

KẾ HOẠCH

Triển khai Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2030, tầm nhìn đến năm 2045 trên địa bàn tỉnh Ninh Bình

Thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 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 (sau đây gọi tắt là Chiến lược), Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Chiến lược, với các nội dung cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài theo định hướng chung của Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

- Quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài một cách chủ động, toàn diện, thống nhất, hiệu quả; qua đó, nâng cao thiện cảm và sự quan tâm của cộng đồng quốc tế đối với những thành tựu phát triển của Việt Nam nói chung và tỉnh Ninh Bình nói riêng; góp phần khẳng định vị thế, uy tín, bản sắc và năng lực cạnh tranh của tỉnh Ninh Bình; 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 của tỉnh.

- Xây dựng và triển khai kế hoạch truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình phải gắn với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, văn hóa, du lịch, thương mại, đầu tư và hội nhập quốc tế của tỉnh; phát huy giá trị văn hóa, con người, bản sắc, tiềm năng và lợi thế riêng có của tỉnh trong tổng thể hình ảnh quốc gia.

- Kết hợp linh hoạt, hiệu quả giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số, giữa quảng bá trực tiếp và trực tuyến. Xây dựng chiến lược truyền thông hiện đại, tích hợp đa nền tảng; tăng cường ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và các phương thức truyền thông mới để nâng cao hiệu quả tiếp cận công chúng quốc tế và các nền tảng xuyên biên giới nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài.

- Bảo đảm sự phối hợp chặt chẽ giữa Trung ương và địa phương; giữa cơ quan nhà nước với doanh nghiệp, cơ quan báo chí, nền tảng số, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, chuyên gia, văn nghệ sĩ và người có ảnh hưởng trong công tác quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài.

2. Yêu cầu

- Bảo đảm sự lãnh đạo toàn diện của Tỉnh ủy, sự quản lý, điều hành thống nhất của Ủy ban nhân dân tỉnh; phát huy sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị và toàn thể nhân dân. Tăng cường phối hợp đồng bộ, thường xuyên, chặt chẽ giữa các cơ quan Trung ương và địa phương, giữa các ngành, các cấp; bảo đảm công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài được triển khai thống nhất, chuyên nghiệp, thông điệp xuyên suốt, cách thức thể hiện linh hoạt, phù hợp với bối cảnh và yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới.

- Truyền thông, quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm. Nội dung tuyên truyền bảo đảm chính xác, khách quan, thể hiện rõ bản sắc văn hóa, con người, tiềm năng, thế mạnh và khát vọng phát triển của tỉnh. Hình thức truyền thông đa dạng, phù hợp với từng nhóm đối tượng, thị trường và kênh tiếp cận, nâng cao khả năng lan tỏa và hiệu quả tiếp nhận.

- Đảm bảo sự thống nhất về thông điệp, hình ảnh và định hướng truyền thông đối ngoại với hệ thống truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn, điều phối. Sản phẩm truyền thông đa phương tiện, đa ngôn ngữ. Ưu tiên phát triển nội dung số, dữ liệu số dùng chung. Hệ sinh thái truyền thông có khả năng kết nối, chia sẻ và lan tỏa quốc tế.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Triển khai hiệu quả Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài; nâng cao mức độ nhận diện, thiện cảm và sự quan tâm của công chúng quốc tế đối với tỉnh Ninh Bình và Việt Nam; góp phần thúc đẩy phát triển du lịch, thu hút đầu tư, mở rộng hợp tác quốc tế, quảng bá văn hóa và nâng cao vị thế, uy tín quốc gia.

2. Mục tiêu cụ thể

- Xác định và quảng bá hiệu quả các trụ cột hình ảnh tiêu biểu của địa phương gắn với hình ảnh Việt Nam là quốc gia giàu bản sắc văn hóa, ổn định, sáng tạo, hội nhập và phát triển bền vững.

- Tăng cường hiện diện của tỉnh trên các nền tảng truyền thông số, mạng xã hội, báo chí quốc tế và các hoạt động đối ngoại, xúc tiến du lịch, thương mại, đầu tư.

- Xây dựng và phát triển hệ thống nội dung, dữ liệu và sản phẩm truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình đồng bộ, hiện đại, có khả năng kết nối với hệ sinh thái truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Đổi mới nhận thức và tư duy truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài

- Nâng cao nhận thức của các sở, ban, ngành, địa phương và nhân dân

về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài; xác định đây là nhiệm vụ chính trị quan trọng, mang tính đối ngoại, văn hóa và kinh tế tổng hợp, đòi hỏi sự tham gia chủ động, phối hợp đồng bộ của cả hệ thống chính trị, cộng đồng doanh nghiệp, người dân trong tỉnh và người Ninh Bình ở nước ngoài.

- Đổi mới tư duy truyền thông theo hướng hiện đại, chuyển từ truyền thông một chiều sang xây dựng hình ảnh, thương hiệu và phát huy “sức mạnh mềm”; lấy giá trị, cảm hứng và sự lan tỏa tích cực làm trọng tâm; tăng cường truyền thông đa chiều, xác thực, sáng tạo, phù hợp với đặc điểm từng thị trường, khu vực và nhóm công chúng mục tiêu.

2. Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông

- Xây dựng hệ thống thông điệp truyền thông về tỉnh Ninh Bình có trọng tâm, trọng điểm; linh hoạt điều chỉnh theo từng giai đoạn, từng thị trường và từng nhóm công chúng, phù hợp với định hướng chung của quốc gia.

- Tập trung khai thác, lan tỏa các giá trị đặc trưng, câu chuyện tiêu biểu về thiên nhiên, văn hóa, con người và tiềm năng phát triển của tỉnh; định vị thương hiệu “Ninh Bình” gắn với giá trị di sản thiên nhiên, bản sắc văn hóa, các điểm đến du lịch đặc sắc như: Cố đô Hoa Lư - Quần thể danh thắng Tràng An - chùa Bái Đính; Di tích quốc gia đặc biệt Đền Trần - Chùa Phổ Minh; Quần thể Tam Chúc - Khu bảo tồn thiên nhiên đất ngập nước Vân Long, Vườn quốc gia Cúc Phương, Vườn quốc gia Xuân Thủy.... cùng các lễ hội, làng nghề truyền thống và các sản phẩm đặc trưng.

- Đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Ninh Bình là điểm đến du lịch hấp dẫn, an toàn, giàu bản sắc gắn với các giá trị di sản, văn hoá lịch sử, tâm linh; du lịch tham quan thắng cảnh thiên nhiên; du lịch nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng; du lịch giải trí, sáng tạo và du lịch chuyên đề. Nhiều điểm đến nổi bật như Cố đô Hoa Lư, Phủ Dầy, Đền Trần, Chợ Viềng, Chùa Tam Chúc, Chùa Bái Đính, Tràng An, Tam Cốc - Bích Động, Vườn chim Thung Nham, Hang Múa, Động Am Tiên, cùng các sân golf Tràng An, Hoàng Gia, Kim Bảng... Chuỗi lễ hội đặc sắc, đậm đà bản sắc vùng đồng bằng sông Hồng như Lễ hội Hoa Lư, Lễ hội Đền Trần, Lễ hội Phủ Dầy, lễ hội Đền Thánh Nguyễn, Lễ hội Chùa Bái Đính, Lễ hội Tịch Điền, Lễ hội Tràng An, Lễ hội Đền Trần Thương, Lễ hội vật võ Liễu Đôi, Lễ hội Lảnh Giang, Lễ hội xuân Tam Chúc... từng bước thu hút du khách quốc tế, nhà đầu tư và các đối tác phát triển.

- Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Ninh Bình gắn kết với bộ nhận diện hình ảnh quốc gia Việt Nam. 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 tỉnh trên trường quốc gia.

- Chủ động phối hợp với các cơ quan thông tấn, báo chí đối ngoại của Việt Nam, các tổ chức truyền thông quốc tế, các đơn vị, doanh nghiệp truyền thông

trong nước và các nền tảng số, mạng xã hội để cung cấp thông tin tích cực, khách quan góp phần nâng cao vị thế của tỉnh Ninh Bình ra quốc tế. Tăng tỷ lệ thông tin tích cực về tỉnh Ninh Bình 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 tỉnh Ninh Bình.

3. Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số quảng bá hình ảnh

- Ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn trong sản xuất và phân phối nội dung truyền thông; từng bước xây dựng hệ sinh thái nội dung số đa ngôn ngữ trên các nền tảng số xuyên biên giới.

- Tổ chức các chiến dịch quảng bá theo hướng kết hợp linh hoạt giữa trực tiếp và trực tuyến; số hóa nội dung, hình ảnh từ các sự kiện truyền thông để lan tỏa trên nền tảng số. Phát huy vai trò của hệ thống truyền thanh cơ sở; đẩy mạnh tuyên truyền trên trang thông tin thông tin điện tử của các sở, ngành, xã, phường, góp phần lan tỏa hình ảnh địa phương đến người dân trong và ngoài nước.

- Tích cực, chủ động cung cấp thông tin chính thống về tỉnh. Đẩy mạnh hiện diện hình ảnh tỉnh Ninh Bình trên các nền tảng số; hợp tác với các đối tác truyền thông nước ngoài, kiều bào chuyên gia và người có ảnh hưởng (KOLs) quốc tế nhằm lan tỏa hình ảnh Ninh Bình đến với đông đảo bạn bè trong và ngoài nước.

- Từng bước xây dựng, kết nối hệ thống dữ liệu, nền tảng truyền thông của địa phương với hệ sinh thái truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia.

- Thường xuyên theo dõi, rà soát thông tin trên báo chí, mạng xã hội, kịp thời xử lý thông tin không chính xác, sai lệch, xuyên tạc ảnh hưởng đến hình ảnh của tỉnh nói riêng và của đất nước nói chung.

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

- Khuyến khích các cơ quan, đơn vị, địa phương chủ động xây dựng kế hoạch, nội dung truyền thông phù hợp với chức năng, nhiệm vụ và tiềm năng, thế mạnh; bảo đảm thống nhất định hướng chung của tỉnh.

- Phát huy vai trò của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, du khách, đối tác quốc tế trong việc lan tỏa hình ảnh Việt Nam và tỉnh Ninh Bình.

- Huy động nguồn lực xã hội hóa, đặc biệt là doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân, người có ảnh hưởng (KOLs) uy tín trong tỉnh, trong nước cùng tham gia quảng bá hình ảnh quốc gia và hình ảnh tỉnh Ninh Bình.

- Bảo đảm đồng bộ, thống nhất công tác truyền thông giữa Trung ương và tỉnh, giữa các sở, ban, ngành, địa phương, cơ quan báo chí, tổ chức chính trị - xã hội và doanh nghiệp; bảo đảm sự liên kết chặt chẽ, nhất quán về thông điệp, hình ảnh, nội dung quảng bá quốc gia và tỉnh.

- Đẩy mạnh liên kết giữa truyền thông đối ngoại với xúc tiến du lịch, thương mại, đầu tư, văn hóa và đối ngoại nhân dân.

5. Phát triển nhân lực và năng lực truyền thông

- Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ truyền thông có kỹ năng truyền thông số, đa ngôn ngữ có khả năng thích nghi và hội nhập toàn cầu.
- Huy động các nguồn lực truyền thông có khả năng sản xuất nội dung chất lượng, hiện đại, phù hợp xu hướng quốc tế tham gia quảng bá hình ảnh của tỉnh và của Việt Nam ra nước ngoài.

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Kinh phí thực hiện Kế hoạch được bảo đảm từ nguồn ngân sách nhà nước theo phân cấp hiện hành.
2. Lồng ghép từ nguồn kinh phí thực hiện một số chương trình, đề án có liên quan đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt.
3. Các nguồn kinh phí hợp pháp khác *(nếu có)*.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Văn hóa và Thể thao

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu tổ chức thực hiện Kế hoạch; chịu trách nhiệm theo dõi, đôn đốc, tổng hợp kết quả triển khai để báo cáo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và UBND tỉnh theo định kỳ.
- Chỉ đạo, hướng dẫn, phối hợp cơ quan báo chí, cơ quan truyền thông của tỉnh, văn phòng đại diện, phóng viên thường trú tuyên truyền nâng cao nhận thức cho người dân, doanh nghiệp, tổ chức và cán bộ quản lý về vai trò và lợi ích của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, hình ảnh tỉnh Ninh Bình. Tổ chức, phối hợp tổ chức họp báo và cung cấp thông tin kịp thời cho các cơ quan thông tấn trong các sự kiện lớn hoặc tình huống đột xuất.
- Xây dựng nội dung, sản phẩm truyền thông đa phương tiện tuyên truyền quảng bá hình ảnh Việt Nam và của tỉnh; phối hợp quảng bá hình ảnh tỉnh trên Trang thông tin điện tử đối ngoại Vietnam.vn và các nội dung thuộc Đề án phát triển Trang thông tin điện tử đối ngoại Vietnam.vn trở thành nền tảng quảng bá hình ảnh quốc gia (theo Quyết định số 3851/QĐ-BVHTTDL ngày 29/10/2025 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch).
- Xây dựng Ninh Bình trở thành “điểm đến phim trường quốc gia”; duy trì tổ chức thường niên các sự kiện văn hóa, nghệ thuật, lễ hội truyền thống, giải thể thao, hội thi sáng tác, liên hoan phim, âm nhạc, nhiếp ảnh, điêu khắc, ẩm thực... Xây dựng các chương trình nghệ thuật đặc sắc, đậm bản sắc Ninh Bình phục vụ biểu diễn tại các sự kiện lớn và hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế.
- Tăng cường công tác quản lý báo chí, mạng xã hội, hoạt động của người có ảnh hưởng (KOLs); thường xuyên rà soát thông tin trên mạng xã hội kịp thời xử lý thông tin tiêu cực, sai lệch về tỉnh, góp phần giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực từ thông tin sai lệch, xuyên tạc, tăng tỷ lệ thông tin tích cực về tỉnh Ninh Bình trên các phương tiện truyền thông trong và ngoài nước.

- Phối hợp với các đơn vị chức năng của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ truyền thông có kỹ năng truyền thông số, đa ngôn ngữ có khả năng thích nghi và hội nhập toàn cầu.

- Phối hợp với các đơn vị chức năng của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các sở, ngành từng bước xây dựng, kết nối hệ thống dữ liệu, nền tảng truyền thông của địa phương với hệ sinh thái truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia.

2. Sở Du lịch

- Tổ chức các hoạt động truyền thông, xúc tiến quảng bá du lịch tại các thị trường trọng điểm; giới thiệu, quảng bá điểm đến du lịch Ninh Bình. Chủ động lồng ghép nội dung thông tin đối ngoại vào các chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch và sự kiện quốc tế.

- Phối hợp với người có ảnh hưởng (KOLs) uy tín trong tỉnh, trong nước tuyên truyền, quảng bá du lịch Ninh Bình đến với bạn bè quốc tế.

- Xây dựng hệ thống ấn phẩm quảng bá du lịch (bản đồ, tập gấp, sách cẩm nang du lịch, quà tặng, tác phẩm văn học nghệ thuật...)

3. Sở Ngoại vụ

- Tham mưu triển khai các hoạt động đối ngoại địa phương; phối hợp tổ chức hoặc tham gia các sự kiện quốc tế, khu vực theo Kế hoạch.

- Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, Công an tỉnh và các đơn vị liên quan quản lý hoạt động của phóng viên nước ngoài tác nghiệp báo chí trên địa bàn tỉnh theo quy định của pháp luật; đồng thời, tranh thủ phóng viên nước ngoài trong công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Ninh Bình.

- Kết nối cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài, tổ chức quốc tế, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài tham gia quảng bá hình ảnh Ninh Bình.

- Phối hợp xử lý thông tin đối ngoại nhạy cảm, phát sinh liên quan đến yếu tố nước ngoài.

4. Sở Tài chính

- Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao và các đơn vị có liên quan tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh bố trí nguồn kinh phí để thực hiện Kế hoạch này đảm bảo phù hợp với khả năng cân đối của ngân sách địa phương.

- Phối hợp xây dựng các ấn phẩm, tài liệu bằng tiếng Việt và tiếng nước ngoài phục vụ hoạt động xúc tiến đầu tư. Tham gia các sự kiện xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước, qua đó tuyên truyền quảng bá về tỉnh đến các tỉnh bạn và nước ngoài.

- Phối hợp quảng bá tiềm năng, thế mạnh của tỉnh Ninh Bình gắn với hình ảnh thương hiệu chung, là điểm đến đầu tư hấp dẫn.

5. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở, ngành, địa phương truyền thông, quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Ninh Bình có nền sản xuất nông nghiệp xanh, hiện đại và bền vững; các sản phẩm nông nghiệp chất lượng

cao gắn với bảo vệ môi trường sinh thái.

- Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành, địa phương trong quảng bá thương hiệu nông sản Ninh Bình, các sản phẩm OCOOP ra thị trường quốc tế; tổ chức các sự kiện, hội chợ, tuần lễ nông sản, chương trình du lịch nông nghiệp và hoạt động xúc tiến thương mại gắn với truyền thông quảng bá hình ảnh Ninh Bình.

- 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.

6. Sở Công Thương

- Phối hợp các đơn vị liên quan hỗ trợ xây dựng thương hiệu sản phẩm OCOP, hàng hoá đặc trưng gắn với du lịch và văn hoá của tỉnh; quảng bá sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng của tỉnh gắn với thương hiệu địa phương.

- Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở, ngành, địa phương truyền thông quảng bá hình ảnh Ninh Bình là điểm đến an toàn, hấp dẫn và tin cậy cho các nhà đầu tư quốc tế.

- Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại: Tham gia chương trình kết nối giao thương giữa nhà cung cấp với các doanh nghiệp xuất khẩu và tổ chức 2 xúc tiến thương mại tổ chức tại Việt Nam; các hội chợ, triển lãm, diễn đàn kinh tế quốc tế, hội chợ quốc tế gắn với truyền thông quảng bá hình ảnh Ninh Bình ra nước ngoài.

7. Sở Giáo dục và Đào tạo

- Tuyên truyền, nâng cao nhận thức trong ngành Giáo dục về công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, hình ảnh tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài.

- Tích cực tuyên truyền, tích hợp, lồng ghép nội dung giáo dục về di sản, văn hóa, du lịch, kỹ năng công dân văn minh du lịch vào các hoạt động giáo dục phù hợp ở từng cấp học; tuyên truyền, hướng dẫn cán bộ, học sinh, sinh viên truyền thông, quảng bá tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc của tỉnh trên các nền tảng số.

8. Sở Khoa học và Công nghệ

Chủ trì ứng dụng khoa học, công nghệ và chuyển đổi số trong công tác quản lý; phối hợp xây dựng hệ thống thông tin số di sản, văn hóa, du lịch; truyền thông quảng bá về đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ cao để quảng bá hình ảnh Ninh Bình là trung tâm công nghệ đổi mới, sáng tạo.

9. Đề nghị Báo và Phát thanh, Truyền hình Ninh Bình

- Truyền thông tăng cường nhận thức và trách nhiệm của các sở, ngành, địa phương, doanh nghiệp và người dân trong việc xây dựng và truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình, của Việt Nam ra nước ngoài.

- Củng cố và phát triển các chuyên trang, chuyên mục, các tài khoản mạng

xã hội thành các nền tảng, ấn phẩm truyền thông có năng lực cạnh tranh và tầm ảnh hưởng trong khu vực.

- Thường xuyên, chủ động phối hợp với các 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 Ninh Bình 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...).

- Cung cấp, trao đổi, chia sẻ thông tin, dữ liệu để bảo đảm nội dung thông tin về tỉnh Ninh Bình 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.

10. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh

Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh Ninh Bình và các tổ chức chính trị - xã hội phối hợp chặt chẽ trong công tác tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và các tầng lớp Nhân dân tích cực tham gia quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài; thực hiện nếp sống văn minh, ứng xử văn minh du lịch, bảo vệ môi trường, giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa. Đồng thời lồng ghép nội dung truyền thông đối ngoại vào các cuộc vận động và phong trào thi đua yêu nước, góp phần nâng cao hiệu quả công tác thông tin, tuyên truyền trên địa bàn Ninh Bình.

11. Các sở, ban, ngành; UBND các xã, phường

- 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 - văn hóa của tỉnh đến các tỉnh và các khu vực, quốc gia trên thế giới.

- Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các cơ quan báo chí, truyền thông tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng của Trung ương, của tỉnh để giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, thành tựu của tỉnh trên các lĩnh vực, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc, các sản phẩm hàng hoá, dịch vụ chủ lực của ngành, địa phương.

- Đổi mới nội dung, phương thức tuyên truyền, ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông mới; khai thác phương tiện internet, các nền tảng mạng xã hội (Youtube, Facebook, Tiktok, Zalo...); duy trì tốt hoạt động hệ thống truyền thanh cơ sở, trang thông tin điện tử, bản tin, bảng thông tin điện tử công cộng (màn hình LED); xuất bản và phát hành các xuất bản phẩm, ấn phẩm truyền thông nhằm quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài.

- Thường xuyên khai thác nền tảng tại các bộ, ngành, địa phương phục vụ công tác truyền thông đối ngoại, qua đó quảng bá hình ảnh của ngành, địa phương, đơn vị; phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao cung cấp nội dung số, dữ liệu số

phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh thuộc các lĩnh vực quản lý của ngành, địa phương.

- Phối hợp cung cấp thông tin, hình ảnh phục vụ xây dựng bộ nhận diện và hoạt động truyền thông chung.

- Chủ động rà soát, kịp thời phát hiện, xử lý theo thẩm quyền hoặc phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao và các cơ quan có liên quan xử lý các thông tin tiêu cực, sai lệch về tỉnh, ngành, địa phương, đơn vị, góp phần giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực từ thông tin sai lệch, xuyên tạc, tăng tỷ lệ thông tin tích cực về tỉnh Ninh Bình trên các phương tiện truyền thông trong và ngoài nước.

- Khuyến khích các doanh nghiệp trong lĩnh vực, địa bàn quản lý tham gia quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình thông qua sản phẩm và thương hiệu uy tín; phối hợp với các cơ quan có thẩm quyền xem xét, lồng ghép hình ảnh tỉnh Ninh Bình vào các sản phẩm, dịch vụ có liên quan.

(chi tiết các nhiệm vụ có trong Phụ lục kèm theo)

Trên đây là Kế hoạch triển khai Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2030, tầm nhìn đến năm 2045 trên địa bàn tỉnh Ninh Bình, Ủy ban nhân dân tỉnh đề nghị các cơ quan, đơn vị, địa phương căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao và điều kiện, yêu cầu thực tiễn tổ chức thực hiện hiệu quả các nội dung trên; báo cáo kết quả thực hiện *(trước ngày 10/11 hàng năm)* về Ủy ban nhân dân tỉnh *(qua Sở Văn hóa và Thể thao)* để tổng hợp, báo cáo theo quy định./.

Nơi nhận:

- Bộ VH,TT&DL;
- Thường trực Tỉnh ủy;
- Thường trực HĐND tỉnh;
- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- Các sở, ngành, đoàn thể tỉnh;
- Báo và PTTH Ninh Bình;
- UBND các xã, phường;
- Lãnh đạo VP UBND tỉnh;
- Lưu: VT, VP6,11.

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

Đặng Thanh Sơn

Phụ lục
NHIỆM VỤ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC

(Ban hành Kèm theo Kế hoạch số: /KH-UBND ngày /6/2026 của UBND tỉnh Ninh Bình)

STT	Nội dung, nhiệm vụ truyền thông	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Thời gian thực hiện
01	Tổ chức triển khai tuyên truyền nâng cao nhận thức của cán bộ, công chức, viên chức, người lao động và nhân dân về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình và Việt Nam ra nước ngoài	Các sở, ban, ngành của tỉnh; UBND xã, phường	Các cơ quan báo chí trên địa bàn tỉnh	Hàng năm
02	Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Ninh Bình thống nhất với bộ nhận diện hình ảnh quốc gia	Sở Văn hóa và Thể thao	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Sau khi có Hướng dẫn của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
03	Đẩy mạnh công tác thông tin đối ngoại; xây dựng nội dung, sản phẩm truyền thông đa phương tiện (video clip, intro video, Trailer, infographic, banner...) tuyên truyền quảng bá hình ảnh Việt Nam và của tỉnh trên Cổng thông tin đối ngoại tỉnh Ninh Bình, trên môi trường mạng (fanpage facebook, Tiktok...) và phối hợp quảng bá hình ảnh tỉnh trên Trang thông tin điện tử đối ngoại Vietnam.vn và các nội dung thuộc Đề án phát triển Trang thông tin điện tử đối ngoại Vietnam.vn	Sở Văn hóa và Thể thao	Sở Du lịch, Sở Ngoại vụ và các sở, ban, ngành, cơ quan, đơn vị của tỉnh	Hàng năm
04	Hợp tác với các cơ quan báo chí, đơn vị truyền thông sản xuất phim, phóng sự, chương trình truyền thanh, video clip, intro video, Trailer ... giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, thành tựu của tỉnh trên các lĩnh vực, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc, các sản phẩm hàng hoá, dịch vụ chủ lực của tỉnh.	Sở Văn hóa và Thể thao	Các cơ quan báo chí; các đơn vị truyền thông	Hàng năm
05	Hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi cho các đoàn làm phim trong nước và quốc tế đến Ninh Bình làm phim, clip âm nhạc...; ”, thu hút ít nhất 05 bộ phim quy mô lớn của các hãng sản xuất hàng đầu thế giới quay tại Ninh Bình, tạo hình thức quảng bá mới và hiệu quả cho tỉnh Ninh Bình.	Sở Văn hóa và Thể thao; Sở Du lịch; Sở Ngoại vụ	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm

STT	Nội dung, nhiệm vụ truyền thông	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Thời gian thực hiện
06	Tổ chức các sự kiện văn hóa, nghệ thuật, lễ hội truyền thống, giải thể thao, hội thi sáng tác, giải báo chí, liên hoan phim, âm nhạc, nhiếp ảnh, điêu khắc, ẩm thực...để thu hút, quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình đến bạn bè trong và ngoài nước	Sở Văn hóa và Thể thao; Sở Du lịch	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
07	Tổ chức các hoạt động truyền thông, xúc tiến quảng bá du lịch tại các thị trường trọng điểm; giới thiệu, quảng bá điểm đến du lịch Ninh Bình	Sở Du lịch	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
08	Phối hợp với người có ảnh hưởng (KOLs) uy tín trong tỉnh, trong nước tuyên truyền, quảng bá du lịch Ninh Bình đến với bạn bè quốc tế.	Sở Du lịch	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
09	Xây dựng hệ thống ấn phẩm quảng bá du lịch (bản đồ, tập gấp, sách cẩm nang du lịch, quà tặng, tác phẩm văn học nghệ thuật... để quảng bá hình ảnh của tỉnh đến bạn bè trong và ngoài nước.	Sở Du lịch	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
10	Xây dựng các ấn phẩm, tài liệu bằng tiếng Việt và tiếng nước ngoài phục vụ hoạt động xúc tiến đầu tư. Tổ chức và tham gia các sự kiện xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước.	Sở Tài chính	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
11	Xây dựng, biên tập, xuất bản các tài liệu, xuất bản phẩm điện tử, phóng sự, video clip, intro video, Trailer chương trình phát thanh, infographics và các phương thức truyền thông mới... để phục vụ công tác truyền thông về văn hoá, du lịch trên báo chí, internet và hệ thống thông tin cơ sở trên địa bàn tỉnh.	Sở Văn hoá và Thể thao; Sở Du lịch	Các cơ quan báo chí; các cơ quan, đơn vị có liên quan	Hàng năm
12	Tổ chức các sự kiện, hội chợ, tuần lễ nông sản, chương trình du lịch nông nghiệp và hoạt động xúc tiến thương mại gắn với truyền thông quảng bá hình ảnh Ninh Bình; thúc đẩy truyền thông với định hướng mỗi làng một điểm đến, mỗi sản phẩm một câu chuyện.	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Các sở, ban, ngành của tỉnh, UBND các xã, phường	Hàng năm

STT	Nội dung, nhiệm vụ truyền thông	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Thời gian thực hiện
13	Xây dựng tài liệu, ấn phẩm, video, bộ nhận diện thương hiệu các sản phẩm OCOOP, sản phẩm nông nghiệp chủ lực, tiêu biểu của tỉnh để tham gia giới thiệu, quảng bá, kết nối quảng bá, tiêu thụ tại các triển lãm, hội chợ, các sàn thương mại điện tử trên nền tảng số Voso, Port Mard, Lazada, Tiktok, Zalo...trong và ngoài nước.	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Các sở, ban, ngành, UBND các xã, phường	Hàng năm
14	Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, tham gia các hội chợ, triển lãm, diễn đàn kinh tế quốc tế gắn với truyền thông quảng bá hình ảnh Ninh Bình là điểm đến tin cậy cho đầu tư phát triển thương mại, dịch vụ và hợp tác quốc tế.	Sở Công thương	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
15	Chủ trì quảng bá thương hiệu sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng của tỉnh gắn với thương hiệu địa phương.	Sở Công thương	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
16	Tuyên truyền đến cán bộ, học sinh, sinh viên về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, hình ảnh Ninh Bình ra nước ngoài; hướng dẫn cán bộ, học sinh, sinh viên quảng bá tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc của tỉnh trên các nền tảng số.	Sở Giáo dục và Đào tạo	Các Sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
17	Quản lý hoạt động của phóng viên nước ngoài tác nghiệp báo chí trên địa bàn tỉnh theo quy định của pháp luật; đồng thời, tranh thủ phóng viên nước ngoài trong công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Ninh Bình.	Sở Văn hóa và Thể thao	Sở Ngoại vụ, Công an tỉnh; các sở, ban, ngành, cơ quan, đơn vị của tỉnh	Hàng năm
18	Kết nối cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài, tổ chức quốc tế, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài tham gia quảng bá hình ảnh Ninh Bình	Sở Ngoại vụ	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
19	Tăng cường sản xuất các nội dung truyền thông bằng tiếng dân tộc thiểu số để vừa phục vụ công tác thông tin đối nội, vừa có thể trở thành sản phẩm thông tin	Báo, phát thanh và truyền hình Ninh	Các sở, ban,	Hàng năm

STT	Nội dung, nhiệm vụ truyền thông	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Thời gian thực hiện
	đổi ngoại độc đáo, giới thiệu sự đa dạng, bản sắc văn hóa và tiến bộ nhân quyền của tỉnh Ninh Bình nói riêng và Việt Nam nói chung.	Bình	ngành của tỉnh	
20	Tổ chức sản xuất đa dạng các nội dung, hình ảnh, clip, chương trình truyền hình tương tác bằng các ngôn ngữ: tiếng Anh, tiếng Trung Quốc và một số ngôn ngữ khác để quảng bá hình ảnh tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài.	Báo, phát thanh và truyền hình Ninh Bình	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm
21	Từng bước xây dựng, kết nối hệ thống dữ liệu, nền tảng truyền thông của địa phương với hệ sinh thái truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia.	Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Du lịch, Sở Ngoại vụ	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các sở, ban, ngành của tỉnh, UBND các xã, phường	Hàng năm
22	Tăng cường quản lý báo chí, mạng xã hội; rà soát, thống kê quản lý hoạt động các trang, hội nhóm mạng xã hội, người sản xuất nội dung số, có tầm ảnh hưởng (KOLs) tại tỉnh Ninh Bình; Triển khai, định hướng nội dung tuyên truyền, phổ biến các chủ trương của Đảng, nhà nước về quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Ninh Bình ra nước ngoài.	Sở Văn hóa và Thể thao	Các sở, ban, ngành của tỉnh	Hàng năm