

Chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo ngành Marketing hiện nay: Thực trạng và giải pháp thực hiện

Lê Thanh Hải*, Trần Xuân Đông**

*Khoa Kinh Tế, Trường ĐH Tài nguyên và Môi trường Hà Nội

**Phòng tuyển sinh, giới thiệu việc làm và hợp tác quốc tế -

Trường Cao đẳng Cơ điện xây dựng Việt Xô, Ninh Bình

Received: 28/8/2024; Accepted: 09/9/2024; Published: 18/9/2024

Abstract: Nowadays, the rapid development of science and technology, digital transformation is an inevitable trend of society, education and training. The positive impacts of applying technology to education play an extremely important role, which are outstanding advances in the education sector, helping training institutions have effective educational methods. At the same time, it is also a way to save costs for learners and training institutions. The trend of digital transformation in education has impact on people around the world.

Keywords: Digital Transformation, training, marketing

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số (CĐS) trong giáo dục (GD) là ứng dụng công nghệ kỹ thuật số và hệ thống thông tin internet vào lĩnh vực GD để nâng cao chất lượng giảng dạy, học tập và quản lý GD. Bao gồm cải tiến phương pháp giảng dạy, cải tiến các thiết bị, dụng cụ hỗ trợ học tập, nâng cao trải nghiệm của học sinh, sinh viên và người tham gia đào tạo. Theo “Chương trình CĐS quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” được phê duyệt tại Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 3/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ xác định như sau: Phát triển nền tảng hỗ trợ dạy và học từ xa, ứng dụng triệt để công nghệ số trong công tác quản lý, giảng dạy và học tập; số hóa tài liệu, giáo trình; xây dựng nền tảng chia sẻ tài nguyên giảng dạy và học tập theo cả hình thức trực tiếp và trực tuyến. Phát triển công nghệ phục vụ GD, hướng tới đào tạo cá thể hóa. 100% các cơ sở GD triển khai công tác dạy và học từ xa, trong đó thử nghiệm chương trình đào tạo cho phép học sinh, sinh viên học trực tuyến tối thiểu 20% nội dung chương trình. Hiểu một cách đơn giản thì CĐS trong GD chính là việc ứng dụng những công nghệ tiên tiến giúp nâng cao trải nghiệm của người học; cải thiện những phương pháp giảng dạy cũng như tạo môi trường để học tập thuận tiện nhất.

Việc ứng dụng CĐS vào việc giáo dục và đào tạo (GD&ĐT), đặc biệt đối với những ngành học cần có tính thực tiễn cao như Marketing thì CĐS sẽ tạo ra mô hình GD thông minh, linh hoạt, từ đó giúp người học, tiếp thu kiến thức trở nên đơn giản và dễ dàng hơn. Sự bùng nổ của các nền tảng công nghệ hiện nay đã tạo điều kiện thuận lợi để truyền đạt kiến thức và phát triển được khả năng tự học của người học mà không

bị giới hạn về thời gian cũng như không gian. Người học hoàn toàn có thể vừa học tập và vừa thực tập thực tiễn mà không ảnh hưởng tới thời gian đến trường. Hiện tại, CĐS trong GD được ứng dụng dưới 3 hình thức chính là: ứng dụng công nghệ trong phương pháp giảng dạy: lớp học thông minh, lập trình... vào việc giảng dạy; ứng dụng công nghệ trong quản lý: công cụ vận hành, quản lý; ứng dụng công nghệ trong lớp học: công cụ giảng dạy, cơ sở vật chất.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Thực trạng việc CĐS trong GD&ĐT ngành Marketing

Trước đại dịch Covid-19, GD trực tuyến đã được triển khai rộng khắp trên thế giới và bao trùm tất cả các bậc học với số lượng học sinh, sinh viên tham gia đạt đến 1,6 tỉ người. Việc triển khai sử dụng các công cụ hỗ trợ dạy - học/hội nghị/hội thảo trực tuyến được thực hiện một cách đại trà đã phần nào là cứu cánh cho các cơ sở GD trong giai đoạn trước mắt. Tuy nhiên, qua một thời gian, sự thiếu đồng bộ trong trao đổi dữ liệu giữa các hệ thống, khả năng khó mở rộng, tính bảo mật kém của các công cụ như Zoom, Google Meet,... đã khiến cho các cơ sở GD phải cân nhắc lại việc sử dụng các công cụ nêu trên. Tại thời điểm mới bắt đầu triển khai áp dụng rộng rãi, nhìn chung người dạy, người học đánh giá các công cụ có giao diện thuận tiện, truyền tải được âm thanh/hình ảnh với độ phân giải chấp nhận được. Tuy nhiên, qua một thời gian triển khai dạy - học trên các nền tảng này, các bất cập mới dần nảy sinh. Các hệ thống hỗ trợ dạy - học/hội nghị/hội thảo trực tuyến trong giai đoạn hiện nay mới chỉ lưu lại video về các buổi học một cách riêng rẽ. Dữ liệu từ các hệ thống này không cung cấp tính

năng kết nối, sâu chuỗi giữa các bài giảng với nhau, không cung cấp các công cụ quản lý người học, đánh giá chất lượng bài giảng, đánh giá năng lực người học. Trên thực tế, để có thể quản lý toàn bộ được quá trình dạy - học trực tuyến, các cơ sở GD cần phải triển khai thêm hàng loạt các phần mềm riêng rẽ phục vụ các mục đích quản lý người dạy/người học/bài giảng/kiểm tra đánh giá. Do vậy, việc xã hội và các cơ sở GD nhận thức về GD trực tuyến chẳng qua chỉ là việc triển khai giảng dạy trên các nền tảng dạy - học/hội nghị/hội thảo trực tuyến như hiện nay mới chỉ thể hiện được “phần nổi của tảng băng chìm”. Trong giai đoạn dịch bệnh, các trường ĐH được phép tổ chức đào tạo trực tuyến và công nhận kết học tập trực tuyến. Theo số liệu công bố tháng 4 năm 2020 của Vụ GD ĐH, Bộ GD&ĐT (GD&ĐT), có tổng số 110/247 trường ĐH tại Việt Nam đã triển khai đào tạo trực tuyến, trong đó có 63 trường công lập, 42 trường ngoài công lập và 5 trường quốc tế. Xét theo tỉ lệ của từng khối thi khối trường công lập triển khai đào tạo trực tuyến là thấp nhất với 47% (các trường an ninh - quốc phòng chỉ đào tạo tập trung), tiếp theo là các trường ngoài công lập là 70% và cao nhất là các trường quốc tế với tỉ lệ 100%.

Sự bùng nổ của công nghệ đã giúp quá trình CDS trong GD Việt Nam tiếp nhận thêm nhiều phương thức giảng dạy mới, mang lại tín hiệu tích cực. Các thiết bị thông minh như máy chiếu, bảng điện tử,... hỗ trợ học tập được lắp đặt tại các phòng học. Nhiều cơ sở GD đã và đang tiến hành áp dụng những phương thức dạy học trực tuyến thông qua các hệ thống dạy học, điều đó tạo điều kiện cho học người học có thể học tập một cách linh hoạt và an toàn, ví dụ: tổ chức các khóa học E-learning, giảng dạy trên hệ thống LMS, trong đó toàn bộ tài liệu học tập người học sẽ được nhận trực tuyến.

Theo thống kê, có 63 cơ sở GD đào tạo, 710 phòng GD đào tạo đã triển khai xây dựng cơ sở dữ liệu chung cho việc đào tạo. Bên cạnh đó, 82% các trường thuộc khối phổ thông tiến hành sử dụng phần mềm quản lý trường học. Việc áp dụng CDS trong GD đã góp phần thúc đẩy hoạt động “học tập suốt đời” cùng các tài liệu trực tuyến. Trong số đó có thể kể đến hoạt động chia sẻ 5.000 bài giảng điện tử cùng 7.000 luận văn, hơn 31.000 câu hỏi trắc nghiệm,... từ những người dạy học có chuyên môn.

Marketing được nghiên cứu và giảng dạy và ứng dụng như một ngành khoa học độc lập tại Việt nam trong nhiều năm. CDS dẫn đến nhu cầu về nhân lực ngành marketing ngày càng tăng mạnh, ý thức được điều này, ngày càng có nhiều các cơ sở GD đào tạo xây dựng các chương trình đào tạo đội ngũ nhân lực

ngành marketing theo hướng đổi mới.

Người theo lĩnh vực marketing đòi hỏi phải có sự năng động và sáng tạo, không ngừng học hỏi. Có thể nói đây đang trở thành một trong những ngành nghề hot và đang thiếu hụt nhân lực bởi các doanh nghiệp chưa làm tốt công tác chuẩn bị nhân lực, việc đào tạo hiện nay cũng chưa đáp ứng được với nhu cầu của thị trường. Các vị trí việc làm của ngành Marketing rất đa dạng, mang lại cho bạn nhiều cơ hội làm việc. Bên cạnh đó, ngành Marketing đang phát triển với tốc độ chóng mặt. Quan trọng hơn, trong thời buổi công nghệ hiện đại, các doanh nghiệp dù lớn hay nhỏ đều cần những sinh viên (SV) tốt nghiệp trang bị vững vàng cả về mặt kiến thức lẫn kỹ năng để có thể ngay lập tức đáp ứng yêu cầu công việc.

Trong việc đào tạo ngành marketing một mặt người học phải nắm vững được những lý thuyết liên quan như: kiến thức về truyền thông, quan hệ công chúng,... Tuy nhiên, đặc thù của ngành marketing cần người học phải có kỹ năng nghề nghiệp thực tế, đó chính là hành trang quan trọng giúp người học đón nhận được cơ hội được tuyển dụng và hoàn thành công việc tại những vị trí công việc liên quan đến các lĩnh vực thương mại và dịch vụ. Việc CDS trong đào tạo ngành marketing đã tạo ra những lợi thế thiết thực cho người học được học tập một cách chủ động, linh hoạt, tận dụng tối ưu được quỹ thời gian vừa học tập vừa trau dồi kỹ năng làm việc tại môi trường doanh nghiệp. Tại các cơ sở GD đào tạo ngành marketing đã có những quy định cụ thể về việc đào tạo trực tuyến, đây là những biểu hiện của việc thích nghi với CDS trong GD. Cụ thể, năm 2024 tại trường ĐH Tài nguyên và Môi trường Hà Nội quy định về việc đào tạo trực tuyến như sau: Các học phần tổ chức đào tạo trực tuyến được xác định trong chương trình đào tạo của từng ngành/chuyên ngành trên cơ sở đề xuất của các đơn vị quản lý chương trình đào tạo và các đơn vị liên quan khác, được Hiệu trưởng xem xét phê duyệt. 2. Hình thức đào tạo trực tuyến của mỗi học phần là toàn phần (100%) hoặc từng phần (cần ghi rõ tỉ lệ % trong đề cương chi tiết học phần hoặc trong chương trình đào tạo). Ngoại trừ hình thức đào tạo từ xa, tổng số tín chỉ đào tạo trực tuyến không được vượt quá 30% tổng số tín chỉ của chương trình đào tạo trong điều kiện bình thường.

Bên cạnh những kết quả chuyển biến tích cực, quá trình CDS trong GD vẫn còn tồn tại nhiều khó khăn, bất cập. Thứ nhất, chưa có sự kiểm soát sát sao và toàn diện về học liệu. Thứ hai, các quy định trong pháp lý chuyên về GD vẫn chưa được hoàn thiện. Đồng thời, đây cũng là cơ hội để hoàn thiện những quy định về thời lượng và cách kiểm tra, công nhận kết quả học

trực tuyến. Mặc dù vậy, những vấn đề này hiện nay vẫn chưa được thực hiện một cách đồng nhất cũng như rõ ràng và chặt chẽ, từ đó gây nên nhiều bất cập trong quá trình CDS.

2.2. Giải pháp thúc đẩy việc CDS trong GD&ĐT ngành marketing

**Nâng cao nhận thức về việc CDS trong đào tạo:*

Đầu tiên, khi muốn thực hiện CDS ở bất cứ cơ sở đào tạo nào cần thực hiện nâng cao nhận thức, phổ cập tư tưởng cho từng giảng viên giảng dạy ngành marketing và cán bộ quản lý của nhà trường để hiểu được thế nào là CDS và nắm được tầm quan trọng của CDS trong GD. Giảng viên cần có những phương pháp dạy học phù hợp với từng học phần trong ngành marketing. Thứ hai, đó chính là việc bồi dưỡng, nâng cao kỹ năng, nghiệp vụ trong việc ứng dụng công nghệ cho toàn thể giảng viên, cán bộ quản lý nhà trường để hướng đến mục tiêu thực hiện thành công CDS trong GD. Đồng thời, xây dựng những chương trình đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn đội ngũ cán bộ quản lý, nhà giáo kiến thức, kỹ năng công nghệ thông tin, an toàn thông tin cần thiết để tác nghiệp trên môi trường số, đáp ứng yêu cầu CDS. Bên cạnh đó, việc cung cấp đầy đủ kiến thức về CDS cho người học ngành marketing cũng là một phần quan trọng khi xây dựng môi trường số trong cơ sở GD. Người học có thể dễ dàng thích ứng với các hình thức học mới, từ đó đảm bảo kết quả học tập đạt kết quả cao.

**Đầu tư xây dựng hạ tầng mạng, thiết bị công nghệ*

Cơ sở hạ tầng mạng và trang thiết bị công nghệ vô cùng quan trọng trong quá trình CDS. Những thiết bị phải được đổi mới, kiểm tra định kỳ vì nó ảnh hưởng đến chất lượng trong quá trình đào tạo, đặc biệt là khu vực có kết nối kém giúp thu hẹp được khoảng cách vùng miền. Đối với một số học phần có thực hành trên máy tính trong ngành marketing như: Digital marketing,...

**Hoàn thiện cơ sở dữ liệu*

Một phần không thể thiếu cần chú trọng đó là việc triển khai hệ thống để chia sẻ dữ liệu đồng bộ trong GD, từng bước chuyển đổi những tài liệu giấy qua văn bản điện tử để giúp thuận tiện hơn trong công tác quản lý. Hoàn thiện cơ sở hạ tầng mạng đồng bộ, thiết bị công nghệ thông tin thiết thực phục vụ dạy - học, tạo cơ hội học tập bình đẳng giữa các vùng miền có điều kiện kinh tế xã hội khác nhau, ưu tiên hình thức thuê dịch vụ và huy động nguồn lực xã hội hóa cùng tham gia thực hiện. Phát triển học liệu số phục vụ dạy - học, kiểm tra, đánh giá, tham khảo, nghiên cứu khoa học; hình thành kho học liệu số,... dung cho toàn ngành marketing, đáp ứng nhu cầu tự học, học tập suốt đời

của người học, tiếp tục đổi mới cách dạy và học trên cơ sở áp dụng công nghệ số, khuyến khích và hỗ trợ áp dụng các mô hình GD đào tạo mới dựa trên các nền tảng số.

**Hoàn thiện về hệ thống pháp lý và ứng dụng các phần mềm quản lý*

Việc hoàn thiện hệ thống chính sách và pháp lý đóng vai trò quan trọng trong quản lý GD cũng như đảm bảo quyền lợi cho người học. Cơ sở GD cần phải thống nhất các quy định về: khai thác và chia sẻ dữ liệu; hình thức trong giảng dạy; quản lý hiệu quả khóa học trực tuyến; điều kiện mở trường học. Hiện nay, nhiều cơ sở GD – đào tạo đã áp dụng việc quản lý nội bộ thông qua các hệ thống quản lý công việc.

3. Kết luận

Đánh giá đúng thực trạng, xác định và dự báo đúng các thách thức về vấn đề đặt ra để xây dựng lộ trình thực hiện CDS hợp lý nhằm nhanh chóng nâng cao chất lượng, hiệu quả đào tạo nói chung hay đào tạo ngành marketing nói riêng, có ý nghĩa quan trọng đối với các trường đại học trong giai đoạn hiện nay. CDS trong cơ sở GD đại học cần được xem là giải pháp lâu dài mang tính chiến lược, gắn với những cải cách mạnh mẽ, triệt để trong giảng dạy, học tập và quản lý đào tạo. Trong CDS thì quan trọng nhất không phải công nghệ, cũng không phải là đầu tư kinh phí mà chính là quyết tâm của người đứng đầu cơ sở GD và nhận thức sẵn sàng thay đổi của đội ngũ viên chức giảng viên trong các nhà trường nhắm tới mục tiêu đào tạo nguồn nhân lực ngành marketing chất lượng.

Tài liệu tham khảo

1. Đậu Thị Hồng (2022), *Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh cuộc cách mạng 4.0*, Trường ĐH Hà Tĩnh.
2. Trương Thanh Hằng (2019), *Đào tạo phát triển nguồn nhân lực kế toán chất lượng cao trong thời kỳ hội nhập cách mạng 4.0*. Kỷ yếu hội thảo khoa học, Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội.
3. Lâm Tuấn Hưng (2022), *Đào tạo nghề marketing tại các cơ sở GD nghề nghiệp thuộc Bộ Công Thương: Thực trạng và giải pháp*. Tạp chí Công Thương, số 9.
4. Bộ GD&ĐT (2024), *Báo cáo sơ kết kết quả triển khai CDS và Đề án 06 của Bộ GDĐT trong 06 tháng đầu năm 2024*, <https://moet.gov.vn/giaoducquocdan/tang-cuong-ung-dung-cntt/Pages/Default.aspx?ItemID=9559>
5. Nguyễn Thị Huệ (2024), *CDS trong GD đại học - Những thách thức*, Tạp chí Khoa học GD Việt Nam, tập 20, số 6, năm 2024.
6. Trần Công Phong và cộng sự (2019), *CDS trong GD*, Tạp chí Khoa học Giáo dục Việt Nam, số 17, tháng 5 năm 2019.