

Số: /KH-UBND

Sơn La, ngày tháng năm 2026

KẾ HOẠCH

Triển khai thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt 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 Sơn La

Thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt 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 tỉnh ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam, hình ảnh tỉnh Sơn La 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, qua đó nâng cao nhận thức, thiện cảm và sự tin tưởng của cộng đồng quốc tế đối với những thành tựu phát triển của Việt Nam nói chung và của tỉnh Sơn La nói riêng, góp phần khẳng định vị thế, uy tín, bản sắc và năng lực cạnh tranh của tỉnh Sơn La; 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.

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

- Tập trung phát huy sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị, huy động tối đa các nguồn lực xã hội, đặc biệt là vai trò của kiều bào, trí thức, doanh nghiệp, và các cá nhân có ảnh hưởng (KOLs).

2. Yêu cầu

- Việc triển khai Kế hoạch phải bảo đảm tính chủ động, thực chất, gắn với mục tiêu, nhiệm vụ cụ thể, bảo đảm chất lượng và hiệu quả. Phân công rõ nhiệm vụ, trách nhiệm cho các cơ quan, đơn vị trong tổ chức triển khai thực hiện kế hoạch, bảo đảm thống nhất, đồng bộ và hiệu quả.

- Đảm bảo sự lãnh đạo, chỉ đạo của Tỉnh ủy; sự quản lý, điều hành của Ủy ban nhân dân tỉnh; phát huy sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị và toàn

dân; sự phối hợp đồng bộ, thường xuyên, liên tục và chặt chẽ giữa các cơ quan Trung ương và địa phương, đảm bảo công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Sơn La 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.

II. 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 Việt Nam, hình ảnh tỉnh Sơn La ra nước ngoài

a) Tạo sự thống nhất cao về nhận thức trong toàn hệ thống chính trị về vai trò của công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam 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 các cơ quan, đơn vị, địa phương, cơ quan báo chí, doanh nghiệp, người dân trong nước và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

b) Đổi mới tư duy truyền thông, chuyển từ tuyên truyền một chiều sang xây dựng hình ảnh, thương hiệu và sức mạnh mềm quốc gia; lấy việc tạo cảm hứng, chia sẻ giá trị và khơi dậy thiện cảm làm trọng tâm; tăng cường truyền thông đa chiều và xác thực, bảo đảm nội dung hấp dẫn, sáng tạo, phù hợp với đặc điểm từng khu vực, thị trường và nhóm công chúng mục tiêu.

2. Xây dựng, phát triển và định vị thương hiệu, hình ảnh tỉnh Sơn La

a) Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu hình ảnh tỉnh Sơn La (*logo, slogan, thông điệp chủ đạo*) có tính lan tỏa, dễ nhận diện, thể hiện được bản sắc văn hóa, truyền thống lịch sử, đồng thời gắn với yêu cầu phát triển trong thời kỳ chuyển đổi số, hội nhập quốc tế.

b) Xây dựng thông điệp truyền thông về chủ trương, chính sách phát triển kinh tế - xã hội và các ngành, lĩnh vực trọng tâm của tỉnh; linh hoạt điều chỉnh theo từng giai đoạn, từng thị trường và từng nhóm công chúng.

c) Khai thác những câu chuyện, hình mẫu, nhân vật, sự kiện, sáng kiến, sản phẩm tiêu biểu trên các lĩnh vực để lan tỏa, xây dựng, phát triển và định vị thương hiệu “Sơn La” các danh thắng, khu, điểm du lịch, di tích tiêu biểu gắn với mục tiêu bảo tồn và phát triển bền vững.

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

a) Xây dựng hệ sinh thái truyền thông số của tỉnh Sơn La: Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn trong sản xuất và phân phối nội dung truyền thông, 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 kết hợp hình thức trực tiếp và trực tuyến; số hóa nội dung, hình ảnh từ các sự kiện truyền thông để lan tỏa trên nền tảng số; Thiết lập Cổng thông tin điện tử đa ngữ, các trang mạng xã hội chính thức (*Facebook, TikTok, YouTube, Instagram, Zalo OA...*) để thống nhất hình ảnh, thông điệp, nhận diện thương hiệu tỉnh.

b) Tăng cường hiện diện trên các kênh thông tin đối ngoại chính thống của Nhà nước như Cổng Thông tin điện tử Chính phủ, Cổng Thông tin điện tử đối ngoại Quốc gia, Trang thông tin Bộ Ngoại giao, Nền tảng quảng bá Việt Nam Vietnam.vn, các trang quảng bá du lịch Việt Nam bằng nhiều ngôn ngữ.

c) Sản xuất nội dung số đa dạng, hiện đại: Video ngắn, Infographic, Podcast, Livestream, Minigame,... đăng phát trên các nền tảng số giới thiệu về văn hóa, du lịch, đầu tư, thành tựu phát triển của tỉnh, quảng bá các nội dung, nhiệm vụ nêu trên để đăng phát trên các nền tảng mạng xã hội hợp pháp.

d) Truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Sơn La thông qua các lễ hội tại địa phương, thông qua sự kiện, hội nghị quốc tế, hoạt động đối ngoại và trên các hãng hàng không, sân bay quốc tế.

đ) Tổ chức xây dựng và tối ưu hóa nội dung số về tỉnh Sơn La nhằm nâng cao thứ hạng hiển thị trên các công cụ tìm kiếm trên Internet; qua đó mở rộng khả năng tiếp cận về tỉnh của nhóm đối tượng trong và ngoài nước.

e) Xây dựng nền tảng số tích hợp công nghệ thực tế ảo 360 độ phục vụ công tác thông tin đối ngoại và xúc tiến du lịch - thương mại: Xây dựng nền tảng số hiện đại, song ngữ Việt - Anh, tích hợp công nghệ thực tế ảo 360 độ (VR360) và cảm nang điện tử, bài viết, hình ảnh nhằm quảng bá toàn diện hình ảnh văn hoá, du lịch, con người, tiềm năng phát triển và môi trường đầu tư của tỉnh Sơn La; phục vụ công tác thông tin đối ngoại và xúc tiến du lịch - thương mại.

f) Hợp tác với các nghệ sỹ, người nổi tiếng, nhà sáng tạo nội dung (*KOLs, Influencers, Travel blogger, chuyên gia ...*) trong nhiều lĩnh vực như âm nhạc, điện ảnh, thể thao, du lịch, ẩm thực, khởi nghiệp, nhằm đưa hình ảnh Sơn La lan tỏa tới đông đảo công chúng trong và ngoài nước.

g) Xuất bản, phát hành ấn phẩm truyền thông đặc sắc bằng nhiều ngôn ngữ.

4. Tổ chức hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí, truyền thông

a) Tổ chức đặt hàng, ký kết hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí; đặc biệt là các cơ quan báo chí chủ lực Quốc gia, các cơ quan báo chí đặt văn phòng đại diện, cử phóng viên thường trú tại tỉnh nhằm tạo sự đồng thuận, ủng hộ của các cơ quan báo chí trong công tác tuyên truyền, chủ động xử lý, hạn chế rủi ro truyền thông.

b) Hợp tác với các cơ quan báo chí đối ngoại của Việt Nam (*Vietnam News, VietnamPlus, VTV4, Vietnam Today, Báo Thế giới và Việt Nam...*) để xây dựng chuyên mục, chuyên đề, bản tin định kỳ giới thiệu hình ảnh, chính sách, thành tựu phát triển của tỉnh Sơn La đến bạn bè quốc tế.

c) Hợp tác, đặt hàng sản xuất các sản phẩm truyền thông bằng nhiều thứ tiếng quảng bá hình ảnh tỉnh Sơn La để đăng, phát trên các cơ quan báo chí, phương tiện truyền thông trong và ngoài tỉnh.

d) Hợp tác đặt quảng cáo trực tuyến trên các trang báo điện tử (*trang liên quan đến du lịch, đầu tư, phát triển khu vực...*) tại các tờ báo điện tử có lượng công chúng

cao nhằm lan tỏa hình ảnh Sơn La đến với đông đảo bạn bè trong và ngoài nước.

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

a) Khuyến khích các cơ quan, đơn vị, địa phương chủ động xây dựng chiến lược truyền thông riêng, phù hợp với chức năng nhiệm vụ, tiềm năng, thế mạnh của đơn vị, địa phương. Phát huy sức mạnh của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, khách quốc tế, doanh nghiệp để quảng bá hình ảnh quốc gia nói chung và hình ảnh tỉnh Sơn La nói riêng.

b) 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 tỉnh Sơn La.

6. 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 tỉnh Sơn La ra nước ngoài.

c) Tổ chức tập huấn, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng về truyền thông cho cán bộ lãnh đạo, quản lý, cán bộ làm công tác thông tin đối ngoại và phóng viên, biên tập viên các cơ quan báo chí trên địa bàn.

7. Thiết lập cơ chế giám sát, đánh giá và điều chỉnh linh hoạt

a) Thiết lập hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin đối ngoại để tổng hợp, phân tích và theo dõi thông tin, hình ảnh tỉnh Sơn La trên các phương tiện truyền thông quốc tế và nền tảng số.

b) Duy trì, nâng cấp, mở rộng hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin đối ngoại của tỉnh Sơn La.

c) Định kỳ đánh giá hiệu quả các hoạt động truyền thông; kịp thời điều chỉnh mô hình thức truyền thông phù hợp; đồng thời tổ chức tổng kết, rút kinh nghiệm và nhân rộng các mô hình, cách làm hiệu quả trong công tác truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Sơn La ra nước ngoài.

III. KINH PHÍ THỰC HIỆN

Kinh phí thực hiện các nhiệm vụ trong Kế hoạch này được bố trí từ nguồn ngân sách nhà nước theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các văn bản hướng dẫn thi hành. Đối với các nhiệm vụ triển khai trong năm 2026, các Sở, ban, ngành, UBND các xã, phường chủ động bố trí trong nguồn ngân sách nhà nước được giao năm 2026 để triển khai thực hiện.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch

- Là cơ quan đầu mối tham mưu cho UBND tỉnh tổ chức thực hiện Kế

hoạch; hướng dẫn, theo dõi và phối hợp với các Sở, ban, ngành, UBND các xã, phường và cơ quan, đơn vị liên quan triển khai thực hiện hiệu quả Kế hoạch này.

- Hướng dẫn các cơ quan báo chí trên địa bàn tỉnh 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 tỉnh Sơn La ra nước ngoài.

- Chủ trì hợp tác với các cơ quan báo chí và cơ quan truyền thông khác sản xuất các sản phẩm truyền thông với các hình thức đa dạng, phong phú giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, truyền thống, lịch sử, thành tựu của tỉnh Sơn La trên các lĩnh vực.

- Xây dựng các chương trình nghệ thuật đặc sắc, đậm bản sắc Sơn La phục vụ biểu diễn tại các sự kiện lớn và hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế.

- Xây dựng các hoạt động xúc tiến, quảng bá điểm đến du lịch Sơn La. Chủ động lồng ghép nội dung thông tin đối ngoại vào các chương trình xúc tiến du lịch và sự kiện quốc tế.

- Hợp tác với người có ảnh hưởng (KOLs) uy tín tuyên truyền, quảng bá du lịch Sơn La đến với bạn bè quốc tế.

2. Sở Tài chính

- Bố trí kinh phí thực hiện Kế hoạch theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các quy định pháp luật có liên quan.

- Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch truyền thông quảng bá hình ảnh Sơn La là điểm đến đầu tư hấp dẫn.

3. Sở Ngoại vụ

- Chủ trì, tham mưu triển khai các hoạt động truyền thông về đối ngoại, hội nhập quốc tế và hợp tác quốc tế của tỉnh với các đối tác nước ngoài; lồng ghép giới thiệu, quảng bá tới các đối tác nước ngoài, bạn bè quốc tế về hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh, giá trị văn hóa đặc sắc, thành tựu phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh, 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 tỉnh.

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Công an tỉnh và các 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 tỉnh theo quy định của pháp luật và tranh thủ phóng viên nước ngoài trong công tác truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Sơn La.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các Sở, ngành, địa phương truyền thông, quảng bá về đổi mới sáng tạo, chuyên đổi số, ứng dụng khoa học và công nghệ, góp phần nâng cao hình ảnh tỉnh Sơn La là địa phương đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trong phát triển kinh tế - xã hội.

5. Sở Công Thương

- Phối hợp với Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Xúc tiến đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh, UBND các xã, phường và các cơ quan, đơn vị có liên quan truyền thông, quảng bá hình ảnh Sơn La là điểm đến tin cậy cho thương mại, đầu tư và hợp tác quốc tế; quảng bá thương hiệu sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng của tỉnh gắn với thương hiệu địa phương.

- Tổ chức lồng ghép các nội dung về quảng bá hình ảnh Sơn La tại các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối tiêu thụ, xuất khẩu sản phẩm hàng hóa của tỉnh trong nước và quốc tế.

6. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các Sở, ngành, địa phương truyền thông, quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Sơn La 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 Sơn La 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 Sơn La; thúc đẩy truyền thông với định hướng mỗi làng một điểm đến, mỗi sản phẩm một câu chuyện.

- Xây dựng tài liệu, ấn phẩm, video, bộ nhận diện thương hiệu các sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp chủ lực, tiêu biểu của tỉnh để tham gia giới thiệu, quảng bá, kết nối tiêu thụ tại các triển lãm, hội chợ, các sàn thương mại điện tử.

- 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.

7. Sở Giáo dục và Đào tạo

Chỉ đạo, hướng dẫn cán bộ quản lý giáo dục, giáo viên và học sinh, sinh viên tuyên truyền, quảng bá tiềm năng, thế mạnh, nét văn hoá đặc sắc của tỉnh Sơn La trên các nền tảng số theo đúng quy định và tham gia, hưởng ứng các hoạt động giao lưu văn hóa - giáo dục với các tỉnh Bắc Lào.

8. Trung Tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các sở, ngành, địa phương truyền thông quảng bá hình ảnh Sơn La là điểm đến tin cậy cho thương mại, đầu tư và hợp tác quốc tế.

- Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư, hội chợ, triển lãm, diễn đàn kinh tế quốc tế gắn với truyền thông quảng bá hình ảnh Sơn La.

- Tổ chức thông tin, quảng bá hình ảnh tỉnh Sơn La ra nước ngoài thông qua các sự kiện hội chợ quốc tế theo yêu cầu của UBND tỉnh, Bộ Công Thương; tham gia các chương trình kết nối giao thương giữa nhà cung cấp với các doanh nghiệp xuất khẩu và tổ chức xúc tiến thương mại tổ chức tại Việt Nam.

- Chủ trì quảng bá thương hiệu sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng của tỉnh gắn với thương hiệu địa phương.

9. Báo và Phát thanh, truyền hình Sơn La

- 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 Sơn La, của Việt Nam ra nước ngoài.

- 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 Sơn La 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...*).

- 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 đối ngoại độc đáo, giới thiệu sự đa dạng, bản sắc văn hóa và tiến bộ nhân quyền của tỉnh Sơn La nói riêng và Việt Nam nói chung.

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

- Tổ chức thực hiện các hoạt động truyền thông về chính sách ưu đãi thu hút đầu tư, các dự án kêu gọi đầu tư của tỉnh; giới thiệu, quảng bá trong các hoạt động đối ngoại của tỉnh ở nước ngoài bảo đảm thiết thực, hiệu quả.

- Phối hợp với các cơ quan báo chí Trung ương và của tỉnh truyền thông, quảng bá, giới thiệu về 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 trang thông tin điện tử, bản tin, bảng 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 Sơn La 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, Thể thao và Du lịch cung cấp nội dung số, dữ liệu số phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh thuộc các lĩnh vực quản lý của ngành.

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

- Khuyến khích các doanh nghiệp trong lĩnh vực, địa bàn quản lý tham gia quảng bá hình ảnh tỉnh Sơn La 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 Sơn La vào các sản phẩm, dịch vụ có liên quan.

Trên đây là Kế hoạch triển khai thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt 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 Sơn La. Yêu cầu các cơ quan, đơn vị, địa phương nghiêm túc triển khai thực hiện; định kỳ **trước ngày 05/11 hàng năm** báo cáo kết quả thực hiện về UBND tỉnh (qua Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch) để tổng hợp./.

Nơi nhận:

- Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch;
- Đảng ủy UBND tỉnh;
- Chủ tịch UBND tỉnh;
- Các Phó Chủ tịch UBND tỉnh;
- Ban Tuyên giáo và Dân vận Tỉnh uỷ;
- Các Sở, ban, ngành;
- UBND các xã, phường;
- Văn phòng UBND tỉnh;
- Trung tâm Thông tin tỉnh;
- Lưu: VT, KGVX, Lê Anh.

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

Hà Trung Chiến

Phụ lục

CÁC NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM THỰC HIỆN QUYẾT ĐỊNH SỐ 173/QĐ-TTG NGÀY 27/1/2026 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 TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH SƠN LA (Kèm theo Kế hoạch của Ủy ban nhân dân tỉnh Sơn La)

STT	Nhiệm vụ	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Thời gian thực hiện	Kết quả, sản phẩm
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 Việt Nam, hình ảnh tỉnh Sơn La ra nước ngoài.	Các sở, ban, ngành và UBND cấp xã	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các cơ quan, đơn vị liên quan	Hằng năm	Các tin, bài đăng trên Trang TTĐT của cơ quan, đơn vị; Các sản phẩm truyền thông đăng phát trên các cơ quan báo chí, trên các nền tảng số...
2	Xây dựng, phát triển và định vị thương hiệu, hình ảnh tỉnh Sơn La	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Năm 2026 - 2028	Bộ nhận diện hình ảnh tỉnh; Bộ công cụ truyền thông (Logo, slogan, thông điệp chủ đạo...)
3	Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số toàn diện				
-	Ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn trong sản xuất, phân phối nội dung	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hằng năm	Các sản phẩm truyền thông ứng dụng công nghệ
-	Xây dựng hệ sinh thái nội dung số đa ngôn ngữ trên các nền tảng số xuyên biên giới	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Năm 2026 - 2030	Hệ sinh thái nội dung số
-	Số hóa nội dung, hình ảnh từ các sự kiện truyền thông để lan tỏa trên nền tảng số	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hằng năm	Nội dung số hoá
-	Tăng cường hiện diện trên các kênh thông tin đối ngoại chính thống của Nhà nước	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hằng năm	Các sản phẩm truyền thông đăng trên các kênh thông tin đối ngoại chính thống của Nhà nước
-	Sản xuất nội dung số đa dạng, hiện đại: Video ngắn, infographic, podcast, livestream,	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hằng năm	Video ngắn, Infographic, Podcast, Livestream, Minigame,... đăng phát trên các nền tảng số

STT	Nhiệm vụ	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Thời gian thực hiện	Kết quả, sản phẩm
	minigame,... đăng phát trên các nền tảng số				
-	Truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Sơn La thông qua các lễ hội tại địa phương, thông qua sự kiện, hội nghị quốc tế, hoạt động đối ngoại và trên các hãng hàng không, sân bay quốc tế.	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hàng năm	Các chiến dịch, chuỗi hoạt động truyền thông; Các sản phẩm truyền thông phù hợp với từng sự kiện...
-	Tổ chức xây dựng và tối ưu hóa nội dung số về tỉnh Sơn La	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hàng năm	Bài viết tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO)
-	Xây dựng nền tảng số tích hợp công nghệ thực tế ảo 360 độ phục vụ công tác thông tin đối ngoại và xúc tiến du lịch - thương mại	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Năm 2026-2030	Xây dựng nền tảng số hiện đại, song ngữ Việt – Anh, tích hợp công nghệ thực tế ảo 360 độ (VR360), cảm nang điện tử, bài viết, hình ảnh
-	Hợp tác với các nghệ sỹ, người nổi tiếng, nhà sáng tạo nội dung (<i>KOLs, Influencers, Travel blogger, chuyên gia ...</i>) trong nhiều lĩnh vực	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hàng năm	Chương trình/ hoạt động hợp tác với các nghệ sỹ, người nổi tiếng, nhà sáng tạo nội dung (<i>KOLs, Influencers, Travel blogger, chuyên gia quốc tế...</i>)
-	Xuất bản, phát hành ấn phẩm truyền thông đặc sắc quảng bá hình ảnh tỉnh Sơn La bằng nhiều ngôn ngữ	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hàng năm	Ấn phẩm đa ngữ
4	Tổ chức hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí, truyền thông	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan báo chí, truyền thông	Hàng năm	Các tin, bài, chương trình trên các sản phẩm báo chí Trung ương, địa phương.
5	Phát triển nhân lực và năng lực truyền thông				
-	Tổ chức các chương trình đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng về kỹ năng truyền thông quảng bá cho cán bộ làm công tác truyền thông.	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hàng năm	Các lớp tập huấn, đào tạo, hội nghị, hội thảo...

STT	Nhiệm vụ	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Thời gian thực hiện	Kết quả, sản phẩm
6	Thiết lập cơ chế giám sát, đánh giá và điều chỉnh linh hoạt				
-	Duy trì, nâng cấp, mở rộng hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin đối ngoại của tỉnh	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Hàng năm	Hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin đối ngoại của tỉnh
-	Tổ chức sơ kết, tổng kết Kế hoạch	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị liên quan	Năm 2026-2030	Báo cáo