

## NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TUYÊN TRUYỀN TUYỂN SINH CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC

Lê Văn Trường<sup>1</sup>

### TÓM TẮT

*Thông qua việc đánh giá những việc làm tốt và chưa làm tốt trong công tác tuyên truyền tuyển sinh vào Trường Đại học Hồng Đức trong 20 năm qua (1998-2018), dựa trên cơ sở lý luận, cơ sở pháp lý và cơ sở thực tiễn, tác giả đã đề xuất một số giải pháp để cải thiện chất lượng của công tác này. Trong những năm tới công tác tuyên truyền tuyển sinh cần tập trung vào một số hoạt động chính là: Nhà trường cử cán bộ, giảng viên làm việc trực tiếp với giáo viên chủ nhiệm lớp 12 phổ thông trung học (PTTH) về công tác tuyển sinh; Cán bộ, giáo viên tuyên truyền tuyển sinh khi thực hiện nhiệm vụ thi trung học phổ thông (THPT) quốc gia hàng năm; Khuyến khích cựu sinh viên tham gia tuyên truyền; Tuyên truyền thường xuyên qua facebook của cán bộ, giáo viên, học viên; Nâng cao chất lượng của chuyên mục Hỏi - Đáp tuyển sinh trên trang website của Nhà trường và thu hút sinh viên đang học tại trường tham gia tuyên truyền tuyển sinh.*

**Từ khóa:** *Giải pháp, tuyên truyền tuyển sinh, Trường Đại học Hồng Đức.*

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Bất cứ trường học nào đều có 2 hợp phần cốt yếu cấu thành là “nhà trường” và “người học”. Không có người học thì trường không tồn tại. Vì vậy mọi nhà trường đều có nhiều biện pháp để thu hút người đến học, trong số đó có việc tuyên truyền tuyển sinh (TTTS). Tùy theo những giai đoạn phát triển của xã hội, đòi hỏi của thị trường lao động và nhu cầu của người học mà TTTS, tuy có vị trí khác nhau, luôn là nhiệm vụ rất kỳ quan trọng của mỗi nhà trường. Điều này càng trở nên bức thiết trong điều kiện của một trường đại học đang thực hiện lộ trình tự chủ, do địa phương quản lý và kinh nghiệm đào tạo chưa nhiều như Trường Đại học Hồng Đức. Nghiên cứu của chúng tôi thông qua việc đánh giá thực trạng công tác TTTS của Trường Đại học Hồng Đức giai đoạn 1997-2018, làm căn cứ để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng công tác TTTS trong những năm tới.

### 2. NỘI DUNG

#### 2.1. Quan niệm về tuyên truyền và tuyên truyền tuyển sinh

Tuyên truyền (propaganda) là một dạng đặc biệt của truyền thông, đã có lịch sử nhiều ngàn năm và đương nhiên có nhiều quan niệm khác nhau.

<sup>1</sup> *Giảng viên khoa Khoa học Xã hội, Trường Đại học Hồng Đức*

Quatler, T.A (1962) định nghĩa tuyên truyền (TT) là “nỗ lực cố ý của một số cá nhân hoặc nhóm để hình thành, kiểm soát hoặc thay đổi thái độ của các nhóm khác bằng cách sử dụng các công cụ giao tiếp với ý định rằng trong bất kỳ tình huống nào, phản ứng của những người chịu ảnh hưởng đó sẽ là mong muốn của người tuyên truyền” [10].

Jacques Ellul (1973) coi “TT là việc đưa ra các thông tin (vấn đề) với mục đích thay đổi thái độ, suy nghĩ, tâm lý và ý kiến của quần chúng theo chiều hướng nào đấy mà người nêu thông tin mong muốn. Mục tiêu tối hậu của TT hiện đại không dừng lại ở thay đổi suy nghĩ hay thái độ của quần chúng, mà cần phải tạo hành động trong quần chúng” [6].

Nelson (1996) quan niệm “TT được xác định như là một hình thức thuyết phục có chủ ý nhằm gây ảnh hưởng đến cảm xúc, thái độ, ý kiến và hành động của các đối tượng mục tiêu ý thức, chính trị hoặc thương mại...” [9].

Viện Ngôn ngữ (2005) coi TT là “phổ biến, giải thích rộng rãi để thuyết phục mọi người tán thành, ủng hộ, làm theo” [4; tr.1068].

Hasan (2010) cho rằng TT như một loại trình bày thông điệp trực tiếp nhằm ảnh hưởng đến ý kiến hay hành vi của con người, thay vì cung cấp thông tin một cách vô tư [5].

Jowett và O’Donnell (2012) quan niệm: “TT là một hệ thống có chủ ý để định hình nhận thức và hành vi trực tiếp để đạt được ý định mong muốn của người TT” [7].

Ban Tuyên giáo Trung ương quan niệm TT là phổ biến, giải thích một tư tưởng, một học thuyết, một quan điểm nào đó nhằm hình thành, củng cố ở đối tượng TT một thế giới quan, nhân sinh quan, một lý tưởng, một lối sống... thông qua đó mà ảnh hưởng tới thái độ và tính tích cực của con người trong thực tiễn xã hội [1].

Như vậy, có thể thấy rằng quan niệm về TT rất đa dạng và phụ thuộc vào ngữ cảnh sử dụng và bối cảnh áp dụng.

Về tuyển sinh, Viện Ngôn ngữ (2005) quan niệm là “tuyển học sinh, sinh viên vào trường học” [4; tr.1068].

Cho đến nay vẫn chưa có quan niệm thống nhất về TTTS. Trên cơ sở các quan điểm dẫn ra ở trên, tác giả cho rằng: *Tuyên truyền tuyển sinh là quá trình nhà trường cung cấp thông tin, giải thích về ngành nghề đào tạo, cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp; công bố chỉ tiêu, điều kiện, phương thức và quy trình tuyển sinh; điều kiện học tập, nghiên cứu, sinh hoạt của mình tới những người có nhu cầu học tập, nghiên cứu ở trường, nhằm hình thành ở họ nhận thức, quan niệm đúng đắn về cơ hội học tập, nghiên cứu và phát triển ở trường, từ đó giúp họ chủ động tìm hiểu và quyết định dự tuyển vào trường.*

## **2.2. Các yếu tố cấu thành tuyên truyền tuyển sinh**

Theo quan điểm hệ thống, TTTS gồm các yếu tố: mục đích, nội dung, chủ thể, đối tượng, hình thức và công cụ, thời gian và địa điểm TT.

### *Mục đích*

Kamalipour (2007) cho rằng: “mục đích TT là thuyết phục và sử dụng có chủ ý thông tin chọn lọc” [8]. Hồ Chí Minh nêu rõ “đem một việc gì đó nói cho dân hiểu, dân nhớ, dân theo, dân làm. Nếu không đạt được mục đích đó là tuyên truyền thất bại” [2; tr.162].

Vì vậy mục đích cơ bản của TTTS vào đại học là nhằm hình thành ở những người có nhu cầu học ở đại học nhận thức, quan niệm đúng về cơ hội học tập, nghiên cứu và phát triển cá nhân ở đại học; từ đó giúp họ chủ động tìm hiểu và quyết định dự tuyển vào cơ sở giáo dục đại học. Đồng thời thuyết phục, chấn chỉnh, uốn nắn những nhận thức lệch lạc về quá trình học tập, nghiên cứu và phát triển ở đại học.

#### *Nội dung*

Nội dung của TTTS là toàn bộ thông tin về ngành nghề đào tạo, cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp; chỉ tiêu, điều kiện, phương thức và quy trình tuyển sinh; điều kiện học tập, nghiên cứu và sinh hoạt .. của trường đại học.

#### *Chủ thể*

Chủ thể của TTTS là trường đại học, bao gồm: toàn bộ cán bộ, giảng viên, nhân viên, người lao động và toàn bộ những người đang học và những người đã tốt nghiệp (thường gọi là cựu người học của trường đại học).

#### *Đối tượng*

Đối tượng của TTTS là toàn bộ những người có nhu cầu đến trường đại học để học tập, nghiên cứu và phát triển cá nhân. Đối tượng TTTS rất đa dạng: họ có thể là những học sinh THPT (và tương đương), người đã tốt nghiệp đại học có nhu cầu học văn bằng thứ 2, học Cao học hoặc NCS, những người có nhu cầu bồi dưỡng ngắn hạn, cập nhật kiến thức (có thể lấy hoặc không lấy chứng chỉ, chứng nhận)... và những người thân của họ, nhất là những người có ảnh hưởng mạnh đến định hướng nghề nghiệp và việc lựa chọn ngành nghề học tập.

*Hình thức và công cụ TTTS* rất đa dạng như:

TT miệng. Đây là hình thức TT đặc biệt quan trọng, được thực hiện chủ yếu bởi đội ngũ cán bộ, giảng viên, nhân viên, người lao động và người học thông qua các hình thức giao tiếp trực tiếp, như nói chuyện thời sự, tọa đàm, hội thảo, kể chuyện gương người tốt, việc tốt;

TT thông qua các ấn phẩm viết: sách, báo (báo in, báo điện tử), bản tin, khẩu hiệu, biểu ngữ, tờ gấp;

TT qua phương tiện nghe nhìn: phát thanh, truyền hình, phim ảnh, triển lãm;

TT thông qua các hoạt động văn hóa, nghệ thuật;

TT tổng hợp, kết hợp cổ động, TT miệng, phim ảnh, thơ ca, (TT lồng ghép);

TT qua các sự kiện: hội nghị, họp báo, hội thảo chuyên đề, triển lãm, lễ kỷ niệm, bảo trợ cho các hoạt động văn hóa xã hội;

Tin tức mang tính chất TT cho trường đại học khách quan (giảng viên giỏi, sinh viên, học viên xuất sắc, cựu sinh viên thành đạt);

Bài nói chuyện trước đám đông, hội nghị tuyển sinh, trước các nhà tuyển dụng lao động, trước học sinh phổ thông;

Hoạt động công ích, hoạt động tình nguyện, từ thiện: ủng hộ giúp đỡ, cứu tế, xây dựng công trình phúc lợi công cộng;

Phương tiện nhận dạng để thu hút sự chú ý: logo in trên sách, văn phòng phẩm, bảng hiệu, quần áo đồng phục.

*Thời gian*

Các trường thường tuyển sinh theo từng đợt trong năm học (1 đến 5 đợt). Tuy nhiên, TTTS phải được tiến hành quanh năm. Các trường đại học nước ngoài TTTS quanh năm, trong khi các trường đại học ở Việt Nam chủ yếu TTTS theo từng đợt, cạnh kề với thời điểm tuyển sinh. Đây là điểm yếu cần khắc phục.

*Địa điểm*

Địa điểm TTTS có thể tiến hành ở nhiều địa điểm khác nhau, nhưng tập trung tại những địa điểm có nhiều đối tượng có nguyện vọng vào học ở trường đại học (xem thêm ở nội dung hình thức và công cụ TTTS ở trên).

**2.3. Đánh giá thực trạng các hình thức tuyên truyền tuyển sinh đại học, cao đẳng chính quy của Trường Đại học Hồng Đức giai đoạn 1998-2018**

Trong vòng 20 năm (từ 1998 đến 2018), Trường Đại học Hồng Đức đã có 19 hình thức TTTS. Đáng chú ý là hình thức TTTS ngày càng đa dạng, do vậy số lượng hình thức TTTS được Nhà trường thực hiện cũng tăng lên: từ 2-3 hình thức (1998-2005), tăng lên 5 (giai đoạn 2006-2009), 15 (giai đoạn 2010-2014), 16 (giai đoạn 2015-2016). Riêng năm 2017 có 9 và 2018 tiến hành 7 hình thức TTTS (Bảng 1). Nguyên nhân chính là do đa dạng hóa các hình thức đào tạo, nâng bậc trình độ đào tạo và tăng số lượng ngành/chuyên ngành đào tạo.

**Bảng 1. Hình thức và hiệu quả TTTS vào Trường Đại học Hồng Đức giai đoạn 1998-2018**

TT	Hình thức tổ chức tuyên truyền TS	Năm								Hiệu quả
		1998 - 2000	2001 - 2005	2006 - 2009	2010 - 2014	2015 - 2016	2017	2018		
1	Quảng cáo và phóng sự qua báo, đài	x	x	x	x	x	x	x	x	TB
2	Phát hành Tờ gấp TS tới các trường THPT				x	x	x			TB
3	Treo Pannô TS rộng 3m <sup>2</sup> tại các trường THPT					x				TB
4	Pannô khổ lớn ở 2 Cơ sở ĐHHĐ			x	x	x	x			Yếu
5	Giao lưu với các trường THPT				x	x				TB
6	Mời Hiệu trưởng THPT tới ĐHHĐ làm việc về TS				x	x				Yếu
7	Qua Ban cán sự các lớp sinh viên đang học				x	x				TB

8	Qua học viên cao học				x	x			TB
9	Qua Cựu sinh viên				x	x			TB
10	Giảng viên ĐHHĐ tự tuyên truyền			x	x	x	x		Tốt
11	Làm việc với GV Chủ nhiệm lớp 12							x	Tốt
12	Qua GV đi coi thi THPT Quốc gia					x	x	x	Tốt
13	Các khoa chủ động tuyên truyền, tư vấn TS				x	x	x	x	Yếu
14	Tham gia Tư vấn TS do báo, đài, hội tổ chức		x	x	x	x	x	x	TB
15	Qua Email, Facebook, Zalo				x	x	x	x	Khá
16	Mở mục Tư vấn TS trên trang web của ĐHHĐ							x	Yếu
17	Lồng ghép với các Diễn đàn do các tổ chức chính trị-xã hội cấp tỉnh tổ chức	x	x	x	x	x	x		Yếu
18	Tặng vé xe nghỉ tết cho SV tỉnh ngoài đang học ĐHHĐ (vé xe nghỉ tết cho SV tỉnh ngoài)				x				Yếu
19	Qua CB Tư vấn TS ở huyện và trường THPT				x	x			Yếu
	Tổng cộng	2	3	5	15	16	9	7	

*Nguồn: Báo cáo tổng kết công tác tuyển sinh của Trường Đại học Hồng Đức các năm 1998 đến 2018 [10].*

Riêng đối với nội dung đánh giá hiệu quả của TTTS, tác giả tiến hành theo phương pháp sau: đối chiếu các hình thức TTTS với số lượng thí sinh nhập học Trường Đại học Hồng Đức hằng năm; tập hợp các ý kiến, góp ý, đánh giá của đội ngũ cán bộ, giảng viên, nhân viên Nhà trường và ý kiến của cán bộ quản lý các trường THPT trong tỉnh về công tác tuyển sinh qua các năm và các hình thức TTTS hàng năm của Nhà trường. Hiệu quả được đánh giá theo 4 mức độ: yếu (Y), trung bình (TB), khá và tốt (Bảng 1).

#### *Một số hạn chế*

Đối chiếu với quan niệm và các yếu tố cấu thành của TTTS, thực tế TTTS trong 20 năm qua, thì TTTS của Trường Đại học Hồng Đức vẫn còn một số hạn chế sau:

Chưa thật đa dạng hóa hình thức và công cụ TTTS. Thiếu các hình thức tuyên truyền thông qua nêu gương cựu sinh viên thành đạt. Logo Trường Đại học Hồng Đức chưa được nhiều người biết.

Chưa tiến hành TTTS quanh năm mà chủ yếu còn theo từng đợt cận kề với thời điểm tuyển sinh.

Mục Hỏi - Đáp về tuyển sinh trên trang Website của Nhà trường mới chỉ tập trung vào TTTS đại học, cao đẳng chính quy, mảng VB2, LT, VLVH và Sau đại học chưa được chú ý.

Hiệu quả của một số hình thức TTTS chưa cao (xem bảng 1)

Chưa trực tiếp TTTS cho đối tượng có tiềm năng đến Trường Đại học Hồng Đức học tập, nghiên cứu. Ước tính khoảng 60% học sinh THPT chưa biết được danh mục các ngành đào tạo, khoảng 80% học sinh THPT hiểu được năng lực đào tạo, khoảng 60% công chức, viên chức chưa biết được danh mục đào tạo VB2, LT, VLVH, Sau đại học của Trường Đại học Hồng Đức.

Một số giảng viên, cán bộ của Trường Đại học Hồng Đức cũng chưa thấu hiểu danh mục ngành/chuyên ngành đào tạo, chỉ tiêu tuyển sinh hàng năm, năng lực đào tạo và NCKH của Trường.

Chưa tạo được động lực để các trường THPT và Sở GD&ĐT Thanh Hóa tích cực TTTS vào Trường Đại học Hồng Đức.

## **2.4. Đề xuất giải pháp TTTS**

### *2.4.1. Cơ sở đề xuất giải pháp*

#### *Cơ sở pháp lý*

Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 (Quyết định số 3612/QĐ-UBND ngày 21/9/2015 của CT UBND tỉnh Thanh Hóa).

Văn kiện Đại hội XII đã nâng tầm quan điểm về Đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo như sau: “Chuyển mạnh quá trình giáo dục từ trạng bị kiến thức là chủ yếu sang phát triển toàn diện năng lực và phẩm chất người học”.

Sứ mạng, tầm nhìn, chức năng và nhiệm vụ của Trường Đại học Hồng Đức cùng các nhiệm vụ liên quan đến đào tạo nguồn nhân lực do Tỉnh ủy, HĐND và UBND tỉnh Thanh Hóa giao.

#### *Cơ sở lý luận*

Có bốn yếu tố buộc các trường đại học phải coi tuyển sinh là nhiệm vụ sống còn: Trường học có hai phần cốt lõi là nhà trường và người học. Không có người học thì nhà trường sẽ không tồn tại.

Sinh viên là vừa là đối tượng, vừa là khách hàng của các trường đại học, không có khách hàng (cầu) thì không tiêu thụ được sản phẩm (cung).

Tự chủ đại học là xu thế tất yếu. Các đại học phải tự chủ và công khai toàn bộ (ngành và chuyên ngành đào tạo, chương trình, đội ngũ, tài chính, cơ sở vật chất) và chuyển đổi mô hình quản lý sang quản trị đại học.

Giảng viên phải dạy những điều mà xã hội và cá nhân cần chứ không phải dạy những thứ mà người giảng viên có.

#### *Cơ sở thực tiễn*

Xu hướng tuyển sinh của các trường đại học thế giới và Việt Nam: có 2 phương thức là thi tuyển và xét tuyển. Phương thức qua thi tuyển càng ngày càng lạc hậu và sẽ đến lúc chấm dứt. Phương thức qua xét tuyển sẽ ngày càng phát triển với 2 hình thức: xét tuyển

qua kết quả học tập THPT sẽ phát triển mạnh đối với đào tạo đại trà. Xét tuyển qua phỏng vấn + kết quả học tập THPT sẽ phát triển mạnh đối với các ngành đặc thù.

Năng lực đào tạo, NCKH và thực tiễn tuyển sinh, TTTS của Trường Đại học Hồng Đức những năm gần đây.

Những hạn chế của công tác TTTS những năm qua.

2.4.2. Đề xuất các hình thức tuyên truyền tuyển sinh của Trường Đại học Hồng Đức cho những năm tiếp theo

**Bảng 2. Đề xuất các hình thức TTTS cho Trường Đại học Hồng Đức**

TT	Năm Hình thức tổ chức tuyên truyền TS	Mức độ tuyên truyền	Chủ thể tuyên truyền	Đối tượng tuyên truyền	Nội dung tuyên truyền
1	Qua đài, báo, tạp chí	VP	NT, K	ND	ĐH, SDH
2	Pannô khổ lớn ở 2 Cơ sở ĐHHĐ	VP	NT	ND	ĐH, SDH
3	Qua Ban cán sự các lớp SV đang học	VP	K	LĐ, HSPT	
4	Qua học viên cao học	QL	K, GV	LĐ, HSPT	ĐH, SDH
5	Qua cựu sinh viên, cựu học viên	QL	GV	LĐ, HSPT	ĐH, SDH
6	Giảng viên ĐHHĐ tuyên truyền	QL	GV	HSPT, LĐ	ĐH, SDH
7	Làm việc với GV chủ nhiệm lớp 12	QL	NT	GVCN	ĐH
8	GV ĐHHĐ coi thi THPT Quốc gia	QL	GV	HSPT	
9	Các khoa chủ động TT và tư vấn TS	VP	K	HSPT, LĐ	ĐH, SDH
10	Tham gia các hội nghị tư vấn TS	VP	NT	GVPT	ĐH
11	Qua Email, Facebook, Zalo	QL	GV, SV	ND	ĐH, SDH
12	Hỏi-Đáp TS trên trang web của ĐHHĐ	QL	NT	ND	ĐH, SDH
13	Lồng ghép với các Diễn đàn do các tổ chức chính trị-xã hội cấp tỉnh tổ chức	VP	NT	LĐ	ĐH, SDH
14	Qua CB Tư vấn TS ở huyện, trường PT	VP	NT	HSPT	ĐH

Ghi chú: **Mức độ TT:** Quyết liệt (QL), vừa phải (VP); **Chủ thể TT:** Nhà trường (NT), các khoa (K), Giảng viên (GV), Sinh viên, học viên (SV, HV); **Đối tượng TT:** HSPT (chủ yếu lớp 12), giáo viên các cấp (GVPT), công chức, viên chức, người lao động (LĐ) và toàn thể nhân dân (ND), GVCN; **Nội dung TT:** Tuyển sinh Đại học, Cao đẳng chính quy, Văn bằng 2, Vừa làm vừa học, Liên thông (ĐH); Tuyển sinh Sau đại học (SDH).

### 3. KẾT LUẬN

Tuyên truyền tuyển sinh là một thể tổng hợp các hoạt động và cực kỳ quan trọng đối với các trường học. Trong 20 năm qua, Trường Đại học Hồng Đức đã thực hiện nhiều hình thức và công cụ TTTS khác nhau phù hợp với nhu cầu của người học, năng lực của nhà trường. Tuy vậy hiệu quả của TTTS vẫn chưa như mong muốn. Những năm tới trường Đại

học Hồng Đức cần tập trung quyết liệt vào các hình thức TTTS: Làm việc trực tiếp với các giáo viên chủ nhiệm lớp 12 vào tháng 2 và nửa đầu tháng 3 hàng năm; cả giảng viên của Đại học Hồng Đức trao đổi, tư vấn làm việc trực tiếp với các giáo viên chủ nhiệm lớp 12; cán bộ, giảng viên tuyên truyền khi thực hiện nhiệm vụ coi thi THPT quốc gia; vận động cựu sinh viên, cựu học viên Cao học tham gia tuyên truyền; tuyên truyền thường xuyên bằng kênh thông tin cá nhân của cán bộ, giảng viên; nâng cao chất lượng mục Hỏi - Đáp về tuyển sinh trên trang Website của Trường và thu hút học viên Cao học và sinh viên đang học ở trường tham gia tuyên truyền.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban Tuyên giáo Trung ương (2015), *Tài liệu về tuyên truyền*.
- [2] Hồ Chí Minh (2000), *Toàn tập*, tập 5, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [3] Trường Đại học Hồng Đức (1998-2018), *Báo cáo tổng kết công tác tuyển sinh các năm*, Tài liệu lưu hành nội bộ.
- [4] Viện Ngôn ngữ (2005), *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb. Đà Nẵng, Tp. Đà Nẵng.
- [5] Hasan, S. (2010), *Mass Communication: Principles and Concepts*. New Delhi: CBS Publishers Distributors PVT Ltd. Ipinyomi, R. A. (2013). P 420.
- [6] Jacques Ellul (1973), *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, New York: Vintage Books
- [7] Jowett & O'Donnell (2012), *Propaganda and Persuasion* (5th ed.). London: Sage. P 7.
- [8] Kamalipour, Y. R. (2007), *Global Communication* (2nd ed.), Belmont: Thomson Wadsworth). P 23
- [9] Nelson, R. A. (1966), *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States*, USA: Greenwood Press. P. 20.
- [10] Quatler, T. A. (1962), *Propaganda and Psychological Welfare*, New York: Random House.

### **IMPROVING THE QUALITY OF ENROLMENT PROPAGANDA AT HONG DUC UNIVERSITY**

**Le Van Truong**

ABSTRACT

*Through evaluating the strengths and weaknesses in the enrollment propaganda at Hong Duc University in the past 20 years (1998-2018), based on the theoretical, legal basis and practical basis, The author has proposed some solutions to improve the quality of this work of Hong Duc University in the coming years including: Hong Duc University*



*working directly with 12<sup>th</sup> grade head teachers; Staff, lectures introduce their current programs when working as examiner during the National High school Graduation examination; Encourage former students to participate in propaganda; Regular propaganda through lectures' facebook; Improve the quality of The enrollment Q & A on the Hong Duc's website and encourage Hong Duc university's students to participate in enrollment propaganda.*

**Keywords:** *Solution, Enrollment Propaganda, Hong Duc University.*