

Số: 473/QĐ-ĐNT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 12 năm 2021

QUYẾT ĐỊNH

**Về việc ban hành Kế hoạch chiến lược
của Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh
giai đoạn 2021 – 2025 và tầm nhìn đến năm 2030**

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Căn cứ Quyết định số 616/TTg ngày 26/10/1994 của Thủ tướng Chính phủ về việc cho phép thành lập Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM);

Căn cứ Quyết định số 1757/QĐ-TTg ngày 15/10/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc chuyển đổi loại hình của Trường Đại học ngoại ngữ - Tin học TP.HCM;

Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30/12/2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục Đại học;

Xét đề nghị của Trường Phòng Tổ chức – Hành chính.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này là **Kế hoạch chiến lược của Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2021 – 2025 và tầm nhìn đến năm 2030.**

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 3. Các đơn vị, tổ chức thuộc và trực thuộc Trường, các cá nhân liên quan có trách nhiệm thi hành quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- ĐU, HĐT;
- Các PHT;
- Lưu VT, TCHC.



HIỆU TRƯỞNG *[Signature]*

Nguyễn Anh Tuấn



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

KẾ HOẠCH CHIẾN LƯỢC
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
GIAI ĐOẠN 2021 – 2025
VÀ TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030

*(Kèm theo Quyết định số 473/QĐ-ĐNT ngày 30 tháng 12 năm 2021 của
Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh)*

Thành phố Hồ Chí Minh

Tháng 12/2021

MỤC LỤC

PHẦN I.....	6
CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG CỦA TRƯỜNG	6
ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH.....	6
I. Bối cảnh quốc tế và trong nước.....	6
1. Bối cảnh quốc tế.....	6
2. Bối cảnh trong nước.....	7
II. Vị trí của HUFLIT trong bối cảnh vừa trình bày	7
PHẦN II	9
PHÂN TÍCH ĐIỂM MẠNH – ĐIỂM YẾU, CƠ HỘI – THÁCH THỨC	9
I. Quản trị đại học	9
1. Điểm mạnh	9
2. Điểm yếu.....	9
3. Cơ hội	10
4. Thách thức	10
II. Đào tạo đại học và sau đại học	10
1. Điểm mạnh	10
2. Điểm yếu.....	10
3. Cơ hội	11
4. Thách thức	11
III. Kiểm định chất lượng và xếp hạng quốc tế.....	11
1. Điểm mạnh	11
2. Điểm yếu.....	11
3. Cơ hội	11
4. Thách thức	11
IV. Nghiên cứu khoa học.....	12
1. Điểm mạnh	12
2. Điểm yếu.....	12
3. Cơ hội	12



4. Thách thức	12
V. Hợp tác quốc tế	12
1. Điểm mạnh	12
2. Điểm yếu	12
3. Cơ hội	13
4. Thách thức	13
VI. Cơ sở vật chất	13
1. Điểm mạnh	13
2. Điểm yếu	13
3. Cơ hội	13
4. Thách thức	13
VII. Tổ chức – nhân sự	14
1. Điểm mạnh	14
2. Điểm yếu	14
3. Cơ hội	15
4. Thách thức	15
VIII. Tuyển sinh - truyền thông	15
1. Điểm mạnh	15
2. Điểm yếu	15
3. Cơ hội	16
4. Thách thức	16
IX. Công tác sinh viên	17
1. Điểm mạnh	17
2. Điểm yếu	17
3. Cơ hội	18
4. Thách thức	18
X. Quan hệ doanh nghiệp và việc làm, khởi nghiệp	18
1. Điểm mạnh	18
2. Điểm yếu	18
3. Cơ hội	18
4. Thách thức	18
XI. Tài chính	18

1. Điểm mạnh	18
2. Điểm yếu.....	18
3. Cơ hội	19
4. Thách thức	19
XII. Công nghệ thông tin	19
1. Điểm mạnh	19
2. Điểm yếu.....	19
3. Cơ hội	19
4. Thách thức	20
XIII. Hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng	20
1. Điểm mạnh	20
2. Điểm yếu.....	20
3. Cơ hội	20
4. Thách thức	20
PHẦN III	21
CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN HUFLIT GIAI ĐOẠN 2021 – 2025	21
VÀ TẦM NHÌN ĐẾN 2030	21
I. Triết lý giáo dục, sứ mạng, tầm nhìn và giá trị cốt lõi	21
1. Triết lý giáo dục	21
2. Sứ mạng.....	21
3. Tầm nhìn.....	21
4. Giá trị cốt lõi.....	21
II. Mục tiêu chiến lược	21
1. Mục tiêu chung	21
2. Mục tiêu chiến lược giai đoạn 2021 - 2025	22
III. Các nội dung và giải pháp thực hiện	22
1. Quản trị đại học	22
2. Đào tạo đại học và sau đại học.....	22
3. Kiểm định chất lượng và xếp hạng quốc tế	23
4. Nghiên cứu khoa học	24
5. Hợp tác quốc tế	24

6. Cơ sở vật chất.....	25
7. Tổ chức – nhân sự	25
8. Tuyển sinh - truyền thông.....	26
9. Công tác sinh viên	27
10. Quan hệ doanh nghiệp và việc làm, khởi nghiệp	28
11. Tài chính.....	29
12. Công nghệ thông tin	29
13. Hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng.....	29
PHẦN VI.....	31
TỔ CHỨC THỰC HIỆN.....	31
PHỤ LỤC: MỘT SỐ CHỈ TIÊU PHẢN ĐÁU TRONG GIAI ĐOẠN 2021 – 2025	



PHẦN I

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

I. Bối cảnh quốc tế và trong nước

Nhân loại đang phát triển trong một thế giới “Bất ổn định, không chắc chắn - Phức tạp - Mơ hồ” (VUCA: VOLATILITY – UNCERTAINTY – COMPLEXITY – AMBIGUITY). Các quốc gia và tổ chức đang phải đối mặt với nhiều biến động đầy bất ngờ và thách thức. Do đó, mọi tổ chức, cơ quan, hay tập thể, cá nhân phải có chiến lược để thích nghi, tồn tại và phát triển. Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM (sau đây gọi tắt là HUFLIT) cũng nằm trong một thể thống nhất của xã hội, do đó cũng cần phải có chiến lược phát triển phù hợp để phát triển rực rỡ.

1. Bối cảnh quốc tế

Trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế là xu thế tất yếu, sự hình thành cộng đồng kinh tế ASEAN vào năm 2015 (ASEAN Economic Community - AEC) và Cộng đồng ASEAN vào năm 2020 (ASEAN Community) với sự thúc đẩy dòng lưu chuyển tự do của lao động có tay nghề đã và đang tạo ra một áp lực rất lớn cho giáo dục đại học.

Đồng thời, giáo dục đại học còn phải đối mặt với những tác động rộng lớn đến từ các cuộc cách mạng công nghiệp, khoa học kỹ thuật đang phát triển với tốc độ cấp số nhân, ảnh hưởng của dịch bệnh kéo dài trên thế giới làm thay đổi cách thức làm việc, xu hướng dịch chuyển công việc lên internet.

Đặc biệt, các biến động mang tính chất toàn cầu như đại dịch COVID-19 nói riêng, đại dịch nói chung, suy thoái kinh tế, bất ổn chính trị, biến đổi khí hậu đã làm không ít quốc gia lao đao. Trong đó lĩnh vực giáo dục cũng bị ảnh hưởng nghiêm trọng do không thể học trực tiếp được và hệ quả từ việc đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu khiến kinh tế giảm sút.

Chủ nghĩa nước lớn, các cuộc xung đột vũ trang trong khu vực và thế giới vẫn liên tiếp diễn ra. Sự phân tầng và cạnh tranh khốc liệt giữa các đại học trên thế giới đang sắp xếp lại trật tự giáo dục thế giới.

Để tồn tại và phát triển, giáo dục - đào tạo nói chung và giáo dục đại học nói riêng đang đối mặt với yêu cầu cần phải nâng cao chất lượng, chương trình đào tạo (CTĐT) đa dạng, linh hoạt và hấp dẫn để đáp ứng yêu cầu mới của nguồn nhân lực nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh, thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế của đất nước trong quá trình hội nhập.

2. *Bối cảnh trong nước*

Nghị quyết số 29-NQ/TW về “đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế” đã tạo ra những tiền đề phát triển đồng bộ các cấp học, bậc học trong hệ thống giáo dục Việt Nam, khẳng định giáo dục đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng chủ nghĩa xã hội và bảo vệ tổ quốc. Giáo dục phải đi trước một bước, nâng cao dân trí, đào tạo nhân lực và bồi dưỡng nhân tài để thực hiện thành công các mục tiêu của chiến lược phát triển kinh tế - xã hội.

Với chủ trương trên, giáo dục đại học Việt Nam đã được tổ chức lại theo xu hướng chung của giáo dục đại học thế giới, các đại học sẽ được phân tầng thành các đại học định hướng nghiên cứu, các đại học định hướng ứng dụng và các đại học định hướng thực hành (Nghị định 73/2015/NĐ-CP).

Đặc biệt, Luật Giáo dục mới (Luật số 43/2019/QH14), Luật Giáo dục sửa đổi (Luật số 34/2018/QH14) và Nghị định 99 (Số 99/2019/NĐ-CP) đã làm thay đổi căn bản bức tranh giáo dục đại học trong nước. Các quy định về kiểm định và bảo đảm chất lượng được xây dựng nghiêm ngặt hơn, khắt khe hơn cũng là những yếu tố quan trọng điều chỉnh các hoạt động giáo dục trong nước.

Đồng thời, vị thế của Việt Nam trên thế giới được nâng cao đã tạo nhiều điều kiện thuận lợi cho hội nhập và hợp tác của giáo dục đại học; cũng như, đại học ngày càng thể hiện vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ doanh nghiệp, cộng đồng và địa phương giải quyết các vấn đề kinh tế - xã hội, thúc đẩy quá trình phát triển bền vững địa phương và đất nước.

Bên cạnh đó, tự chủ đại học ngày càng được quan tâm, tạo điều kiện để các đại học chủ động hơn trong đào tạo và nghiên cứu khoa học (NCKH), tạo nên môi trường cạnh tranh không chỉ về cung cấp dịch vụ đào tạo và dịch vụ khoa học công nghệ (KH-CN) mà còn cạnh tranh trong việc thu hút nguồn nhân lực giữa các trường đại học với nhau nhằm cung cấp dịch vụ đào tạo tốt hơn cho người học. Người học cũng có nhiều cơ hội để lựa chọn.

II. *Vị trí của HUFLIT trong bối cảnh vừa trình bày*

Tiền thân của HUFLIT là Trường Ngoại ngữ và Tin học Sài Gòn (1992). Ngày 26/10/1994, theo Quyết định số 616/TTg của Thủ tướng Chính phủ, Trường Đại học Dân lập Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM được thành lập. Và tại Quyết định số 1757/QĐ-TTg ngày 15/10/2015, Thủ tướng Chính phủ đã cho phép Trường chuyển đổi loại hình từ trường dân lập sang loại hình trường đại học tư thục và lấy tên là Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM (HUFLIT – Hochiminh University of Foreign Language – Information Technology).

Nhiệm vụ của đại học hội tụ lại trong 3 điểm cốt lõi như sau:

ĐƯỢC
TÌM
Đ
30/01/20
THỨ
HỒ

1. Là nơi khơi dậy tinh thần khoa học chân chính của thanh niên giúp họ khai mở tri thức và phát triển tài năng của mình.
2. Đào tạo con người ở 3 khía cạnh kiến thức (Knowledge), kỹ năng (skill), và thái độ (attitude) để trở thành một công dân có đóng góp tích cực cho xã hội và phát triển kinh tế. Xa hơn nữa là trở thành 1 con người hạnh phúc, và tự do phát triển hết khả năng của mình trong suốt cuộc đời người học.
3. Đóng góp cộng đồng một cách tích cực và có trách nhiệm.

Bản sắc của HUFLIT là một đại học tư thực, năng động và sáng tạo với thương hiệu đã được khẳng định gần 30 năm nay trong việc giảng dạy ngoại ngữ, tin học và các lĩnh vực khác nhưng có gắn liền với 2 kỹ năng chính là dạy chuyên môn bằng ngoại ngữ và kỹ năng tin học là tất yếu cho tất cả các ngành đào tạo. Khẩu hiệu “học một được ba” xuất phát từ cái gốc của HUFLIT. Với tinh thần cầu thị, khiêm tốn học hỏi và vượt lên chính mình, HUFLIT cần có một chiến lược có tầm, đủ tầm và linh hoạt. Trong đó, chiến lược nhấn mạnh các ý sau:

1. Đảm bảo quyền lợi của nhà đầu tư.
2. Phát triển thành đại học đa ngành, đa lĩnh vực với quy mô lớn.
3. Trở thành giao điểm của đại học trong nước và thế giới.

Phần tiếp theo sẽ được trình bày như sau: phần 2 sẽ phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức để từ đó định hình những chiến lược phát triển HUFLIT trong phần 3. Phần 4 sẽ trình bày cách tổ chức và thực hiện chiến lược.

ƯỚNG
VI HỌI
30 - T
VH PI
HÍ M
★

PHẦN II

PHÂN TÍCH ĐIỂM MẠNH – ĐIỂM YẾU, CƠ HỘI – THÁCH THỨC

I. Quản trị đại học

1. Điểm mạnh

- Có truyền thống văn hóa tốt và mang tính nhân văn; tạo được uy tín, thương hiệu trong xã hội; được xã hội, doanh nghiệp và phụ huynh đánh giá cao, sinh viên (SV) tôn trọng.
- Các nhà giáo sáng lập, Hội đồng Trường, Ban lãnh đạo có tâm huyết với sự nghiệp giáo dục.
- Tất cả những hoạt động là để chăm lo cho người lao động và SV.
- Giữ vững chất lượng và tinh thần đào tạo theo hướng thực tiễn.
- Việc số hóa quy trình làm việc của các đơn vị hiện đang được đầu tư và phát triển.

2. Điểm yếu

- Thương hiệu chưa mạnh ở các tỉnh miền Trung, Bắc, khu vực Tây Nguyên và các tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long (ĐBSCL). Bộ nhận diện thương hiệu HUFLIT chưa được phổ biến rộng rãi.
- Chưa có chiến lược xây dựng ngành mũi nhọn đặc trưng của Trường mở rộng ra bên ngoài xã hội.
- Cơ chế vận hành quá rườm rà, chưa chuẩn hóa qui trình hoạt động, chưa có tính tinh giản và liên kết các đơn vị một cách đồng bộ, phụ thuộc nặng nề thủ tục giấy tờ, thiếu chuyên nghiệp ảnh hưởng đến nhiều mảng chức năng, ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) trong quản lý còn chậm.
- Văn bản quản lý hành chính còn chồng chéo, trùng lặp; thủ tục còn rườm rà, cứng nhắc.
- Tư duy đổi mới của bộ máy hành chính vẫn còn chậm, khó thay đổi những nề nếp và tư tưởng mang tính truyền thống, đội ngũ giảng viên (GV) ít chú trọng đến chất lượng phục vụ. Công tác quản lý và phục vụ còn thiếu tính chuyên nghiệp.
- Công tác đoàn thể còn mang tính hình thức, chạy theo bề nổi; chưa đi vào thực chất phù hợp nhu cầu thực tiễn chuyên môn.

3. *Cơ hội*

- Chính sách quốc gia về ưu tiên phát triển giáo dục, nhà đầu tư trong nước, quốc tế, và xã hội quan tâm đến phát triển giáo dục.
- Chủ trương tăng quyền tự chủ cho các trường đại học.
- Ranh giới đại học công tư dần bị xóa, đại học công tiến tới tự chủ, cạnh tranh công bằng với đại học tư.
- Ban lãnh đạo có tư duy đổi mới, sớm nhận thức các vấn đề yếu kém, chấp nhận thay đổi và tìm biện pháp để khắc phục vấn đề.
- Áp dụng công nghệ thông tin để hiện đại hóa qui trình hoạt động, tăng hiệu quả hoạt động các mảng chức năng.

4. *Thách thức*

- Khả năng thích ứng cao đối với những biến động ngày càng phức tạp từ dịch bệnh, kinh tế, chính trị và xã hội.
- Khả năng cạnh tranh cao trên thị trường giáo dục từ đại học công và đại học nước ngoài mở tại Việt Nam về tuyển sinh, đội ngũ nhân sự, chất lượng, xếp hạng,
- Khả năng đáp ứng về đào tạo và nguồn nhân lực chất lượng theo nhu cầu ngày càng cao và đa dạng của xã hội.
- Áp lực về xếp hạng và NCKH là nhu cầu bức thiết và đang gia tăng trong các trường đại học.
- Xu hướng chuyển dịch công việc lên internet.
- Xu hướng ra quyết định, xây dựng chiến lược dựa trên phân tích dữ liệu số.

II. **Đào tạo đại học và sau đại học**

1. *Điểm mạnh*

- Chất lượng chuyên môn tạo được sự tin tưởng của xã hội, đặc biệt trong nhóm ngành ngôn ngữ, văn hóa và kinh doanh.
- SV được học tập một cách bài bản, chuẩn đầu ra của các ngành ở mức cao. Học phí phù hợp, SV chỉ theo học một chương trình chính khoá nhưng nhận được cả chuyên môn lẫn ngoại ngữ và tin học.
- Môi trường học có động lực cho SV nỗ lực phát triển, GV có tâm và có chất lượng, vị trí địa lý thuận lợi.

2. *Điểm yếu*

- Phát triển ngành đào tạo mới còn chậm so với nhu cầu xã hội; số lượng ngành học chưa đa dạng và thu hút người học.

- CTĐT chưa đạt chuẩn trong nước và quốc tế.
- Chất lượng giảng dạy chưa đồng đều.

3. Cơ hội

- Tự chủ đại học tạo điều kiện dễ dàng trong việc mở nhiều ngành đào tạo mới đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp và xã hội.
- Khuynh hướng chọn ngành ngôn ngữ và kinh tế vẫn ổn định.

4. Thách thức

- Sự cạnh tranh của các trường đại học trong và ngoài nước. Giáo dục liên ngành và xuyên quốc gia ngày càng phát triển.
- Người học có nhiều cơ hội để lựa chọn.
- Xu hướng sử dụng các chương trình giảng dạy trực tuyến để đáp ứng kịp thời trong tình hình dịch bệnh vẫn còn tiếp diễn.

III. Kiểm định chất lượng và xếp hạng quốc tế

1. Điểm mạnh

- Trường đã được kiểm định cấp cơ sở đào tạo năm 2018 và được công nhận đạt chuẩn chất lượng.
- Nằm trong top 100 của đại học Việt Nam và top 6500 của thế giới.

2. Điểm yếu

- Đội ngũ nhân sự còn thiếu về chất và lượng chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển.
- Các CTĐT hiện tại còn khiêm tốn, ngoại trừ các ngành tuyển sinh ổn định, có 5 ngành tuyển sinh còn khó khăn. Ngành CNTT chưa phát huy được vai trò thế mạnh của Trường như tên gọi HUFLIT đã từng mong đợi.
- Chưa có CTĐT nào được kiểm định.

3. Cơ hội

- Trường đang ở thứ hạng khá thấp nên cơ hội tăng thứ hạng là rất cao.
- Tự chủ đại học mở ra nhiều cơ hội để Trường phát triển về chất và lượng.
- Nhà nước và cơ quan chủ quản chú trọng việc chuyển đổi số, học trực tuyến nên Trường có nhiều cơ hội vượt lên so với hiện tại.

4. Thách thức

- Sự cạnh tranh đến từ các trường đại học trong khu vực đang mạnh mẽ và quyết liệt.

IV. Nghiên cứu khoa học

1. Điểm mạnh

- Đã bắt đầu nhận thức được tầm quan trọng của NCKH trong trường đại học.

2. Điểm yếu

- Công tác NCKH chưa được khuyến khích và đẩy mạnh đúng mức.
- NCKH chưa mạnh, không có chủ điểm, rời rạc, chưa có đề tài lớn, chỉ dừng ở tính hình thức, đối phó, chưa tương xứng.
- Thiếu chuyên gia đầu ngành trong nhiều lĩnh vực nên hạn chế phát triển nhóm nghiên cứu, nhóm nghiên cứu mạnh mang tính liên ngành.
- Chưa có định hướng nghiên cứu, hướng nghiên cứu mũi nhọn nhằm tạo ra sản phẩm chiến lược, tạo lập tài sản trí tuệ phục vụ chuyển giao.
- NCKH của SV còn yếu.
- Đa phần GV coi NCKH là nhiệm vụ phải thực hiện chứ không hoàn toàn thích/đam mê.

3. Cơ hội

- Nhà nước và các cơ quan ban ngành đang khuyến khích NCKH và giải quyết các vấn đề ứng dụng thực tế. Phù hợp với định hướng ứng dụng của HUFLIT.
- Các chính sách KHCN được ban hành thúc đẩy việc NCKH trong trường đại học.

4. Thách thức

- Đẩy mạnh các hoạt động KHCN đáp ứng nhu cầu đào tạo và phát triển của Trường.

V. Hợp tác quốc tế

1. Điểm mạnh

- Trường có danh tiếng, lãnh đạo có tâm và có tầm.
- SV năng động, ngoại ngữ tốt, thành công tại các doanh nghiệp.
- Có nhiều hoạt động đối ngoại mang lợi ích thiết thực cho SV và nâng cao uy tín của Trường, nhiều chương trình tài trợ từ các tổ chức và đơn vị nước ngoài, nhiều học bổng đến từ trong và ngoài nước.

2. Điểm yếu

- Đã và đang được đẩy mạnh nhưng chưa thực sự đáp ứng được thực tiễn.
- Chưa có chiến lược cụ thể, hiện chỉ hợp tác tập trung khu vực Đông Bắc Á.
- Phối hợp chính thức giữa các đơn vị liên quan còn yếu do các khoa không có chuyên trách.

- Chưa có CTĐT tiến sĩ nên chưa thể hợp tác toàn diện được với các đối tác có danh tiếng.

3. Cơ hội

- Các trường nước ngoài hiện đang tìm cách thu hút tuyển sinh trong nước thông qua hình thức hợp tác quốc tế, chương trình liên kết (CTLK), phối hợp đào tạo, mở rộng đối tượng tuyển sinh vào Trường.
- Hợp tác trong nghiên cứu giữa các trường cũng như giữa các ngành.

4. Thách thức

- Nhân lực còn yếu về ngoại ngữ, chuyên môn.
- Cơ sở vật chất (CSVCh) chưa phù hợp cho đào tạo quốc tế.
- Chưa có sự quan tâm, chăm sóc đối tác.
- Hợp tác với các khu vực châu Âu, với Anh, Mỹ, ... là một nhu cầu tất yếu.

VI. Cơ sở vật chất

1. Điểm mạnh

- Cơ sở chính của Trường nằm ở trung tâm thành phố, thuận tiện đi lại cho SV và nhân sự của Trường, là yếu tố quan trọng trong việc thông tin khi tuyển sinh.
- Tự chủ tài chính giúp cơ sở khang trang, trang thiết bị đầy đủ, đáp ứng kịp thời cho đào tạo.

2. Điểm yếu

- Còn lạc hậu so với các trường khác, chưa đầu tư xứng tầm với mong muốn người học, không phù hợp nhu cầu thẩm mỹ của giới trẻ ngày nay.
- Cơ sở phân tán, nhỏ lẻ, xa trung tâm.
- Chưa có cơ sở đào tạo do Trường sở hữu ở nội thành; thiết bị chưa hiện đại, đồng bộ, chưa có phòng thí nghiệm dạng xu thế hiện nay cho nghiên cứu.
- Các cơ sở hiện tại chưa chỉnh trang tương xứng với vị thế của Trường.

3. Cơ hội

- Tự chủ tài chính giúp CSVCh được tiến hành cải thiện kịp thời và đủ nguồn lực để trang bị CSVCh.

4. Thách thức

- Các trường cạnh tranh có cơ sở tư hữu tại nội thành, trang thiết bị đồng bộ và hiện đại hơn.



- Cơ sở Học Môn ở xa trung tâm, kế hoạch lộ trình cho việc đi lại của SV và nhân sự của Trường là một nhu cầu; cũng như việc tạo các yếu tố thu hút SV chọn lựa học ở cơ sở này như chế độ, ưu đãi, phúc lợi, tiện ích,

VII. Tổ chức – nhân sự

1. Điểm mạnh

- Công tác tổ chức được đánh giá cao.
- Đội ngũ cán bộ (CB) tại chỗ có kinh nghiệm, hiểu về văn hoá Trường, có sự gắn bó với Trường.
- CB, GV trẻ nhiệt tình, được đào tạo bài bản, chuyên môn tốt, đồng lòng, hợp sức, nỗ lực vì mục tiêu chung.
- Chế độ lương, thưởng, phúc lợi cho nhân viên (NV) đảm bảo và ổn định, phúc lợi tốt.

2. Điểm yếu

- Tổ chức bộ máy còn mang tính hình thức, công thức hoá; nhân sự thiếu “văn hóa chịu trách nhiệm”, thiếu tính quyết đoán trong quá trình giải quyết công việc.
- Chưa có chiến lược phát triển đội ngũ xứng tầm vì thế nên có khoảng trống và sự thiếu hụt đội ngũ quản lý - GV đủ chuẩn để có thể đảm đương công việc.
- Đội ngũ đào tạo - nghiên cứu còn thiếu và phân bố không đồng đều về bằng cấp, tuổi tác và năng lực NCKH; thiếu CB, GV có học hàm, học vị cao.
- Vẫn còn trường hợp bố trí nhân sự chưa phù hợp chuyên môn, GV giảng dạy chưa đúng chuyên ngành.
- Chính sách thu hút và đãi ngộ nhân tài chưa kịp thời và chưa đủ cạnh tranh. Chế độ lương còn thấp so với các trường khác hiện nay.
- Chưa xây dựng được tiêu chuẩn để đánh giá chất lượng giảng dạy của GV, tiêu chuẩn tuyển chọn và chính sách thu hút GV tiến sĩ.
- Thiếu chính sách đầu tư trung hạn và dài hạn nhằm nâng cao trình độ và bồi dưỡng chuyên môn đội ngũ. Công tác đào tạo, quy hoạch và bồi dưỡng CB quản lý, đào tạo đội ngũ kế thừa còn yếu.
- Đội ngũ còn sức ỳ, không có sự sáng tạo trong công việc; còn nhân nhượng, nể nang lẫn nhau nên làm chậm tiến độ công việc.
- Truyền thông nội bộ về công tác tổ chức – nhân sự chưa tốt, cần thông tin về nhiệm vụ của GV.
- Công tác thi đua khen thưởng (TĐKT) được quan tâm, nhưng chưa thực sự là động lực của sự phát triển; còn thiếu sự chế tài răn đe.

V.A
G
IC
TIN HQ
HỒ
INH

3. *Cơ hội*

- Có nhiều nguồn hỗ trợ đào tạo nhân lực từ Nhà nước, học bổng nước ngoài để phát triển đội ngũ GV, CB chất lượng tốt bổ sung cho Trường.
- Lãnh đạo Trường có chủ trương trẻ hóa đội ngũ.
- Chuyển đổi số vào quản lý nhân sự là một công việc được ưu tiên đặt ra.
- Được sự ủng hộ của Lãnh đạo Trường.

4. *Thách thức*

- Sự cạnh tranh giữa các trường đại học.
- Chuyển đổi số, cải cách làm việc.
- “Giữ chân” nhân sự và phát triển đội ngũ trẻ bằng môi trường làm việc tạo điều kiện để người lao động học tập, phát triển và gia tăng giá trị.

VIII. *Tuyển sinh - truyền thông*

1. *Điểm mạnh*

- Có chất lượng SV đầu vào tốt, chất lượng đào tạo tốt, chất lượng đầu ra nhận được đánh giá cao từ nhà tuyển dụng, đặc biệt về đào tạo ngoại ngữ.
- Điểm tuyển sinh tốt, đánh giá của doanh nghiệp tốt; môi trường học tốt, vị trí địa lý tốt, học phí hợp lý.
- Hình ảnh Trường tạo được sự tin cậy (có bề dày hoạt động, chất lượng chuyên môn tốt).
- Đội ngũ nhân sự có hiểu biết về lịch sử, văn hoá Trường, có sự gắn bó với Trường.
- Kênh truyền miệng có hiệu quả cao, giúp tạo sự tin tưởng về Trường (phụ huynh, cựu SV nói tốt về Trường).

2. *Điểm yếu*

- Chưa xây dựng được chiến lược truyền thông.
- Đội ngũ nhân sự còn yếu, chỉ giải quyết sự vụ và thuê mướn bên ngoài chưa thực sự tập trung trí tuệ để xây dựng và phát triển chiến lược truyền thông.
- Chưa chú trọng vào truyền thông, quảng bá thương hiệu, hình ảnh thương hiệu chưa mở rộng và không nổi bật, chưa có nhiều đổi mới so với các trường khác. Hình ảnh Trường chưa cập nhật, đổi mới nên tạo cảm giác lâu đời, lãng quên.
- Trường ít xuất hiện và tương tác trên mạng xã hội, kênh trực tuyến. Nhận biết về Trường ở khu vực Hóc Môn, Đồng Nai, các tỉnh lân cận (nơi Trường dự định tuyển sinh) còn hạn chế.

- Truyền thông nội bộ còn thiếu trang tin nội bộ để truyền tải thông tin, thông điệp, chính sách của lãnh đạo xuống các cấp dưới, thiếu sự tương tác nội bộ để kết nối với nhau, có quá nhiều ứng dụng làm việc và trao đổi thông tin khiến thông tin rời rạc, tản mạn; thông điệp từ lãnh đạo bị hiểu sai/không hiểu.
- Chưa có quy hoạch thông tin trên website.
- Chưa tận dụng tốt các kênh truyền thông chính thức cho SV, ví dụ như mail SV, fanpage, ... Các kênh truyền thông hỗ trợ SV chưa rõ ràng, SV có cảm giác thắc mắc, phản hồi được trả lời chậm nên SV dễ bị lôi kéo bởi những kênh truyền thông không chính thống.
- Nhóm phụ huynh hiện tại và tiềm năng chưa được quan tâm chăm sóc tương xứng.

3. *Cơ hội*

- Thu nhập bình quân đầu người tăng, khả năng học tập tại các trường đại học tư thục cũng tăng lên.
- Quy chế tuyển sinh tạo điều kiện cho các trường đa dạng hóa loại hình tuyển sinh.
- Có rất nhiều kênh để truyền thông như zalo, facebook, ...
- Niềm tin đã tạo dựng được: là trường tư thục duy nhất chưa bị thương mại hoá hoàn toàn, đội ngũ có sự kế thừa, sự tin tưởng về chất lượng đào tạo của Trường nên tạo được sự khác biệt rõ nét đối với các trường tư thục trong cùng phân khúc.
- Giá trị văn hoá cốt lõi duy trì được: từ tế, nhân văn.

4. *Thách thức*

- Đội ngũ nhân sự truyền thông chưa được đào tạo bài bản.
- Các trường đại học liên tục được thành lập, hoặc lập thêm nhiều chuyên ngành, dẫn đến sự phân tán rộng lực lượng học sinh dẫn đến tính cạnh tranh mạnh trong quá trình tuyển sinh.
- Chưa có sự phối hợp giữa các đơn vị để xây dựng hình ảnh, cá tính thương hiệu cho Trường; đảm bảo thống nhất về hình ảnh, thông điệp của Trường.
- Đồng thuận trong thông tin truyền tải.
- Thói quen của thế hệ trẻ (GenZ) và phụ huynh của họ trong việc tìm kiếm thông tin và ra quyết định.
- Các trường cùng phân khúc đầu tư mạnh mẽ về hình ảnh, marketing và truyền thông, tổ chức bài bản.
- Việc vận hành cơ sở Học Môn không bài bản có thể làm cho công chúng, đặc biệt là phụ huynh và học sinh, SV thiếu yên tâm về địa điểm.

- Chính sách học phí, hỗ trợ SV bị xuyên tạc, làm SV hiểu sai.
- Định vị học hiệu của Trường trong 5 năm tới có thể bị lạc hậu so với các trường trong cùng phân khúc nếu không có chính sách điều chỉnh về tính cách thương hiệu, ý tưởng thương hiệu.
- Vai trò, nhiệm vụ của truyền thông cần có sự thấu hiểu nhiều hơn của các đơn vị trong Trường.
- Lực lượng nhân sự truyền thông còn mỏng so với khối lượng công việc hiện tại.
- Trải nghiệm của các đối tượng công chúng bên trong và bên ngoài Trường chưa được quan tâm đúng mức.
- Khi mở ngành mới, CTĐT mới nếu không nghiên cứu thị trường kỹ càng, xác định rõ sự khác biệt của các loại hình, CTĐT có thể tạo ra thách thức về các ngành, chương trình, hình thức đào tạo của Trường.

IX. Công tác sinh viên

1. Điểm mạnh

- Được lãnh đạo quan tâm, đội ngũ nắm bắt được công việc.
- Phong trào SV hoạt động tốt, đa dạng.
- Có sự yêu mến, hỗ trợ của SV.
- Nổi tiếng có nhiều hoạt động sôi nổi, giúp SV có điều kiện nâng cao kỹ năng mềm trước khi đi làm.

2. Điểm yếu

- Công tác hỗ trợ SV chưa tốt do sự phối hợp giữa các đơn vị còn thiếu chủ động, đồng bộ, đội ngũ quản lý SV còn thiếu và biến động liên tục.
- Chưa có nhiều hoạt động hỗ trợ kỹ năng của SV.
- Không gian làm việc còn hạn chế.
- Mạng công tác về cựu SV còn yếu; đặc biệt chưa có dữ liệu về cựu SV, chưa kết nối tốt để tạo cộng đồng Alumni của HUFLIT.
- Chưa có sự giao lưu về công tác SV với các trường khác.
- Hoạt động phong trào còn manh mún, SV chưa có niềm tin vào các hoạt động.
- Chưa phát huy được giá trị cũng như vai trò của Đoàn - Hội trong công tác hỗ trợ giúp SV có nhận thức đúng, nên rất khó khăn khi quản lý và định hướng SV về chuyên môn.



3. *Cơ hội*

- Các hoạt động cho SV rất đa dạng.
- Vai trò của cựu SV ảnh hưởng rất mạnh mẽ.

4. *Thách thức*

- Tâm lý của SV sau thời gian bị giãn cách do dịch bệnh.
- SV đang thuộc thế hệ GenZ, nên dễ bị các thông tin trên mạng xã hội chi phối ảnh hưởng đến công tác tuyên truyền của Trường.

X. **Quan hệ doanh nghiệp và việc làm, khởi nghiệp**

1. *Điểm mạnh*

- Có kết nối mạnh với doanh nghiệp, có nhiều CTLK doanh nghiệp, giới thiệu cơ hội thực tập và đầu ra cho SV.
- Có quan hệ ngoại giao tốt với các nước trên thế giới.

2. *Điểm yếu*

- Quan hệ doanh nghiệp chưa xứng tầm.
- Chưa có các đề tài, dự án trong nước cũng như quốc tế phù hợp.

3. *Cơ hội*

- Hợp tác với các doanh nghiệp rất lớn, đào tạo SV tại doanh nghiệp.
- Các quốc gia phát triển, liên minh Châu Âu.

4. *Thách thức*

- Cơ hội việc làm cho SV sau dịch bệnh.

XI. **Tài chính**

1. *Điểm mạnh*

- Có mức học phí hợp lý so với các trường tư thục khác.
- Có nhiều học bổng thu hút SV giỏi.
- Nguồn tài chính ổn định, ít rủi ro.
- Đội ngũ chuyên môn lành nghề, có hiểu biết về Trường.

2. *Điểm yếu*

- Sử dụng vốn nhân rồi chưa hiệu quả, chưa đa dạng hóa nguồn thu.
- Ứng dụng CNTT trong quản lý tài chính còn hạn chế, chưa tự động hóa việc thu học phí.

- Chưa chú trọng công tác quản trị tài chính, hoạch định tài chính chưa tốt. Tiền nhân rồi chỉ gửi tiết kiệm ngân hàng.
- Các thủ tục - hành chính còn rườm rà, nhiều khâu, chưa thống nhất và ban hành phổ biến đầy đủ.

3. *Cơ hội*

- Có thể đa dạng hóa nguồn thu để tăng thêm nguồn thu.

4. *Thách thức*

- Chính sách quản lý thuế của Nhà nước thường xuyên thay đổi và không nhất quán.
- Sự cạnh tranh của các trường khác.

XII. Công nghệ thông tin

1. *Điểm mạnh*

- Ban lãnh đạo có chuyên môn tốt về CNTT.
- Các cơ sở hiện tại tập trung tại TP.HCM nên thuận tiện cho việc triển khai và đồng bộ các hệ thống CNTT.
- Sẵn sàng cho việc trang bị mới các trang thiết bị CNTT.
- Có Khoa CNTT để hỗ trợ về chuyên môn, nguồn nhân lực CNTT từ SV.

2. *Điểm yếu*

- Ban lãnh đạo có chuyên môn tốt về CNTT cũng là điểm yếu, đôi khi làm hạn chế ý tưởng đề xuất của các bộ phận và cá nhân trong Trường.
- Trang thiết bị CNTT còn yếu, chưa đáp ứng được với nhu cầu hiện tại.
- Quy trình quản lý hành chính được CNTT hóa còn yếu.
- Chuyển đổi số trong vận hành và quản lý còn yếu.
- Các nền tảng, ứng dụng để hỗ trợ đáp ứng nhu cầu, giải quyết bức xúc, tư vấn tâm lý cho SV còn yếu.
- Bảo mật an toàn thông tin còn yếu.
- Đội ngũ nhân lực còn thiếu rất nhiều.

3. *Cơ hội*

- Chủ trương chuyển đổi số của Trường đã được thông qua.
- Các hình thức đào tạo trực tuyến được triển khai, xu hướng học trực tuyến ngày càng phát triển.
- Số hóa trong quản lý ở các cơ sở giáo dục đào tạo.

4. Thách thức

- Dịch bệnh.
- Ảnh hưởng xã hội.
- Sự cạnh tranh về lương bổng, nhân lực.
- Đáp ứng tài chính cho đầu tư trang thiết bị.

XIII. Hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng

1. Điểm mạnh

- Các chương trình, hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng đã được Trường quan tâm, triển khai thực hiện từ lâu thông qua các hoạt động bảo vệ môi trường, sức khỏe cộng đồng và phúc lợi xã hội, thực hiện các đề tài/đề án phục vụ phát triển kinh tế - xã hội trong khu vực/địa phương, đào tạo bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp, liên kết hỗ trợ các trường trung học phổ thông, các hoạt động sinh hoạt ngoại khóa cho sinh viên,

2. Điểm yếu

- Hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng hiện chưa được cụ thể hóa bằng các văn bản quản lý, chưa được truyền tải rõ ràng và nhất quán ở tất cả các cấp và các bên liên quan.
- Hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng chưa được đầu tư và ghi nhận một cách có hệ thống.

3. Cơ hội

- Đa dạng hóa, cải tiến các hình thức phục vụ cộng đồng phù hợp với yêu cầu của xã hội thông qua việc ghi nhận các ý kiến đóng góp của các bên liên quan và cam kết thực hiện bằng văn bản của Nhà trường.
- Khả năng kết nối với địa phương, quốc tế ngày càng tăng cao, góp phần nâng tầm thương hiệu HUFLIT.

4. Thách thức

- Hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng cần được truyền tải rõ ràng đến các bên liên quan; minh bạch trong ghi nhận, đánh giá, chia sẻ lợi ích; sự tham gia tích cực của các bên liên quan.

PHẦN III

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN HUFLIT GIAI ĐOẠN 2021 – 2025 VÀ TẦM NHÌN ĐẾN 2030

I. Triết lý giáo dục, sứ mạng, tầm nhìn và giá trị cốt lõi

1. Triết lý giáo dục

Mưu cầu hạnh phúc và tự do dựa trên nền tảng đạo đức và trí tuệ.

2. Sứ mạng

Sứ mạng của HUFLIT là đào tạo những con người có khả năng học tập suốt đời để trở thành công dân toàn cầu, thích nghi và đóng góp tích cực cho xã hội luôn thay đổi, có ý thức phát triển bản thân, đặc biệt là ngoại ngữ và tin học, thông qua các trải nghiệm thực tế.

3. Tầm nhìn

HUFLIT hướng đến phụng sự xã hội bằng những con người năng động, sáng tạo, có tâm và tầm; biết yêu thương, trân trọng cuộc sống; có khả năng làm mới chính mình; đạt được hạnh phúc & tự do bằng trí tuệ và đạo đức.

4. Giá trị cốt lõi

ĐOÀN KẾT - HỢP TÁC - KỶ CƯƠNG - CHẤT LƯỢNG - PHÁT TRIỂN

- Giá trị dài hạn:

BỨT PHÁ – TỰ DO – BỀN VỮNG

- Giá trị văn hóa:

TỬ TẾ - HỌC TẬP

- Khẩu hiệu hành động:

CHÍNH TRỰC – HỢP TÁC – TRÁCH NHIỆM

II. Mục tiêu chiến lược

1. Mục tiêu chung

- Xây dựng HUFLIT trở thành đại học ứng dụng quy mô lớn với đa ngành, đa lĩnh vực đáp ứng nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao góp phần phát triển kinh tế xã hội cho khu vực và thế giới.

2. Mục tiêu chiến lược giai đoạn 2021-2025

- Không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo, đa dạng hóa ngành nghề, loại hình đào tạo và đảm bảo người học có việc làm trong và sau khi tốt nghiệp.
- Chuyển đổi số để tăng hiệu quả quản trị đại học và nâng cao trải nghiệm học tập cho người học.
- Nâng cao vị thế, thứ hạng của HUFLIT lên một tầm cao mới ở các khía cạnh: KHCN, đóng góp cộng đồng, hợp tác quốc tế.

III. Các nội dung và giải pháp thực hiện

1. Quản trị đại học

- Hoàn thiện qui trình, qui định, phục vụ quản lý.
- Bảo đảm nguồn nhân lực phục vụ phát triển bền vững.
- Chuyển đổi số nâng cao năng lực quản lý.
- Nâng cao thứ hạng, hình ảnh HUFLIT trong và ngoài nước.
- Xây dựng văn hóa tổ chức, văn hóa HUFLIT - kế thừa và bổ sung để phù hợp với tình hình thực tế hiện nay.
- Phát huy vai trò của các đoàn thể đối với các hoạt động trong Trường.

2. Đào tạo đại học và sau đại học

- Tập trung ngành nghề đào tạo mũi nhọn:
 - + 2022-2025: Tiếp tục điều chỉnh CTĐT hội nhập quốc tế, phù hợp nhu cầu thực tế doanh nghiệp.
 - + 2022-2025: Đưa doanh nghiệp tham gia vào hoạt động đào tạo.
- Tăng quy mô đào tạo
- Bảo đảm chất lượng đào tạo.
- Tập trung và phát huy thế mạnh giảng dạy chuyên môn bằng ngoại ngữ.
- Tăng cường ứng dụng tin học cho tất cả các ngành đào tạo.
- Mở ngành mới, xây dựng các CTĐT tinh hoa, mở thêm các ngành sau đại học. Cụ thể như sau:
 - + Mở 15 ngành đào tạo đại học liên quan CNTT, sức khỏe.
 - + Mở 3 ngành đào tạo cao học về ngôn ngữ Anh.
 - + Mở 1 ngành đào tạo tiến sĩ liên quan CNTT.
 - + Năm 2022: có CTĐT tinh hoa.

- + Năm 2025: các Khoa có CTĐT tinh hoa.
- + Năm 2025: các khoa có lượng SV khá phải thu hút được ít nhất 05 tiến sĩ (Khoa KT-TC, QTKD, CNTT, Luật).
- Quốc tế hóa ngành nghề, CTĐT.
- Đa dạng hóa các hình thức đào tạo: tiên tiến, tinh hoa, quốc tế, liên kết.
- Nâng cao hiệu quả trong quản lý đào tạo và vận hành CTĐT:
 - + Rút gọn qui trình đào tạo còn 3 đến 3.5 năm, 125-135 tín chỉ.
 - + Tăng cường sự liên thông giữa các CTĐT
- Nâng cao hiệu quả và trải nghiệm học tập của người học:
 - + Xây dựng chương trình tự học của SV, kèm theo đề cương chi tiết của mỗi học phần.
 - + Tổ chức dạy và thi bằng phần mềm kèm video các học phần môn Lý luận chính trị, lý thuyết môn Giáo dục quốc phòng.
 - + Mua phần mềm tiếng Anh của một số trường trên thế giới để giảng dạy, kiểm tra và thi tiếng Anh không chuyên.

3. *Kiểm định chất lượng và xếp hạng quốc tế*

- Hoàn thiện và vận hành hệ thống bảo đảm chất lượng bên trong:
 - + Năm 2023: hoàn thành hệ thống bảo đảm chất lượng.
- Kiểm định chất lượng CTĐT theo chuẩn MOET và quốc tế:
 - + Năm 2024: 100% tự đánh giá.
 - + Năm 2025: hoàn chỉnh kiểm định 80% CTĐT.
- Kiểm định chất lượng cơ sở đào tạo theo chuẩn quốc tế:
 - + Năm 2024: kiểm định CSGD xong chu kỳ 2 MOET.
 - + Năm 2030: kiểm định CSGD theo chuẩn quốc tế.
- Tham gia xếp hạng quốc tế.
- Xây dựng kế hoạch đào tạo đội ngũ đáp ứng các tiêu chuẩn kiểm định chất lượng theo quy định của Bộ GD&ĐT.
- Xây dựng văn hóa đảm bảo chất lượng giáo dục trong toàn trường.
- Ứng dụng CNTT trong công tác khảo thí và đảm bảo chất lượng:
 - + Xây dựng phần mềm thi trực tuyến các môn học: Lý luận chính trị, GDQP (lý thuyết), Tiếng Anh không chuyên (trừ phần Speaking).

4. *Nghiên cứu khoa học*

- Tăng cường hoạt động nghiên cứu và quản lý khoa học của Trường:
 - + Hoàn thiện và ban hành Quy chế NCKH trong SV.
 - + Đẩy mạnh đề tài NCKH SV (3 đề tài/khoa/năm), đề tài NCKH GV (3 đề tài cấp trường/khoa/năm, 5 đề tài cấp tỉnh, bộ/5 năm), định hướng NCKH theo hướng ứng dụng.
 - + Năm 2022: có chính sách về xuất bản sách và giáo trình.
 - + Có sản phẩm khoa học đặc trưng của HUFLIT, chuyển giao sản phẩm công nghệ.
 - + Chính sách KPI GV rõ ràng.
 - + 2021-2022: bổ sung qui trình xét duyệt đề tài.
 - + Xây dựng chính sách khuyến khích GV, SV tham gia NCKH.
 - + Phát triển đội ngũ nghiên cứu viên để tập trung nghiên cứu ứng dụng.
- Đầu tư CSVC để phát triển hoạt động NCKH.
- Phát triển nguồn thu từ hoạt động NCKH và chuyển giao công nghệ.
- Khuyến khích công bố khoa học đỉnh cao.
- Phát triển Tạp chí Khoa học HUFLIT lên tầm quốc gia và quốc tế (tham gia chỉ số xếp hạng Hội đồng Chức danh Giáo sư, ACI).
- Tăng cường hợp tác quốc tế trong lĩnh vực NCKH.
- Xác lập mối quan hệ với các địa phương nhằm tìm thêm nguồn kinh phí KHCN.
- Xây dựng các nhóm nghiên cứu, phòng thí nghiệm mạnh.

5. *Hợp tác quốc tế*

- Nâng cao hoạt động hợp tác quốc tế của Trường theo hướng hội nhập quốc tế:
 - + Năm 2022: Rà soát lại các hoạt động liên kết đối tác nước ngoài, tập trung vào hoạt động thiết thực.
 - + 2022-2023: Cùng cố/đẩy mạnh hợp tác các nước Hàn Quốc, Nhật Bản → kí lại các MOU/MOA.
 - + 2022-2025: 4 CTLK 2+2 Hàn Quốc, 2 CTLK 2+2 Nhật Bản, thêm 5 hợp tác Hàn Quốc, 3 hợp tác Nhật Bản; phát triển 2 hợp tác chính thức với các trường Đài Loan; 3 hợp tác chính thức và xây dựng 4 chương trình liên kết với các trường tại khu vực châu Mỹ, châu Âu và châu Đại Dương.
- Gia tăng số lượng sinh viên quốc tế của Trường:

- + 2022-2023: Nhận SV trao đổi từ Hàn Quốc và Nhật Bản.
- + 2023-2025: Lên kế hoạch tiếp nhận SV trao đổi từ các nước khác ngoài Hàn Quốc và Nhật Bản.
- Gia tăng số lượng sự kiện quốc tế tại Trường:
 - + Năm 2022: Tổ chức hội thảo quốc tế về CNTT (RIVF); tổ chức hội thảo khoa học quốc tế kỷ niệm 30 năm với Hàn Quốc.
 - + Năm 2023: Tổ chức hội thảo khoa học quốc tế kỷ niệm 50 năm với Nhật Bản.
- Thúc đẩy các hoạt động nâng cao vị thế của Trường:
 - + Xây dựng các văn bản phối hợp quản lý trong công tác đối ngoại.
 - + Tăng cường mạng lưới đối tác chiến lược.
 - + Tìm kiếm các dự án hợp tác trong và ngoài nước.

6. Cơ sở vật chất

- Hiện đại hóa CSVC và cơ sở hạ tầng phục vụ, trang thiết bị theo kế hoạch đào tạo và NCKH của Trường:
 - + Năm 2022: tăng cường học liệu trực tuyến, số hóa các luận văn HUFLIT, học liệu cho SV.
 - + Năm 2023: có thư viện điện tử với nguồn học liệu đa dạng, phong phú đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của SV/GV.
- Mở rộng đầu tư, trang bị CSVC cho các cơ sở:
 - + Năm 2023: Hiện đại CSVC từ các khoa.
 - + Năm 2025: Xây dựng nhà thi đấu thể thao đa năng, mua và đầu tư xây dựng cơ sở ở nội thành.
 - + Đầu tư đồng bộ trang thiết bị hiện đại.
 - + Tăng cường xây dựng phòng thí nghiệm, thực hành hiện đại phục vụ đào tạo và NCKH.
- Quản lý hiệu quả CSVC:
 - + Khích lệ CB, NV, SV tham gia bảo vệ CSVC.
 - + Đào tạo và nâng cao trình độ quản lý, đáp ứng yêu cầu về quản trị cơ sở hiện đại.

7. Tổ chức – nhân sự

- Hoàn thiện cơ cấu tổ chức và nhân sự quản lý của Trường:
 - + Phân loại GV giảng dạy/GV nghiên cứu.

- + Đạt các chỉ số theo qui định MOET.
- Phát triển đội ngũ CB, GV, NV của Trường:
 - + Quy hoạch và bồi dưỡng CB - GV theo lộ trình.
 - + Xây dựng tiêu chuẩn tuyển chọn, đánh giá GV, thu hút GV giỏi.
 - + Xây dựng hệ thống thang bảng lương chú trọng đến chất lượng giảng dạy của GV, đảm bảo thu hút được GV giỏi, tâm huyết.
 - + Xây dựng chuẩn GV ngoại ngữ tiếng Anh theo chuẩn (IELTS, TOEFL) ở từng cấp độ để từng bước nâng chất lượng GV.
 - + Xây dựng chính sách đãi ngộ và hỗ trợ CBGV học tập nâng cao trình độ chuyên môn và phấn đấu gắn bó lâu dài; thúc đẩy CBGV đạt chức danh PGS, GS trong cơ sở giáo dục đại học.
 - + Xây dựng chính sách thu hút tiến sĩ về Trường, đảm bảo tiêu chí có tiến sĩ đứng đầu ngành và đúng chuyên ngành đào tạo.
 - + Xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng dài hạn, ngắn hạn hàng năm theo các cấp bậc và chuyên môn nghiệp vụ cho CBGV.
 - + 2022: Hoàn thiện đề án quy hoạch CB; tiếp tục củng cố phát triển đội ngũ đáp ứng số lượng SV các ngành; cải cách chế độ tiền lương, phúc lợi, khen thưởng và kỷ luật nghiêm minh.
 - + Năm 2023: Đào tạo bồi dưỡng, nâng cao trình độ (10%), chuẩn hóa chức danh công việc, áp dụng đánh giá hiệu suất theo OKRs, KPIs.
 - + Năm 2024: Công tác quản trị đại học, văn hóa tổ chức (95%).
 - + Năm 2025: Đảm bảo số lượng tiến sĩ đầu ngành, đúng chuyên ngành (20%).
- Nâng cao hiệu quả quản trị Trường:
 - + Năm 2022: Ban hành bổ sung những qui trình làm việc phù hợp với thời kỳ chuyển đổi số và thực hành một cách nghiêm túc. Hoàn thiện các văn bản quy định, quy trình (80%), cập nhật chuyển đổi số (90%).
 - + Xây dựng quy chế thi đua khen thưởng để phù hợp với tình hình hiện tại của Trường; đánh giá hiệu suất công việc theo OKRs, KPI; có chế tài đối với kỷ luật lao động.

8. Tuyển sinh - truyền thông

- Xây dựng đội ngũ nhân sự có tâm có tầm phù hợp với sự phát triển của HUFLIT.
- Xây dựng chiến lược truyền thông dựa trên giá trị.



- Xây dựng kế hoạch phân tích thị trường/lợi thế cạnh tranh/xác định phân khúc/định vị mục tiêu.
 - + 2022-2025: kết nối các khoa cùng tuyển sinh, các trường trung học phổ thông (THPT).
 - + 2022-2025: phát triển đội ngũ tuyển sinh.
 - + 2022-2025: phát triển tuyển sinh trực tuyến.
 - + 2022-2025: hướng đến miền Tây, Đông, miền Trung.
- Xây dựng kế hoạch truyền thông trực tuyến (digital marketing)/trực tiếp.
- Xây dựng kênh thông tin nội bộ để ghi nhận các đóng góp của các đơn vị.
- Chính sách học bổng tuyển sinh và khuyến khích học tập nhằm thu hút học sinh giỏi vào học tại Trường.
- Đa dạng hình thức, mở rộng địa bàn tuyển sinh.
- Ứng dụng CNTT vào tuyển sinh.
- Lập kế hoạch truyền thông cho tuyển sinh và học hiệu Trường.

9. Công tác sinh viên

- Xây dựng các dịch vụ trải nghiệm, hỗ trợ và chăm sóc SV:
 - + 2021-2022: tăng cường/cải tiến hoạt động tiếp SV, và qui trình xử lý yêu cầu SV, hệ thống thông tin ticket cho SV.
 - + 2021-2022: có hệ thống thông tin hỗ trợ hoạt động SV, bổ sung qui trình hoạt động SV.
 - + 2021-2022: có đóng góp ý kiến từ SV/cựu SV.
 - + 2021-2022: thành lập Hội Cựu SV.
- Đẩy mạnh mối quan hệ giữa SV - Nhà trường - Gia đình, giữa Cựu SV - Nhà trường:
 - + Tổ chức các buổi giao lưu, chia sẻ giữa cựu SV và SV.
 - + Tăng cường giáo dục những giá trị truyền thống, đạo đức, các kỹ năng mềm thiết thực cho SV, đặc biệt là đạo đức nghề nghiệp cho SV.
 - + Xây dựng ứng dụng Mobile App kết nối SV và Nhà trường.
- Đẩy mạnh hoạt động CLB SV, sinh hoạt học thuật, SV NCKH:
 - + Phát huy hoạt động Đoàn - Hội phù hợp, kết nối chuyên môn từng khoa; nâng cao ý thức tự hào, trách nhiệm với tổ chức trong SV.

- + Năm 2022: đẩy mạnh sinh hoạt CLB SV (tăng kinh phí, ...), thêm 1 CLB SV Hàn, 1 CLB Nhật và kiếm đạo.
- + Tạo diễn đàn, sân chơi rèn luyện sức khỏe và học thuật cho SV.
- Tổ chức đào tạo và bồi dưỡng đội ngũ tư vấn và hỗ trợ:
 - + Năm 2022: tăng cường đội ngũ cố vấn, tập huấn đội ngũ cố vấn, biện pháp là kết hợp cách làm cũ chia theo lớp và chia theo mảng, phân công rõ ràng cho CB/GV cố vấn.
- Phát huy tài năng SV, phát triển hoạt động học thuật SV, phát triển văn hóa đặc trưng của SV HUFLIT, tạo môi trường học tập khai phóng cho SV.
- Quản lý và phát huy vai trò cựu SV, thành lập hội cựu SV.
- Phát huy vai trò của Đoàn - Hội hơn nữa đối với nhận thức - trách nhiệm của SV hiện nay.

10. Quan hệ doanh nghiệp và việc làm, khởi nghiệp

- Xây dựng kế hoạch hợp tác chặt chẽ và hiệu quả với doanh nghiệp:
 - + Xây dựng cơ chế đưa những chuyên gia ở các doanh nghiệp vào giảng dạy, nói chuyện chuyên đề ở các môn học nền tảng.
 - + Xây dựng kế hoạch hợp tác với các doanh nghiệp trong nước thông qua cựu SV, các hiệp hội doanh nghiệp.
 - + Xây dựng kế hoạch mở rộng chương trình thực tập sinh giữa Trường với doanh nghiệp hàng năm.
 - + Xây dựng kế hoạch hỗ trợ đào tạo GV, tổ chức các hoạt động kết nối doanh nghiệp với GV.
 - + Xây dựng kế hoạch nâng cao mối quan hệ qua hình thức kêu gọi tài trợ từ doanh nghiệp cho các cuộc thi, học bổng, CLB, các hoạt động xã hội của Trường.
- Tổ chức các hoạt động sự kiện liên quan việc làm, cơ hội nghề nghiệp, sản việc làm cho SV:
 - + Phân loại nhóm SV tiềm năng phù hợp với đặc tính của từng nhóm DN (không chỉ dựa vào học lực hay chuyên ngành).
 - + Xây dựng kế hoạch tổ chức đào tạo kỹ năng phỏng vấn, tình huống làm việc với sếp/khách hàng ... giúp SV có cơ hội cọ xát trước khi bước vào thực tế; tổ chức đào tạo về cách viết CV hiệu quả (trong đó chỉ rõ những yêu cầu và đặc điểm cụ thể của từng doanh nghiệp/mảng ngành nghề); tổ chức đào tạo các kỹ năng mềm chuyên sâu mà DN thường yêu cầu cho SV như làm việc



nhóm, giao tiếp, kỹ năng tư duy lập kế hoạch, giải quyết vấn đề, ... để đáp ứng đúng nguồn lực cho DN.

- + Khuyến khích SV tham dự các diễn đàn/hội thảo lao động do DN tổ chức; hướng dẫn SV cách nắm bắt văn hóa công ty và quy trình tuyển dụng để tự tin hơn khi phỏng vấn với nhà tuyển dụng.
- Thiết lập CLB khởi nghiệp, sân chơi khởi nghiệp cho SV:
 - + Xây dựng kế hoạch tổ chức chương trình "Ngoại khoá doanh nghiệp".

11. Tài chính

- Đảm bảo tăng nguồn thu: ổn định số lượng SV hiện có, tăng số lượng và chất lượng SV mới.
- Tăng học phí theo lộ trình 10% hàng năm.
- Đa dạng hóa nguồn thu; mở các chương trình ngắn hạn, tìm nguồn tài trợ, học bổng từ trong và ngoài nước, chuyển giao công nghệ.
- Bảo đảm lập kế hoạch và quản lý tài chính hiệu quả, tiết kiệm chi phí, đa dạng hoá các kênh đầu tư từ tiền nhàn rỗi.
- Xây dựng kế hoạch tài chính để thực hiện đầu tư mới cơ sở ở nội thành, hiện đại hoá trang thiết bị và chỉnh trang các cơ sở hiện tại của Trường.
- Nghiên cứu xây dựng mức học phí cạnh tranh theo từng năm và 5 năm; có chính sách cho SV đóng học phí thành nhiều lần hoặc theo từng học phần.
- Triển khai công thanh toán học phí tự động cho tất cả các ngân hàng.
- Thường xuyên đào tạo, cập nhật các thay đổi các chính sách thuế của Nhà nước.

12. Công nghệ thông tin

- Đẩy mạnh chuyển đổi số trong tất cả các hoạt động của Trường.
- Bảo đảm hoạt động cơ sở hạ tầng, hệ thống thông tin, dữ liệu tin cậy, hiệu quả và an toàn.
- Xây dựng hạ tầng mạng kết nối các campus một cách thông suốt, an toàn và hiệu quả.
- Tập trung xây dựng data center nhằm đạt 2 mục tiêu: hạ tầng private cloud và tính toán hiệu năng cao dựa trên GPU để phục vụ chuyển đổi số.

13. Hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng

- Nâng cao nhận thức của các bên liên quan thông qua sự truyền tải rõ ràng, nhất quán về mục đích, giá trị, ý nghĩa và vai trò của hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng; đảm bảo phát huy tối đa nội lực của các bên liên quan.



- Tiến hành xây dựng cơ sở dữ liệu nhằm ghi nhận một cách có hệ thống sự tham gia của sinh viên và người lao động vào các hoạt động phục vụ cộng đồng.
- Ban hành các văn bản chính thức về hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng của Trường, trong đó cần có các quy định rõ ràng về việc đánh giá, công nhận sự đóng góp của các bên liên quan nhằm mang lại hiệu quả tối đa các hoạt động.
- Đẩy mạnh các chương trình hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng đã có; sáng tạo, đa dạng hóa các hoạt động tình nguyện, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, trải nghiệm của sinh viên với cộng đồng,
- Tăng cường kết nối với địa phương và doanh nghiệp, tăng cường hợp tác quốc tế nhằm nâng cao năng lực cho giảng viên, sinh viên và các đối tác trong việc thiết kế các hoạt động dạy học dựa vào cộng đồng.

PHẦN VI

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Ban Giám hiệu HUFLIT tổ chức xây dựng kế hoạch hoạt động chi tiết hằng năm, các đề án trọng tâm, cấp thiết cho từng nhóm chiến lược, từng lĩnh vực để triển khai thực hiện chiến lược giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến 2030.

Các đơn vị xây dựng kế hoạch chiến lược phát triển giai đoạn 2021-2025 của đơn vị mình và các kế hoạch hoạt động hằng năm, đảm bảo đạt được các mục tiêu, các chỉ tiêu của kế hoạch chiến lược HUFLIT giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến 2030.

Hằng năm, HUFLIT và các đơn vị tổ chức sơ kết, đánh giá để kịp thời điều chỉnh, xây dựng kế hoạch hoạt động năm tiếp theo cho phù hợp với kế hoạch chiến lược HUFLIT giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến 2030. Việc kiểm điểm, đánh giá công việc hằng năm cần tập trung vào nhóm các chiến lược và các chương trình trọng điểm trong phạm vi HUFLIT cũng như ở các đơn vị.





PHỤ LỤC

MỘT SỐ CHỈ TIÊU PHÂN ĐẦU TRONG GIAI ĐOẠN 2021 – 2025

Chỉ tiêu thực hiện	Mục tiêu đề ra cho năm học		
	2022 – 2023	2023 – 2024	2024 – 2025
1. Tuyển sinh			
Thạc sĩ	25	35	45
Đại học chính quy chương trình đại trà	4300	4500	4700
Đại học liên kết quốc tế	30	60	120
Đào tạo bồi dưỡng ngắn hạn	200 học viên	300 học viên	400 học viên
2. Đào tạo			
Mở ngành trình độ tiến sĩ	1	1	1
Mở ngành trình độ thạc sĩ	1	1	1
Mở ngành trình độ đại học	3	5	7
CTĐT liên kết quốc tế	2	4	6
GV thực hiện hoạt động đổi mới dạy học	50%	75%	100%
SV hài lòng với các CTĐT của Trường	70%	75%	80%
SV đại học có kết quả điểm trung bình học kỳ từ 5.0 trở lên	85%	87%	88%
SV có việc làm sau 01 năm tốt nghiệp.	80%	90%	90%
3. Khảo thí và đảm bảo chất lượng			
Ngân hàng đề thi được cập nhật	05 học phần	13 học phần	25 học phần
Triển khai tự đánh giá kiểm định Trường	80%	90%	100%
Kiểm định CTĐT theo chuẩn MOET	6	7	8
Kiểm định CTĐT theo chuẩn quốc tế	0	3	5
Trường tham gia xếp hạng	-	-	QS Stars
4. Phát triển nguồn nhân lực			
Số lượng GV cơ hữu	400	450	500

Chỉ tiêu thực hiện	Mục tiêu đề ra cho năm học		
	2022 – 2023	2023 – 2024	2024 – 2025
Số lượng nhân viên đi đào tạo tiến sĩ	5	10	15
Số lượng nhân viên đi đào tạo thạc sĩ	10	15	20
Số lượt nhân viên đi bồi dưỡng nghiệp vụ	80%	85%	95%
Số lượt nhân viên đi bồi dưỡng lý luận chính trị	2	4	6
Số lượt nhân viên đi đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý	5	10	15
5. Khoa học và công nghệ			
Số bài báo đăng trên tạp chí ISI, Scopus	20	25	30
Tổ chức hội thảo khoa học cấp Tỉnh/Thành phố, quốc gia, quốc tế	1	1	1
Số đề tài cấp Bộ/Tỉnh/Thành phố	0	1	1
Số giải thưởng khoa học SV	1	3	3
Số đề tài NCKH, sáng kiến kinh nghiệm	8	10	12
6. Công tác sinh viên			
Tổ chức giao ban công tác SV	2	2	2
Tổ chức đối thoại SV	16	16	16
SV hài lòng với công tác phục vụ của Trường	86%	88%	90%
Tổ chức SV giao lưu với doanh nghiệp, cựu SV	4	6	8
Tổ chức, hội thảo rèn luyện kỹ năng cho SV trong năm học.	4	6	8
7. Đối ngoại			
Mời giáo sư tại các trường đại học nước ngoài giảng dạy và báo cáo chuyên đề tại Trường	5	7	7
Giới thiệu và tiến cử GV tham quan, học tập kinh nghiệm tại các trường đại học tiên tiến	2	2	2

Chỉ tiêu thực hiện	Mục tiêu đề ra cho năm học		
	2022 – 2023	2023 – 2024	2024 – 2025
8. Tài chính			
Nguồn thu trong năm học	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước
Quỹ đầu tư phát triển	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước
Quỹ hỗ trợ cho người học	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước
Kinh phí chi cho đề tài NCKH và hỗ trợ công bố khoa học cho người học và GV của Trường	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước
Thu nhập bình quân đầu người	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước	Tăng 10% so với năm trước

