công tác truyền thông của nhà trường hằng năm được thực hiện dưới hai hình thức: Truyền thông thông qua website, fanpage, các kênh báo chí và truyền thông trực tiếp (Tư vấn tuyển sinh trực tiếp tại các trường THPT và Trung tâm GDNN-GDTX).

a. Truyền thông qua website, fanpage và các kênh báo chí

Website và fanpage chính thức:

Trong năm 2024, Trường Đại học Sao Đỏ đã tích cực thực hiện truyền thông qua Website và fanpage chính thức của trường. Cụ thể, đăng tải 336 tin, bài, video clip trên website chính thức và 539 bài viết trên fanpage Facebook, với nội dung phong phú, đa dạng về hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, hợp tác doanh nghiệp, văn hóa, thể thao. Ngoài ra, nhà trường còn thực hiện chiến dịch quảng cáo trên Facebook (từ 10/3 đến 30/10/2024) đã tiếp cận 1.865.332 lượt học sinh, nâng số lượng người theo dõi fanpage lên 23.362 người. Tuy nhiên, số lượng thí sinh nhập học còn thấp (1.075 học sinh) đạt tỷ lệ 0,057%/lượt tiếp cận và đạt 4,6%/người theo dõi.

Hoạt động tư vấn trực tuyến và truyền thông báo chí của Trường Đại học Sao Đỏ.

Trường Đại học Sao Đỏ đã triển khai tư vấn trực tuyến chuyên nghiệp, giải đáp hơn 1.200 câu hỏi của thí sinh và phụ huynh về ngành học, điều kiện xét tuyển và cơ hội việc làm. Với tổ tư vấn trực tuyến hoạt động 24/24, gồm các giảng viên giàu kinh nghiệm, nhà trường đảm bảo phản hồi nhanh chóng và chính xác, tập trung giới thiệu ngành đào tạo, phương thức tuyển sinh và chính sách hỗ trợ.

Bên cạnh đó, nhà trường phối hợp với các báo điện tử uy tín như: Dân trí, Giáo dục và Thời đại, Báo Công Thương, Tiền phong và Hải Dương, đăng tải 15 bài viết chất lượng về những chuyên ngành đào tạo của trường, phương thức xét tuyển và những câu chuyện thành công của cựu sinh viên Trường Đại học Sao Đỏ. Đồng thời, hợp tác với Đài PT-TH Hải Dương thực hiện các bản tin và phóng sự giới thiệu chương trình tuyển sinh, góp phần nâng cao nhận diện thương hiệu và thu hút thí sinh trên toàn quốc.

b. Tư vấn tuyển sinh trực tiếp tại các trường THPT và trung tâm GDNN-GDTX

Hoạt động tổ chức tư vấn tuyển sinh của Trường Đại học Sao Đỏ.

Nhà trường đã thành lập 30 đoàn tư vấn, tổ chức tại 150 trường THPT và Trung tâm GDNN-GDTX trên địa bàn các tỉnh như: Hải Dương, Bắc Ninh, Bắc Giang, Quảng Ninh, Hải Phòng và Thái Bình. Các đoàn tư vấn tiếp cận linh động qua lớp học, giờ chào cờ và buổi định hướng nghề nghiệp, tư vấn cho 1.290 lớp học với 54.085 học sinh lớp 12. Kết quả, 3.032 thí sinh đăng ký nguyện vọng học tại trường và phòng tuyển sinh đã hỗ trợ tư vấn sâu, giúp thí sinh đăng ký xét tuyển và nhập học.

Hỗ trợ chuyên sâu

Tổ chức tổ tư vấn tại 20 trường trọng điểm, tuyển sinh được 441 sinh viên nhập học, tăng 83 sinh viên so với năm 2023. Tuy nhiên, hiệu quả tại một số trường như: THPT Kinh Môn 2, THPT Gia Lộc 2, THPT Cẩm Giàng 2 và THPT Thanh Bình chưa cao.

Hoạt động trải nghiệm

Nhà trường tổ chức chương trình trải nghiệm và định hướng nghề nghiệp cho học sinh các trường như: THPT Quế Võ 3, THPT Phố Mới, THPT Ninh Giang 2, và Trung tâm GDNN-GDTX Ninh Giang. Những hoạt động này giúp học sinh hiểu rõ hơn về ngành học và môi trường học tập, tạo niềm tin và sức hút đối với thí sinh.

Phối hợp với giáo viên

Trường Đại học Sao Đỏ đã hợp tác với 15 giáo viên tại các trường THPT và Trung tâm GDNN-GDTX, hỗ trợ tư vấn giúp 108 sinh viên nhập học.

c. Hiệu quả công tác truyền thông tuyển sinh

Để đánh giá hiệu quả công tác truyền thông tuyển sinh, trong năm 2024, Trường Đại học Sao Đỏ đã tiến hành một khảo sát đối với 914 sinh viên nhập học để đánh giá hiệu quả công tác truyền thông tuyển sinh. Mục tiêu của khảo sát là thu thập ý kiến phản hồi từ sinh viên về các hoạt động truyền thông liên quan đến thông tin tuyển sinh, tư vấn ngành học và các kênh truyền thông trực tuyến.

Khảo sát được thực hiện dựa trên các tiêu chí đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên, với thang điểm từ 1 đến 5, trong đó: (1) = Hoàn toàn không hài lòng; (2) = Không hài lòng; (3) = Không ý kiến; (4) = Hài lòng; (5) = Hoàn toàn hài lòng.

Bảng 1. Kết quả khảo sát về công tác truyền thông đối với sinh viên mới nhập học năm 2024

Tiêu chí đánh giá	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	Điểm trung bình
Công tác truyền thông qua website, fanpage và các kênh báo chí						
1. Thông tin về trường được giới thiệu đầy đủ, rõ ràng trên website và các mạng xã hội	1,20%	4,20%	1,60%	6,70%	86,30%	4,73
2. Chính sách, quy định cập nhật công khai minh bạch với người học	1%	0,40%	1,50%	6,20%	90,80%	4,85
3. Thông báo tuyển sinh đầy đủ, đáp ứng nhu cầu tìm hiểu của thí sinh và phụ huynh	4,90%	0,10%	1,30%	6,60%	87,10%	4,71
4. Thông tin về các ngành học/CTĐT, cơ hội việc làm công khai, dễ hiểu, hữu ích	4,50%	0,10%	2%	6,60%	86,90%	4,71
5. Website và các mạng xã hội hỗ trợ kịp thời cho thí sinh tra cứu thông tin tuyển sinh	0,90%	0,40%	5%	6,50%	87,20%	4,79
Mức hài lòng trung bình (Công tác truyền thông)						4,76
Công tác tư vấn tuyển sinh trực tiếp tại các trường THPT và TT GDNN-GDTX						
1. Đoàn tư vấn cung cấp thông tin tuyển sinh đầy đủ tại trường THPT	1%	3,80%	2,10%	5,40%	87,70%	4,75
2. Tư vấn ngành học phù hợp với sở thích, khả năng và nhu cầu việc làm	1,10%	3,80%	1,40%	6,20%	87,40%	4,75
3. Cán bộ tư vấn giải đáp thắc mắc kịp thời, hiệu quả	1%	0,10%	5%	5,90%	88%	4,8
4. Tư vấn trực tuyến qua mạng xã hội nhanh, hiệu quả	4,80%	0,30%	1,40%	5%	88,40%	4,72
Mức hài lòng trung bình (Công tác tư vấn tuyển sinh)						4,75

(Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo công tác tuyển sinh của Trường Đại học Sao Đỏ năm 2024)

Kết quả khảo sát từ 914 sinh viên nhập học năm 2024 của Trường Đại học Sao Đỏ cho thấy, công tác truyền thông tuyển sinh đã đạt được nhiều kết quả tích cực, đặc biệt là trong việc sử dụng các kênh truyền thông trực tuyến và tổ chức các hoạt động tư vấn trực tiếp. Dưới đây là phân tích kết quả khảo sát từ hai mảng công tác truyền thông quan trọng: Công tác truyền thông qua website, fanpage, các kênh báo chí và công tác tư vấn tuyển sinh trực tiếp tại các trường THPT, trung tâm GDNN-GDTX.

Công tác truyền thông qua website, fanpage và các kênh báo chí

Kết quả khảo sát cho thấy công tác truyền thông thông qua website, fanpage và các kênh mạng xã hội đã đạt hiệu quả cao. Cụ thể, có đến 86,3% sinh viên đánh giá rất hài lòng về việc thông tin về trường được giới thiệu đầy đủ và rõ ràng trên website và các mạng xã hội, với

điểm đánh giá trung bình đạt 4,73. Điều này cho thấy, việc sử dụng các nền tảng truyền thông số để truyền tải thông tin tuyển sinh đã được thực hiện một cách hiệu quả và dễ tiếp cận.

Bên cạnh đó, các chính sách, quy định về tuyển sinh của trường được cập nhật công khai, minh bạch trên các kênh truyền thông và 90,8% sinh viên hài lòng với việc này, giúp xây dựng niềm tin và uy tín của nhà trường trong mắt người học. Điểm đánh giá trung bình của tiêu chí này đạt 4,85, cao nhất trong bảng khảo sát, cho thấy công tác công khai thông tin là một yếu tố quan trọng góp phần vào sự thành công của công tác truyền thông tuyển sinh.

Ngoài ra, các thông báo tuyển sinh, thông tin về ngành học, cơ hội việc làm đều được công khai, dễ hiểu và hữu ích, đạt mức độ hài lòng cao với điểm trung bình 4,71. Hơn nữa, sự hỗ trợ kịp thời từ các website và các

trang mạng xã hội giúp thí sinh dễ dàng tra cứu thông tin tuyển sinh, đạt điểm trung bình 4,79, thể hiện tính hiệu quả trong việc sử dụng các nền tảng trực tuyến.

Công tác tư vấn tuyển sinh trực tiếp tại các trường THPT và Trung tâm GDNH-GDTX

Đối với công tác tư vấn tuyển sinh trực tiếp, kết quả khảo sát cũng cho thấy sự đánh giá rất cao từ sinh viên. 87,7% sinh viên đánh giá công tác tư vấn tại các trường THPT là đầy đủ và hiệu quả, với điểm đánh giá trung bình 4,75. Điều này chứng tỏ rằng đội ngũ tư vấn viên đã thực hiện tốt vai trò cung cấp thông tin tuyển sinh tại các địa phương.

Ngoài ra, công tác tư vấn ngành học phù hợp với sở thích, khả năng và nhu cầu việc làm của thí sinh cũng được sinh viên đánh giá cao, với điểm trung bình 4,75, cho thấy sự quan tâm đặc biệt của trường đối với sự phát triển nghề nghiệp của sinh viên sau khi tốt nghiệp. Đặc biệt, các cán bộ tư vấn được nhận xét là nhiệt tình và giải đáp thắc mắc kịp thời, đạt mức điểm trung bình

4,8, phản ánh khả năng giao tiếp tốt và sự hỗ trợ hiệu quả từ đội ngũ tư vấn.

Các kênh tư vấn trực tuyến qua mạng xã hội như Facebook, Zalo,... cũng được sinh viên đánh giá cao với điểm trung bình 4,72, chứng tỏ trường đã phát huy tốt các phương thức tư vấn trực tuyến, giúp thí sinh và phụ huynh nhận thông tin một cách nhanh chóng và thuận tiện.

3.2. Kết quả công tác tuyển sinh Trường Đại học Sao Đỏ

Để đánh giá một cách chi tiết và đầy đủ về công tác tuyển sinh của Trường Đại học Sao Đỏ trong năm 2024, nhóm tác giả tiến hành thống kê số lượng thí sinh nhập học theo tiêu chí địa phương. Các số liệu dưới đây cung cấp cái nhìn tổng quan về sự phân bố của thí sinh theo từng yếu tố này, từ đó phản ánh rõ nét những xu hướng và sự lựa chọn của các thí sinh trong quá trình xét tuyển Bảng 2.

Bảng 2. Kết quả tuyển sinh theo khu vực của Trường Đại học Sao Đỏ trong giai đoạn 2022-2024

TT	Tên tỉnh	Tỷ lệ 2022 (%)	Tỷ lệ 2023 (%)	Tỷ lệ 2024 (%)
1	Hải Dương	62,65%	64,77%	61,30%
2	Quảng Ninh	13,91%	12,55%	14,64%
3	Bắc Ninh	7,87%	6,33%	7,64%
4	Bắc Giang	8,73%	6,88%	5,21%
5	Thái Bình	1,97%	1,78%	3,07%
6	Hưng Yên	0,25%	0,44%	1,40%
7	Hải Phòng	1,11%	1,00%	1,02%
8	Hà Nội	0,37%	0,78%	0,75%
9	Thanh Hóa	0,37%	0,44%	0,65%
10	Gia Lai	0,25%	0,44%	0,47%
11	Sơn La	0%	0,11%	0,47%
12	Hà Nam	0,37%	0%	0,47%
13	Ninh Bình	0,37%	0,44%	0,37%
14	Nam Định	0,12%	0,44%	0,28%
15	Điện Biên	0%	0,55%	0,28%
16	Hà Giang	0%	0,33%	0,19%
17	Nghệ An	0%	0,22%	0,19%
18	Tuyên Quang	0%	0,11%	0,19%
19	Vĩnh Phúc	0%	0,11%	0,19%
20	Lạng Sơn	0,98%	0,89%	0,09%
21	Phú Thọ	0,12%	0,22%	0,09%
22	Các tỉnh khác	2,34%	2,22%	2,05%
	Tổng cộng	100%	100%	100%

(Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo công tác tuyển sinh của Trường Đại học Sao Đỏ các năm 2022, 2023, 2024)

Trong ba năm qua, số lượng thí sinh nhập học của trường tăng trưởng ổn định, từ 813 thí sinh (năm 2022) lên 901 thí sinh (năm 2023) và năm 2024 đạt 1074 thí sinh, tăng trên 32% so với năm 2022. Tỉnh Hải Dương dẫn đầu về số lượng thí sinh, chiếm hơn 60% tổng số hàng năm và tăng từ 509 thí sinh (năm 2022) lên 658

thí sinh (năm 2024). Tỉnh Quảng Ninh cũng ghi nhận sự gia tăng đáng kể, từ 113 thí sinh (năm 2022) lên 157 thí sinh (năm 2024), với tỷ lệ nhập học cao nhất đạt 14,64% vào năm 2024. Sự tăng trưởng này cho thấy hiệu quả trong công tác tuyển sinh, đặc biệt tại các tỉnh trọng điểm như Hải Dương và Quảng Ninh.

Một số tỉnh ghi nhận xu hướng giảm nhẹ về số lượng thí sinh nhập học trong giai đoạn 2022-2024. Bắc Giang giảm từ 71 thí sinh (năm 2022) xuống còn 56 thí sinh (năm 2024), giảm 15 thí sinh, trong khi Bắc Ninh giảm từ 64 thí sinh (năm 2022) xuống 57 thí sinh (năm 2023) và tăng nhẹ lên 82 thí sinh (năm 2024), nhưng không có sự gia tăng mạnh mẽ như các tỉnh khác. Các tỉnh có số lượng thí sinh nhập học rất thấp (1-2 thí sinh) như Hà Nội, Thanh Hóa, Gia Lai và các tỉnh miền Trung (Đắk Lắk, Bình Dương) chiếm khoảng 2-3% tổng số mỗi năm. Nhóm “Các tỉnh khác” này giúp giảm sự phức tạp khi phân tích. Một số tỉnh như: Sơn La, Điện Biên, Hà Giang không có thí sinh nhập học trong giai đoạn 2022-2023, nhưng đã ghi nhận một số ít thí sinh vào năm 2024, ví dụ, Sơn La có 5 thí sinh, Điện Biên có 3 thí sinh. Những dữ liệu này cho thấy cần tập trung cải thiện tuyển sinh tại các khu vực có xu hướng giảm hoặc ít thí sinh.

4. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TRONG CÔNG TÁC TUYỂN SINH CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

4.1. Kết quả đạt được

Thứ nhất, công tác truyền thông qua website, fanpage và các kênh báo chí được triển khai mạnh mẽ và đạt hiệu quả cao. Chiến dịch quảng cáo trên Facebook tiếp cận hơn 1,8 triệu lượt học sinh, nâng số người theo dõi fanpage lên 23.362. Các bài viết đăng tải trên website (336 bài) và fanpage (539 bài) mang nội dung phong phú, đa dạng, góp phần gia tăng uy tín và nhận diện thương hiệu của nhà trường.

Thứ hai, hoạt động tư vấn tuyển sinh trực tiếp tại 150 trường THPT và trung tâm GDNN-GDTX đã tiếp cận 54.085 học sinh, giúp 3.032 thí sinh đăng ký nguyện vọng, trong đó 441 sinh viên đã nhập học, tăng 83 sinh viên so với năm 2023.

Thứ ba, các kênh tư vấn trực tuyến hoạt động hiệu quả, xử lý hơn 1.200 câu hỏi từ thí sinh và phụ huynh. Tổ tư vấn trực tuyến trực 24/24 đã hỗ trợ giải đáp nhanh chóng về ngành học, phương thức tuyển sinh và cơ hội việc làm, tạo niềm tin cho người học.

Thứ tư, hợp tác với báo chí và đài phát thanh - truyền hình đã góp phần tạo sức lan tỏa cho công tác tuyển sinh. Nhà trường phối hợp với các báo uy tín như: Dân trí, Giáo dục và Thời đại, Báo Tiền phong,... để đăng tải 15 bài viết chất lượng, đồng thời thực hiện các bản tin, phóng sự trên đài PT-TH Hải Dương.

Thứ năm, các hoạt động trải nghiệm và định hướng nghề nghiệp tại trường đã thu hút nhiều học sinh từ các trường THPT, giúp các em hiểu rõ hơn về môi trường học tập và ngành nghề đào tạo, từ đó tăng khả năng lựa chọn trường.

4.2. Một số hạn chế

Thứ nhất, tỷ lệ chuyển đổi từ lượt tiếp cận trong chiến

dịch truyền thông trực tuyến, chưa tận dụng hết tiềm năng của các kênh truyền thông số.

Thứ hai, hoạt động tuyển sinh vẫn tập trung chủ yếu ở các khu vực trọng điểm như: Hải Dương và Quảng Ninh, Bắc Ninh, Bắc Giang, trong khi các tỉnh xa hơn như: Sơn La, Điện Biên, Hà Giang ghi nhận rất ít thí sinh nhập học, dẫn đến sự mất cân đối trong địa bàn tuyển sinh.

Thứ ba, nhà trường chưa dành sự quan tâm đầy đủ đến việc triển khai các hoạt động tư vấn tuyển sinh tại các khu vực xa trung tâm, dẫn đến khó khăn trong việc tiếp cận thí sinh tại những địa bàn này.

Thứ tư, fanpage của Trường chưa đạt được mức độ tương tác cao trên các bài viết. Nguyên nhân chính là việc sử dụng mạng xã hội mới chỉ dừng lại ở hình thức “tự nhiên”, tức là nội dung đăng tải không có sự hỗ trợ từ các công cụ quảng cáo trả phí hoặc chiến lược tối ưu hóa nội dung để thu hút người xem. Các bài viết chủ yếu được chia sẻ một cách đơn thuần, không có sự đầu tư về mặt nội dung, hình ảnh, hoặc kế hoạch đăng tải một cách chuyên nghiệp.

Thứ năm, thực trạng thiết bị truyền thông của Trường vẫn chưa được quan tâm. Hiện nay, bộ phận truyền thông của Nhà trường chưa có thiết bị truyền thông riêng, việc chụp, lưu hình ảnh, video tại các sự kiện phải dùng đến các thiết bị cá nhân của sinh viên. Trang thiết bị, cơ sở vật chất cho công tác truyền thông còn thiếu, như: Máy quay, thiết bị livestream,... Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng, hiệu quả công tác truyền thông trong việc lan tỏa hình ảnh, truyền đạt thông tin.

Thứ sáu, kinh phí dành cho các hoạt động truyền thông, bao gồm phát triển đa kênh và mua sắm thiết bị phục vụ công tác truyền thông của Nhà trường, vẫn còn hạn chế.

5. GIẢI PHÁP TRUYỀN THÔNG NÂNG CAO HIỆU QUẢ CÔNG TÁC TUYỂN SINH CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

Trước thách thức của công tác tuyển sinh năm 2025, Trường Đại học Sao Đỏ cần triển khai các giải pháp truyền thông mạnh mẽ và hiệu quả để thu hút thí sinh và nâng cao chất lượng tuyển sinh. Với những thuận lợi và khó khăn đặc thù, việc điều chỉnh và tối ưu hóa chiến lược truyền thông là điều cần thiết để đạt được mục tiêu trong năm 2025. Dưới đây là một số giải pháp đề xuất cho công tác tuyển sinh trong năm học tới.

Thứ nhất, để nâng cao hiệu quả tuyển sinh, nhà trường cần tối ưu hóa nội dung truyền thông phù hợp với từng nền tảng số, sử dụng quảng cáo trả phí để tiếp cận đúng đối tượng mục tiêu và đo lường hiệu quả chiến dịch thông qua các công cụ phân tích dữ liệu. Đồng thời, nên áp dụng A/B Testing để thử nghiệm các phương án truyền thông và tư vấn khác nhau, từ đó xác định hình thức phù hợp nhất. Ví dụ, có thể chia

nhóm thí sinh để thử nghiệm giữa tư vấn trực tuyến, tư vấn qua mạng xã hội và tư vấn trực tiếp tại trường THPT, nhằm đánh giá mức độ hiệu quả và lựa chọn giải pháp tối ưu.

Thứ hai, sáp nhập với một cơ sở giáo dục đại học, cao đẳng trên địa bàn Hà Nội để mở rộng địa bàn tư vấn tuyển sinh tại các khu vực trọng điểm và khu vực các tỉnh phía Bắc.

Thứ ba, để tiếp cận thí sinh tại các khu vực xa trung tâm, nhà trường cần đẩy mạnh truyền thông trực tuyến thông qua mạng xã hội, livestream và các buổi tư vấn trực tuyến; phối hợp chặt chẽ với các trường THPT và chính quyền địa phương để tổ chức hội thảo, tận dụng các kênh truyền thông sẵn có; triển khai các chuyến tư vấn lưu động kết hợp với định hướng nghề nghiệp; đồng thời áp dụng chính sách học bổng, hỗ trợ ký túc xá và linh hoạt trong hình thức đào tạo (đào tạo từ xa) nhằm thu hút thí sinh.

Thứ tư, để nâng cao mức độ tương tác trên fanpage, nhà trường cần kết hợp quảng cáo trả phí với tối ưu hóa nội dung để tăng khả năng tiếp cận; xây dựng bài viết hấp dẫn, đa dạng như video giới thiệu, câu chuyện sinh viên, minigame và livestream tư vấn; đầu tư hình ảnh, thiết kế chuyên nghiệp; lập kế hoạch đăng bài theo khung giờ vàng và cân đối nội dung giữa tuyển sinh, hoạt động sinh viên; đồng thời tăng cường tương tác bằng cách phản hồi nhanh chóng, khuyến khích giảng viên và sinh viên chia sẻ bài viết.

Thứ năm, để khắc phục tình trạng thiếu trang thiết bị và kinh phí hạn chế cho công tác truyền thông, nhà trường cần tìm kiếm nguồn tài trợ từ doanh nghiệp, cựu sinh viên hoặc đối tác nhằm hỗ trợ tài chính và cung cấp trang thiết bị như máy quay, thiết bị livestream. Đồng thời, xây dựng kế hoạch phân bổ ngân sách hợp lý, ưu tiên đầu tư vào các hạng mục thiết yếu, kết hợp tận dụng các nền tảng miễn phí và huy động sinh viên tham gia sáng tạo nội dung. Việc thành lập bộ phận truyền thông chuyên trách, được đào tạo bài bản và trang bị đầy đủ phương tiện làm việc, cũng sẽ góp phần nâng cao chất lượng và hiệu quả truyền thông của nhà trường.

6. KẾT LUẬN

Nghiên cứu về giải pháp truyền thông nâng cao hiệu quả tuyển sinh tại Trường Đại học Sao Đỏ nhấn mạnh tầm quan trọng của việc triển khai đồng bộ các chiến lược truyền thông nhằm thu hút sinh viên tiềm năng. Kết quả cho thấy các hoạt động từ lập kế hoạch, tổ chức tư vấn đến quảng bá trên các nền tảng trực tuyến và ngoại tuyến đều góp phần gia tăng hình ảnh và sự hiện diện của Nhà trường.

AUTHORS INFORMATION

Ngo Thi Luyen*, Nguyen Thi Ngoc Mai

*Corresponding Author: ngothiluyendhsd@gmail.com
Sao Do University.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra một số thách thức, như tỷ lệ hồ sơ ảo và cạnh tranh từ các cơ sở giáo dục khác, đòi hỏi Nhà trường phải cải thiện năng lực cạnh tranh và công cụ tuyển sinh. Các giải pháp thực tiễn như hợp tác với doanh nghiệp, mở rộng quảng bá trên Tiktok và fanpage hiện đại đã được đề xuất để nâng cao hiệu quả và khẳng định thương hiệu trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt.

LỜI CẢM ƠN

Kết quả nghiên cứu này thuộc đề tài khoa học công nghệ cấp cơ sở mã số 13.KHCN/24-25 của Trường Đại học Sao Đỏ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Trường Đại học Sao Đỏ (2023), *Báo cáo tổng kết công tác tuyển sinh năm 2022 và phương hướng triển khai công tác tuyển sinh năm 2023*.
- [2]. Trường Đại học Sao Đỏ (2023), *Báo cáo tổng kết công tác tuyển sinh năm 2023 và phương hướng triển khai công tác tuyển sinh năm 2024*.
- [3]. Trường Đại học Sao Đỏ (2024), *Báo cáo tổng kết công tác tuyển sinh năm 2024 và phương hướng triển khai công tác tuyển sinh năm 2025*.
- [4]. Ngô Xuân Hiếu (2021), *Nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông tuyển sinh trực tuyến tại trường Đại học Thủ đô Hà Nội*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Thủ đô Hà Nội, Số 47/2021, trang 77-89.
- [5]. Nguyễn Văn Tuấn (2017), *Giải pháp nâng cao hiệu quả công tác truyền thông tuyển sinh của trường Đại học Thủ đô Hà Nội hiện nay*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Thủ đô Hà Nội, Số 19/2017, trang 166-168.
- [6]. Nguyễn Minh Tư (2022), *Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng truyền thông của trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Hà Nội*, Tạp chí Khoa học Giáo dục Thể chất và Thể thao trường học, Số 4/2022, trang 1-6.
- [7]. <https://tuoitre.vn/hon-733-000-thi-sinh-da-nhap-nguyen-vong-dang-ky-xet-tuyen-dai-hoc-20240730180231529.htm>
- [8]. <https://vnur.vn/wp-content/uploads/2024/01/VNUR-ToancanhGiaoducDaihocVietnam-2024-15Jan24-Final-2.pdf>

THỂ LỆ GỬI BÀI

TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

Tạp chí Nghiên cứu khoa học, Trường Đại học Sao Đỏ (P. ISSN 1859-4190, E. ISSN 2815-553X), thường xuyên công bố kết quả, công trình nghiên cứu khoa học và công nghệ của các nhà khoa học, cán bộ, giảng viên, nghiên cứu sinh, học viên cao học, sinh viên ở trong và ngoài nước.

1. Tạp chí xuất bản 01 số/quý bằng hai ngôn ngữ tiếng Việt và tiếng Anh. Tạp chí nhận đăng các bài báo khoa học thuộc các lĩnh vực: Điện - Điện tử - Tự động hóa; Cơ khí - Động lực; Kinh tế; Triết học - Xã hội học - Chính trị học; Các lĩnh vực khác gồm: Công nghệ thông tin; Hóa học - Công nghệ thực phẩm; Ngôn ngữ học; Toán học; Vật lý; Văn hóa - Nghệ thuật - Thể dục thể thao...
2. Bài nhận đăng là những công trình nghiên cứu khoa học chưa công bố trong bất kỳ ấn phẩm khoa học nào.
3. Tòa soạn chỉ nhận bài báo gửi online trên website <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn>. Bài báo gửi về tòa soạn dưới dạng file điện tử (*.doc *.docx và *.pdf); cuối bài báo, tác giả ghi rõ thông tin địa chỉ liên hệ, số điện thoại, email và cập nhật thông tin trên website. Bài báo phải được trình bày đúng định dạng, rõ ràng; Trường hợp bài báo phải chỉnh sửa theo thể lệ hoặc theo yêu cầu của Phản biện thì tác giả sẽ cập nhật trên website. Người phản biện sẽ do tòa soạn mời. Tòa soạn không gửi lại bài nếu không được đăng.
4. Các công trình thuộc đề tài nghiên cứu có Cơ quan quản lý cần kèm theo giấy phép cho công bố của cơ quan (Tên đề tài, mã số, tên chủ nhiệm đề tài, cấp quản lý,...).
5. Tên bài báo trình bày bằng hai ngôn ngữ (tiếng Việt và tiếng Anh), font Arial, cỡ chữ 14, in đậm, căn giữa.
6. Tên tác giả (không ghi học hàm, học vị), font Arial, cỡ chữ 10, in đậm, căn lề phải; cơ quan công tác của các tác giả, font Arial, cỡ chữ 9, in nghiêng, căn lề phải.
7. Chữ "Tóm tắt" in đậm, font Arial, cỡ chữ 10; Nội dung tóm tắt của bài báo không quá 10 dòng, trình bày bằng hai ngôn ngữ (tiếng Việt và tiếng Anh), font Arial, cỡ chữ 10, in thường.
8. Chữ "Từ khóa" in đậm, nghiêng, font Arial, cỡ chữ 10; Có từ 03÷05 từ khóa, font Arial, cỡ chữ 10, in nghiêng, ngăn cách nhau bởi dấu chấm phẩy, cuối cùng là dấu chấm.
9. Nội dung bài báo viết bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh; Nếu là bài báo viết bằng tiếng Việt: Tiêu đề tiếng Việt trước, tiếng Anh sau; Tóm tắt tiếng Việt trước, tiếng Anh sau; Từ khóa tiếng Việt trước, tiếng Anh sau; Nếu là bài báo viết bằng tiếng Anh: Tiêu đề tiếng Anh trước, tiếng Việt sau; Tóm tắt tiếng Anh trước, tiếng Việt sau; Từ khóa tiếng Anh trước, tiếng Việt sau.
10. Bài báo được đánh máy trên khổ giấy A4 (21 × 29,7cm) có độ dài không quá 8 trang, font Arial, cỡ chữ 10, giãn dòng At least 12pt, Before 3pt, After 3pt; căn lề trên 2.5cm, dưới 2.5cm, trái 3cm, phải 2cm; hình vẽ phải rõ ràng, đủ nét và được định dạng dưới dạng file ảnh (*.jpg); Phương trình, công thức phải soạn thảo bằng Mathtype hoặc Equation; Phần nội dung bài báo được chia thành 02 cột, khoảng cách cột là 1cm; Trong trường hợp hình vẽ, hình ảnh có kích thước lớn, bảng biểu có độ rộng lớn hoặc công thức, phương trình dài thì cho phép trình bày dưới dạng 01 cột.
11. Tài liệu tham khảo được sắp xếp theo thứ tự tài liệu được trích dẫn trong bài báo.
 - Nếu là sách/luận án: Tên tác giả (năm), Tên sách/luận án/luận văn, Nhà xuất bản/Trường/Viện, lần xuất bản/tái bản.
 - Nếu là bài báo/báo cáo khoa học: Tên tác giả (năm), Tên bài báo/báo cáo, Tạp chí/Hội nghị/Hội thảo, Tập/Kỷ yếu, số, trang.
 - Nếu là trang web: Phải trích dẫn đầy đủ tên website và đường link, ngày cập nhật.
12. Định dạng mẫu bài báo tham khảo tại địa chỉ http://tapchikhcn.saodo.edu.vn/news/detail/198/format_paper
Bài báo sau khi xuất bản sẽ được công bố trên <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn>.

THÔNG TIN LIÊN HỆ:

Ban Biên tập Tạp chí Nghiên cứu khoa học, Trường Đại học Sao Đỏ

Phòng 203, Tầng 2, Nhà B1, Trường Đại học Sao Đỏ.

Địa chỉ: Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.

Điện thoại: (0220) 3587213, Fax: (0220) 3882921, Hotline: 0912 107858/0936 847980.

Website: <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn>

Email: tapchikhcn@saodo.edu.vn



BỘ CÔNG THƯƠNG

TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

Địa chỉ:

- **Số 1:** Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.
- **Số 2:** Số 72, đường Nguyễn Thái Học, phường Thái Học, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.
- **Điện thoại:** (0220) 3882 269 **Fax:** (0220) 3882 921 **Website:** <http://saodo.edu.vn> **Email:** info@saodo.edu.vn

P. ISSN 1859-4190
E. ISSN 2815-553X

Số 2 (89)
2025

Địa chỉ Tòa soạn:

Trường Đại học Sao Đỏ.

Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.

Điện thoại: (0220) 3587213, Fax: (0220) 3882 921, Hotline: 0912 107858/0936 847980.

Website: <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn/> Email: tapchikhcn@saodo.edu.vn.

Giấy phép xuất bản số: 620/GP-BTTTT ngày 17/9/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông.
In 2.000 bản, khổ 21 × 29,7cm, tại Công ty TNHH in Tre Xanh, cấp ngày 17/02/2011.