

Số: /KH-UBND

Cần Thơ, ngày tháng 5 năm 2026

KẾ HOẠCH

Truyền thông và quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030

Căn cứ Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27 tháng 01 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045;

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

Ủy ban nhân dân (UBND) thành phố Cần Thơ ban hành Kế hoạch truyền thông và quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

a) Cụ thể hóa và tổ chức triển khai hiệu quả các chủ trương, định hướng của Trung ương và của thành phố về thông tin đối ngoại, nhất là truyền thông quảng bá hình ảnh ra nước ngoài. Triển khai hiệu quả các nhiệm vụ quan trọng trong công tác thông tin đối ngoại của thành phố song song với việc thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 05 năm (2026 - 2030);

b) Nâng cao hiệu quả công tác truyền thông quảng bá, giới thiệu hình ảnh vùng đất, con người Cần Thơ; góp phần gia tăng nhận diện, mức độ quan tâm và sức hấp dẫn của thành phố Cần Thơ đối với nhà đầu tư, du khách trong nước và quốc tế; góp phần thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của thành phố đã đề ra tại Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ thành phố Cần Thơ lần thứ I, nhiệm kỳ 2025 - 2030;

c) Tạo sự thống nhất trong nhận thức và hành động của các cấp, các ngành, địa phương, doanh nghiệp và Nhân dân trong công tác thông tin đối ngoại; phát huy vai trò của cộng đồng trong lan tỏa hình ảnh thành phố Cần Thơ ra thế giới.

2. Yêu cầu

a) Bảo đảm thông tin chính xác, khách quan, kịp thời theo đúng định hướng thông tin tuyên truyền đối ngoại của Đảng, Nhà nước; các Chương trình, Kế hoạch thông tin đối ngoại đã được phê duyệt của thành phố;

b) Truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài bằng nhiều hình thức chuyên nghiệp, hiện đại; có trọng tâm, trọng điểm. Nội dung tuyên truyền đảm bảo tính chính xác, phong phú về hình thức, phù hợp với từng nhóm

công chúng. Việc quảng bá hình ảnh thành phố được triển khai gắn với các hoạt động chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội và đối ngoại quan trọng, qua đó từng bước nâng cao hiệu quả và tính lan tỏa;

c) Đảm bảo sự phối hợp đồng bộ, thường xuyên, liên tục và chặt chẽ giữa cơ quan, đơn vị, địa phương, đảm bảo công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và thành phố Cần Thơ ra nước ngoài phát huy được hiệu quả cao nhất, thông điệp nhất quán, cách thể hiện đa dạng, linh hoạt, phù hợp với tình hình mới;

d) Kết hợp hài hòa giữa truyền thông và truyền thông số, giữa quảng bá trực tiếp và trực tuyến, tận dụng thành tựu của công nghệ số, dữ liệu số, trí tuệ nhân tạo và các nền tảng xuyên biên giới để nâng cao hiệu quả truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Đẩy mạnh hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và thành phố Cần Thơ ra nước ngoài một cách chủ động, toàn diện, thống nhất và hiệu quả. Qua đó, nâng cao nhận thức, thiện cảm và sự tin tưởng đối với thành phố, góp phần khẳng định vị thế, uy tín, bản sắc và năng lực cạnh tranh của thành phố Cần Thơ; hạn chế tác động của thông tin ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh thành phố Cần Thơ; tạo môi trường thuận lợi cho việc mở rộng hợp tác quốc tế, thu hút đầu tư, thúc đẩy du lịch, phát triển kinh tế - xã hội, củng cố quốc phòng - an ninh và hội nhập quốc tế sâu rộng, bền vững. Bảo đảm sự thống nhất giữa thông tin đối ngoại và thông tin đối nội, giữa tuyên truyền và định hướng dư luận xã hội; gắn công tác truyền thông quảng bá với bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác thông tin sai trái, thù địch.

2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2030

a) Xây dựng hình ảnh thành phố Cần Thơ năng động, sáng tạo, có trách nhiệm, đáng tin cậy, giàu bản sắc văn hóa và hội nhập sâu rộng, được cộng đồng quốc tế nhận diện tích cực và thiện cảm;

b) Đến năm 2028, hoàn thành xây dựng hệ thống thông điệp truyền thông và bộ nhận diện hình ảnh thành phố Cần Thơ phù hợp với định hướng truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia;

c) Đồng bộ hóa 100% công tác truyền thông giữa trung ương và địa phương, giữa sở, ban, ngành, tổ chức chính trị - xã hội và doanh nghiệp, bảo đảm sự liên kết chặt chẽ, nhất quán về thông điệp, hình ảnh và nội dung quảng bá thành phố Cần Thơ;

d) Tăng tỷ lệ thông tin tích cực về thành phố Cần Thơ (ít nhất 20%) trên các phương tiện truyền thông quốc tế (báo chí, mạng xã hội, nền tảng số...) và giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực từ thông tin sai lệch, xuyên tạc liên quan đến thành phố Cần Thơ. Chủ động phát hiện, xử lý, định hướng thông tin, đấu tranh, phản bác các thông tin sai lệch, xuyên tạc liên quan đến thành phố Cần Thơ trên không gian mạng và truyền thông quốc tế;

đ) Đến năm 2030, từng bước hình thành hệ thống nội dung, sản phẩm và dữ liệu số phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố trên các nền tảng, công

cụ, cơ sở dữ liệu và tăng cường cơ chế phối hợp giữa các cơ quan, đơn vị, địa phương và lực lượng truyền thông;

e) Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ số và trí tuệ nhân tạo trong hoạt động xây dựng nội dung, lan tỏa thông tin truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Đổi mới mạnh mẽ tư duy, thống nhất cao về nhận thức và hành động về vai trò của truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài

a) Tạo sự thống nhất về nhận thức của sở, ban, ngành, địa phương và Nhân dân về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài; coi đây là nhiệm vụ chính trị, đối ngoại, văn hóa và kinh tế tổng hợp, đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ của sở, ban, ngành, địa phương, cơ quan báo chí, doanh nghiệp, người dân trong thành phố và cộng đồng người Cần Thơ ở nước ngoài;

b) Tăng cường công tác định hướng tuyên truyền, cung cấp thông tin chính thống, kịp thời cho báo chí, truyền thông, các lực lượng tuyên truyền hằng năm, theo chuyên đề, theo sự kiện; gắn với nắm bắt, tổng hợp và dự báo dư luận xã hội trong và ngoài nước liên quan đến hình ảnh thành phố Cần Thơ, góp phần nâng cao nhận thức và hành động công tác này trong các tầng lớp nhân dân.

2. Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông

a) Xây dựng hệ thống thông điệp truyền thông về thành phố Cần Thơ có trọng tâm, trọng điểm; linh hoạt điều chỉnh theo từng giai đoạn, từng thị trường và từng nhóm công chúng;

b) Khai thác các “Câu chuyện Cần Thơ” - là những hình mẫu, nhân vật, sự kiện, lễ hội, sáng kiến, sản phẩm tiêu biểu trên các lĩnh vực để lan tỏa hình ảnh Cần Thơ;

c) Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu thành phố Cần Thơ;

d) Chủ động tổ chức hoặc tham gia các sự kiện quốc tế với quy mô phù hợp nhằm nâng cao mức độ nhận diện và uy tín của thành phố Cần Thơ gắn với hình ảnh quốc gia. Tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư phát triển công nghiệp, thương mại, dịch vụ; truyền thông giới thiệu tiềm năng, thế mạnh và cơ hội đầu tư của thành phố;

đ) Truyền thông, quảng bá về công tác đổi mới sáng tạo, khoa học công nghệ trên địa bàn thành phố.

3. Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số toàn diện

a) Đẩy mạnh truyền thông hình ảnh thành phố Cần Thơ trên các nền tảng số; hợp tác với các đối tác truyền thông nước ngoài, kiều bào, chuyên gia và người có tầm ảnh hưởng (KOLs) quốc tế nhằm lan tỏa hình ảnh thành phố Cần Thơ đến với đông đảo bạn bè trong và ngoài nước;

b) Phối hợp với các cơ quan thông tấn, báo chí đối ngoại của Việt Nam, các đơn vị truyền thông quốc tế và các nền tảng mạng xã hội để cung cấp thông tin tích cực, khách quan góp phần nâng cao vị thế của thành phố Cần Thơ ra thị trường quốc tế, tăng tỷ lệ thông tin tích cực trên các phương tiện truyền thông quốc tế (báo chí, mạng xã hội, nền tảng số...) và giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực từ thông tin sai lệch, xuyên tạc liên quan đến thành phố Cần Thơ;

c) Phát triển hệ thống đánh giá, phân tích dữ liệu truyền thông số nhằm theo dõi hiệu quả lan tỏa, đo lường mức độ nhận diện hình ảnh thành phố Cần Thơ trên không gian số;

d) Chủ động phát hiện, đấu tranh, phản bác các quan điểm sai trái, thông tin xấu độc trên không gian mạng liên quan đến hình ảnh, uy tín của thành phố.

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

a) Khuyến khích cơ quan, đơn vị, địa phương chủ động xây dựng kế hoạch truyền thông, phù hợp với chức năng nhiệm vụ, tiềm năng, thế mạnh của đơn vị, địa phương;

b) Phát huy sức mạnh của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, khách du lịch để quảng bá hình ảnh quốc gia nói chung và hình ảnh thành phố Cần Thơ nói riêng;

c) Huy động nguồn lực xã hội hóa, đặc biệt là doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân, KOLs uy tín trong thành phố, trong nước cùng tham gia quảng bá hình ảnh của thành phố Cần Thơ ra nước ngoài.

5. Phát triển nhân lực và năng lực truyền thông

a) Đào tạo bồi dưỡng đội ngũ cán bộ truyền thông có kỹ năng truyền thông quốc tế, truyền thông số, đa ngôn ngữ có khả năng thích nghi và hội nhập với toàn cầu;

b) Huy động các nguồn lực truyền thông có khả năng sản xuất nội dung chất lượng cao, hiện đại, phù hợp với xu hướng quốc tế tham gia quảng bá hình ảnh của thành phố Cần Thơ và của Việt Nam ra nước ngoài;

c) Xây dựng quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông.

(Đính kèm Phụ lục nhiệm vụ)

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

Nguồn ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành và nguồn kinh phí hợp pháp khác (nếu có).

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

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

a) Chủ trì tham mưu Ban Thường vụ Thành ủy lãnh đạo, định hướng công tác truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài bảo đảm đúng quan điểm, đường lối của Đảng;

b) Định hướng nội dung tuyên truyền đến các cơ quan báo chí, hệ thống tuyên giáo, đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên; chỉ đạo lồng ghép nội dung thông tin đối ngoại trong công tác tuyên truyền;

c) Phối hợp nắm bắt, dự báo tình hình tư tưởng, dư luận xã hội, nhất là các vấn đề liên quan đến hình ảnh thành phố trên truyền thông quốc tế và không gian mạng;

d) Tham mưu chỉ đạo đấu tranh, phản bác thông tin sai trái, thù địch, bảo vệ uy tín, hình ảnh của thành phố;

đ) Phối hợp kiểm tra, giám sát việc triển khai thực hiện công tác thông tin đối ngoại tại cơ quan, đơn vị, địa phương;

e) Thường xuyên theo dõi, kiểm tra, đôn đốc và cập nhật thông tin liên quan đến công tác đối ngoại trên trang thông tin đối ngoại của thành phố.

2. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố

a) Phối hợp triển khai công tác truyền thông theo các nội dung, nhiệm vụ tại Kế hoạch; chỉ đạo Ủy ban Mặt trận Tổ quốc và tổ chức chính trị - xã hội các cấp chú trọng truyền thông quảng bá hình ảnh của thành phố trong các hoạt động truyền thông ở cơ sở;

b) Vận động đoàn viên, hội viên, người dân, cộng đồng người Cần Thơ ở nước ngoài tham gia tuyên truyền, quảng bá hình ảnh của địa phương, của đất nước trên các lĩnh vực; tham gia xây dựng lối sống nhân văn, tinh thần đoàn kết, tương thân tương ái, lòng yêu nước, tự hào dân tộc; đồng thời, lồng ghép nội dung truyền thông, quảng bá vào các cuộc vận động và phong trào thi đua yêu nước, góp phần nâng cao hiệu quả công tác thông tin tuyên truyền, quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ.

3. Văn phòng UBND thành phố

Phối hợp với sở, ngành có liên quan cung cấp thông tin có liên quan đến công tác thông tin đối ngoại của thành phố. Điều hành hoạt động Cổng thông tin điện tử thành phố, kịp thời cập nhật, đăng tải thông tin, hình ảnh hoạt động, chỉ đạo của lãnh đạo UBND thành phố; truyền thông chính sách và quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ,... trên Cổng thông tin điện tử thành phố.

4. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

a) Là cơ quan đầu mối, chủ trì phối hợp với cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu UBND thành phố tổ chức thực hiện Kế hoạch này; chịu trách nhiệm theo dõi, đôn đốc, tổng hợp kết quả triển khai và báo cáo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, UBND thành phố Cần Thơ định kỳ hoặc đột xuất (khi có yêu cầu);

b) Hướng dẫn cơ quan báo chí trên địa bàn thành phố thông tin, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng, góp phần nâng cao nhận thức cho người dân, doanh nghiệp về vai trò và lợi ích của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, hình ảnh thành phố Cần Thơ;

c) Triển khai thực hiện nội dung quảng bá, giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, thành tựu, những di tích lịch sử, danh lam

thắng cảnh, nét văn hóa đặc sắc, các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ chủ lực của thành phố trên các phương tiện truyền thông phù hợp và hiệu quả;

d) Tổ chức cung cấp thông tin kịp thời cho các cơ quan thông tấn, báo chí các sự kiện, lễ hội nổi bật của thành phố Cần Thơ;

đ) Xây dựng các chương trình nghệ thuật đặc sắc, đậm bản sắc Cần Thơ phục vụ biểu diễn tại các sự kiện lớn và hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế;

e) Chủ trì các hoạt động xúc tiến, quảng bá điểm đến du lịch Cần Thơ đến với bạn bè quốc tế; chủ động lồng ghép nội dung thông tin đối ngoại vào các chương trình xúc tiến du lịch và sự kiện quốc tế.

5. Sở Tài chính

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ và khả năng cân đối ngân sách, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu UBND thành phố xem xét, quyết định kinh phí thực hiện Kế hoạch theo quy định.

6. Sở Ngoại vụ

a) Tham mưu UBND thành phố triển khai thực hiện các nhiệm vụ quản lý nhà nước về công tác đối ngoại trên địa bàn thành phố; đồng thời, là đầu mối cung cấp thông tin của thành phố cho Bộ Ngoại giao, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan chuyên môn của thành phố để phục vụ công tác thông tin tuyên truyền đối ngoại; tăng cường triển khai các hoạt động thông tin đối ngoại, quảng bá địa phương ở nước ngoài;

b) Lồng ghép giới thiệu, quảng bá hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh, giá trị văn hóa đặc sắc, thành tựu phát triển kinh tế, xã hội của thành phố, các cơ chế, chính sách ưu đãi, thu hút đầu tư nhằm tăng cường hiểu biết, thúc đẩy hợp tác, giao lưu hữu nghị, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội thành phố thông qua các sự kiện, hoạt động đối ngoại tổ chức trong và ngoài nước;

c) Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Công an thành phố và cơ quan, đơn vị liên quan trong việc tham mưu quản lý hoạt động của phóng viên nước ngoài đến hoạt động báo chí trên địa bàn thành phố theo quy định; theo dõi dư luận báo chí nước ngoài, tranh thủ phóng viên nước ngoài trong công tác truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ đến bạn bè quốc tế.

7. Sở Khoa học và Công nghệ

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và sở, ngành, địa phương xây dựng hệ sinh thái truyền thông số; đẩy mạnh đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ cao để định vị hình ảnh thành phố Cần Thơ là trung tâm công nghệ đổi mới, sáng tạo của vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

8. Sở Công Thương

a) Là cơ quan đầu mối về xúc tiến thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế của thành phố; chủ trì triển khai các hoạt động quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ thông qua hoạt động thương mại, xuất khẩu và kết nối doanh nghiệp;

b) Truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ là địa phương có tiềm năng xuất khẩu nông - lâm - thủy sản, công nghiệp chế biến và năng lượng tái tạo; thúc đẩy xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm chủ lực của thành phố trên thị trường quốc tế;

c) Tăng cường tổ chức, tham gia các hội chợ, triển lãm, diễn đàn kinh tế quốc tế; lồng ghép truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố trong các hoạt động xúc tiến thương mại thuộc chương trình cấp quốc gia và thành phố;

d) Thúc đẩy quảng bá sản phẩm Cần Thơ trên các sàn thương mại điện tử, nền tảng số và kênh phân phối quốc tế; hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số trong xúc tiến thương mại;

đ) Phối hợp truyền thông về hội nhập kinh tế quốc tế, tận dụng các Hiệp định thương mại tự do (FTA) nhằm mở rộng thị trường xuất khẩu và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp địa phương;

e) Chủ trì quảng bá thương hiệu sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng của thành phố gắn với thương hiệu địa phương.

9. Sở Nông nghiệp và Môi trường

a) Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và sở, ban, ngành, địa phương truyền thông, quảng bá hình ảnh Việt Nam và thành phố Cần Thơ có nền sản xuất nông nghiệp xanh, hiện đại và bền vững; các sản phẩm nông nghiệp thương hiệu chất lượng cao gắn với bảo vệ môi trường sinh thái, sản phẩm gắn với địa phương (mỗi xã một sản phẩm - OCOP) và du lịch nông nghiệp, cảnh quan, di sản thiên nhiên đặc sắc của thành phố Cần Thơ;

b) Cung cấp thông tin cho báo chí, các nhà đầu tư trong và ngoài nước về tình hình phát triển kinh tế - xã hội, các dự án ưu tiên xúc tiến, thu hút đầu tư ngành Nông nghiệp và Môi trường.

10. Sở Giáo dục và Đào tạo

a) Triển khai chiến dịch truyền thông quảng bá giáo dục Việt Nam ra thế giới, chú trọng truyền tải thông tin về các chương trình đào tạo quốc tế chất lượng cao, môi trường học tập thân thiện, an toàn; lồng ghép tổ chức các hoạt động quảng bá văn hóa - giáo dục tại các sự kiện quốc tế;

b) Khuyến khích các trường học, cơ sở giáo dục đại học trên địa bàn thành phố chủ động tham gia vào hoạt động quảng bá hình ảnh quốc gia để định vị Việt Nam là trung tâm giáo dục quốc tế mới nổi của khu vực.

11. Trung tâm Xúc tiến Đầu tư - Thương mại và Du lịch thành phố

a) Chủ trì, phối hợp với sở, ban, ngành, địa phương trong quảng bá thương hiệu nông sản, sản phẩm chủ lực của thành phố Cần Thơ ra thị trường quốc tế; tổ chức các sự kiện, hội chợ, tuần lễ nông sản và hoạt động xúc tiến thương mại, du lịch gắn với truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ;

b) Xây dựng các ấn phẩm, tài liệu bằng tiếng Việt và tiếng nước ngoài phục vụ hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch. Tổ chức và tham gia các sự kiện xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước.

12. Báo và Phát thanh, Truyền hình Cần Thơ

a) Thường xuyên, chủ động phối hợp với sở, ngành, địa phương liên quan để kịp thời tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, quảng bá hình ảnh đất nước con người Cần Thơ nói riêng, của Việt Nam nói chung (chú trọng phát triển các sản phẩm truyền thông số, đẩy mạnh công tác tuyên truyền trên môi trường mạng fanpage, facebook, youtube, Tiktok...);

b) Nghiên cứu, tổ chức sản xuất đa dạng các nội dung, hình ảnh, video clip, chương trình truyền hình tương tác bằng nhiều ngôn ngữ: tiếng Anh, tiếng Trung Quốc, tiếng Hàn Quốc, tiếng Nhật Bản và một số ngôn ngữ khác để quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài;

c) Cung cấp, trao đổi, chia sẻ thông tin, dữ liệu để đảm bảo nội dung thông tin về thành phố Cần Thơ cung cấp cho nền tảng; khai thác nền tảng phục vụ công tác tuyên truyền, truyền thông chính sách trên các ấn phẩm báo chí, kênh phát thanh truyền hình; phối hợp, cho phép khai thác dữ liệu phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài, phục vụ công tác thông tin đối ngoại.

13. Sở, ban, ngành, tổ chức đoàn thể, chính trị - xã hội trên địa bàn thành phố và UBND xã, phường

a) Phối hợp tổ chức các chương trình, sự kiện lồng ghép thông tin đối ngoại với các hoạt động giao lưu, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch, văn hóa; giới thiệu, quảng bá thành tựu phát triển kinh tế - xã hội của thành phố đến các khu vực và quốc gia trên thế giới;

b) Triển khai thực hiện các nhiệm vụ được giao; đồng thời, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và cơ quan thông tấn báo chí Trung ương và địa phương tổ chức tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng nội dung Kế hoạch này.

Trên đây là Kế hoạch truyền thông và quảng bá hình ảnh thành phố Cần Thơ ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030 của UBND thành phố. Đề nghị cơ quan, đơn vị, UBND xã, phường nghiêm túc triển khai và thực hiện chế độ báo cáo khi có yêu cầu. Trong quá trình thực hiện nếu có khó khăn, vướng mắc kịp thời phản ánh về Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổng hợp, tham mưu, đề xuất UBND thành phố xem xét, chỉ đạo thực hiện./.

Nơi nhận:

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (để b/c);
- Văn phòng Chính phủ (để b/c);
- CT, PCT UBND TP;
- Các đơn vị tại mục V;
- VP UBND TP (2C, 3C);
- Lưu: VT. DK

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

Nguyễn Thị Ngọc Diệp

