

QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG QUAN HỆ CÔNG CHÚNG CỦA HỌC VIỆN NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

● **NGUYỄN LAN HƯƠNG - NGUYỄN CÔNG TIỆP - LÊ THỊ DUNG**

TÓM TẮT:

Hoạt động quan hệ công chúng (QHCC) giữ vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ cơ sở giáo dục và đào tạo truyền tải thông điệp, quảng bá thương hiệu đến công chúng, xã hội; đồng thời tiếp nhận tương tác, phản hồi từ công chúng, xã hội để phát hiện, xử lý những vấn đề phát sinh, góp phần xây dựng, phát triển uy tín, thương hiệu của nhà trường. Trong thời gian qua, Học viện Nông nghiệp Việt Nam đã chú trọng đẩy mạnh hoạt động QHCC trên tất cả các phương diện và đã đạt được một số thành tựu đáng kể. Tuy nhiên, để phát huy hơn nữa hiệu quả hoạt động QHCC, đáp ứng được nhu cầu của xã hội, việc đánh giá quản lý hoạt động QHCC là rất cần thiết. Do vậy, bài nghiên cứu đánh giá thực trạng quản lý hoạt động QHCC, xác định các yếu tố tác động, từ đó có những giải pháp tăng cường quản lý hoạt động QHCC, phát huy các yếu tố tích cực, quan trọng để góp phần nâng cao vị thế, uy tín của Học viện.

Từ khóa: quản lý hoạt động quan hệ công chúng, Học viện Nông nghiệp Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

QHCC xuất hiện ở Việt Nam từ những năm cuối của thế kỷ XX và đang trở thành một trong những hoạt động được Đảng và Nhà nước, các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân quan tâm. Trong xu thế hội nhập quốc tế cùng với bối cảnh nền kinh tế tri thức, chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, QHCC đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng, duy trì sự hiểu biết lẫn nhau giữa tổ chức, doanh nghiệp và công chúng. Hiện nay, QHCC không chỉ được các doanh nghiệp, tổ chức phi chính phủ quan tâm mà các cơ sở giáo dục và đào tạo tại Việt Nam cũng đang chú trọng đẩy mạnh nhằm góp phần quảng bá hình ảnh, thành tựu và nâng cao vị thế của đơn vị.

Học viện Nông nghiệp Việt Nam là một trong những trường đại học trọng điểm quốc gia, đi đầu trong đổi mới và sáng tạo, dẫn đầu cả nước về chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học và hội nhập quốc tế. Với vị thế là một trong những cơ sở đào tạo, nghiên cứu hàng đầu của cả nước, kể từ khi thành lập đến nay, đặc biệt là sau khi thực hiện tự chủ đại học theo Quyết định số 873/QĐ-TTg ngày 17 tháng 6 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ, Học viện luôn sử dụng QHCC như một công cụ để thúc đẩy các hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, hợp tác quốc tế... và đã đạt được một số thành tựu nhất định. Tuy nhiên, hoạt động QHCC chưa đáp ứng kịp thời yêu cầu phát triển, như: việc tiếp

cận hoạt động QHCC còn chậm, nguồn kinh phí đầu tư cho hoạt động QHCC chưa nhiều, bộ phận nhân sự phụ trách hoạt động QHCC còn hạn chế về năng lực, trình độ, nghiệp vụ... Chính vì vậy, việc nghiên cứu quản lý hoạt động QHCC của Học viện Nông nghiệp Việt Nam có ý nghĩa vô cùng quan trọng để đánh giá được thực trạng quản lý hoạt động QHCC hiện nay, nhận định những yếu tố tác động đến quản lý hoạt động QHCC, từ đó có những giải pháp tăng cường quản lý hoạt động QHCC.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Thu thập số liệu

Thông tin thứ cấp được tổng hợp từ các báo cáo hoạt động của Học viện Nông nghiệp Việt Nam, báo cáo của các đơn vị chức năng trong Học viện, các bài phân tích của chuyên gia hay thu thập qua báo chí, tạp chí hoặc mạng Internet.

Thông tin sơ cấp được thu thập thông qua điều tra bảng hỏi 145 mẫu trên địa bàn nghiên cứu, cụ thể như sau: Lãnh đạo học viện có 5 mẫu, Lãnh đạo các ban chức năng có 16 mẫu, Lãnh đạo các khoa có 14 mẫu, Giảng viên có 20 mẫu, Cán bộ phục vụ có 20 mẫu, Sinh viên có 30 mẫu, Học viên có 15 mẫu, Nghiên cứu sinh có 5 mẫu, Cựu sinh viên có 20 mẫu.

2.2. Phương pháp phân tích

Phương pháp thống kê mô tả và so sánh là các phương pháp được sử dụng trong nghiên cứu. Số liệu nghiên cứu được xử lý bằng phần mềm Microsoft Office Excel.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thực trạng lập kế hoạch hoạt động quan hệ công chúng của Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Học viện luôn quan tâm phát triển các hoạt động QHCC nhằm phát huy hình ảnh, thương hiệu, uy tín và vị thế. Hàng năm, trên cơ sở phân tích và đánh giá kết quả hoạt động QHCC của những năm trước và dựa vào tình hình thực tế, lãnh đạo Học viện sẽ chỉ đạo những nội dung hoạt động theo từng giai đoạn và các đơn vị chức năng sẽ xây dựng kế hoạch, thực hiện bám sát theo định hướng đó.

Nguồn lực đầu tư cho hoạt động QHCC được xác định theo căn cứ vào từng nội dung hoạt động, từ đó, các đơn vị tiến hành lập dự toán phương án và trình phương án ngân sách để Giám đốc Học viện thông qua. Để nâng cao hiệu quả hoạt động QHCC, Trung tâm QHCC và Hỗ trợ sinh viên đã được thành lập theo Quyết định số 2998/QĐ-HVN ngày 19 tháng 9 năm 2018 của Giám đốc Học viện Nông nghiệp Việt Nam trên cơ sở tổ chức lại Trung tâm Tư vấn việc làm và Hỗ trợ sinh viên, Tổ Truyền thông và QHCC. Trung tâm được thành lập với mục đích hoạt động trên các lĩnh vực truyền thông, quảng bá tuyển sinh, xúc tiến đào tạo, tư vấn việc làm và hỗ trợ sinh viên.

Đánh giá về sự cần thiết hoạt động QHCC, kết quả điều tra khảo sát cho thấy việc tổ chức thực hiện hoạt động QHCC của Học viện Nông nghiệp Việt Nam là cần thiết, với điểm bình quân chung là 2,91. Trong đó, đối tượng cán bộ quản lý; giảng viên, cán bộ phục vụ của Học viện đánh giá rất cao vai trò, sự cần thiết hoạt động QHCC của Học viện với ĐBQ lần lượt là 3,23 và 3,10. Tuy nhiên, đối với cựu sinh viên, số ĐBQ thấp hơn là 2,80. Đối tượng người học đang học tập tại Học viện thì đánh giá mức độ cần thiết của hoạt động là bình thường với ĐBQ = 2,50.

Việc lập kế hoạch hoạt động QHCC của Học viện Nông nghiệp Việt Nam được cán bộ quản lý; giảng viên, cán bộ phục vụ; người học và cựu sinh viên đánh giá ở mức thường xuyên thực hiện, với ĐBQ chung là 2,82. Các hoạt động QHCC được đánh giá thực hiện thường xuyên ở Học viện cụ thể là xây dựng lộ trình, nguồn lực thực hiện; đưa ra ý tưởng hoạt động QHCC; xác định hình thức, mục tiêu hoạt động QHCC chủ đạo và hoạch định nhiệm vụ trọng tâm, nội dung hoạt động QHCC đáp ứng mục tiêu hoạt động QHCC và nhu cầu của công chúng.

Mặc dù Học viện có xây dựng các kế hoạch hoạt động QHCC theo các năm nhưng các kế hoạch mới chỉ mang tính chất ngắn hạn, chưa xây dựng được kế hoạch dài hạn. Nguyên nhân chủ

quan là do Trung tâm QHCC và Hỗ trợ sinh mới thành lập, các cán bộ làm việc tại Trung tâm chưa thực sự được đảm bảo về chất lượng, hầu hết nhân sự chưa được đào tạo bài bản về chuyên môn trong hoạt động QHCC.

3.2. Thực trạng thực hiện hoạt động quan hệ công chúng của Học viện Nông nghiệp Việt Nam

3.2.1. Quan hệ công chúng trong truyền thông

Là trường đại học trọng điểm quốc gia - trung tâm đào tạo, nghiên cứu đa ngành về nông nghiệp và phát triển nông thôn, với bề dày lịch sử hơn 67 năm xây dựng và phát triển, chính vì vậy, các tin tức, sự kiện của Học viện Nông nghiệp Việt Nam luôn được các cơ quan truyền thông quan tâm, chú ý. Không chỉ vậy, Học viện còn xây dựng quan hệ hợp tác với hơn 70 đơn vị báo chí, truyền hình Trung ương và địa phương trên cả nước nhằm đẩy mạnh hoạt động quảng bá Học viện, quảng bá tuyển sinh như VietNamnet, Giáo dục Thời đại, VnExpress, Báo điện tử Dân trí, Báo điện tử VTC.vn, Báo Lao động, Báo Tiền phong, Báo Thanh niên, Báo Tuổi trẻ thủ đô, Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Truyền hình Quốc hội, Đài Truyền hình Kỹ thuật số VTC,...

Học viện đã sử dụng hai loại ấn phẩm để quảng bá hình ảnh Học viện. Đó là ấn phẩm in bao gồm băng-rôn, poster (flyer), standee (panel), biển bảng quảng cáo, brochure (tờ rơi)... Các ấn phẩm sau khi thiết kế sẽ được in ấn và thi công, lắp đặt tại khu vực trong Học viện để tuyên truyền cho sự kiện, hoạt động của Học viện. Ấn phẩm trực tuyến là những hình ảnh, video, logo, website được thiết kế nhằm truyền thông những sự kiện, hoạt động của Học viện, ngày lễ lớn của đất nước thông qua mạng Internet. Với xu hướng hiện nay, Học viện đẩy mạnh việc sử dụng các ấn phẩm trực tuyến để quảng bá các hoạt động của Học viện. Các ấn phẩm trực tuyến Học viện thường sử dụng như website, logo, video, banner,...

Học viện cũng chú trọng truyền thông qua website, mạng xã hội. Học viện đã thiết kế website <https://vnua.edu.vn> với giao diện bắt mắt, dễ sử

dụng, xây dựng những chuyên mục với tin, bài, hình ảnh, video có nội dung phong phú, quảng bá hoạt động của Học viện và các đơn vị một cách đầy đủ, hấp dẫn. Trung tâm QHCC và Hỗ trợ sinh viên đã phối hợp Nhà Xuất bản Học viện Nông nghiệp Việt Nam, các khoa, ban chức năng, Công đoàn, Đoàn Thanh niên - Hội Sinh viên Học viện thực hiện việc tuyên truyền, quảng bá Học viện. Fanpage Học viện Nông nghiệp Việt Nam (<https://facebook.com/hocviennongnghiep/>) được thành lập ngày 22 tháng 02 năm 2016, có khoảng 113.000 người thích và 123.000 người theo dõi, là nơi giúp người dùng có thể dễ dàng cập nhật các thông tin mà Học viện muốn truyền tải hàng ngày. Bên cạnh đó, Học viện cũng xây dựng kênh Youtube Học viện Nông nghiệp Việt Nam (<https://youtube.com/@hocviennongnghiepvietnam1956/>) để đăng tải các đoạn video, clip do đội ngũ Trung tâm QHCC và Hỗ trợ sinh viên biên soạn hoặc các bản tin phát sóng trên truyền hình Trung ương, địa phương. Tài khoản Youtube của Học viện đã thu hút 5.473 người theo dõi, với 336 video được đăng tải, thu hút 1.183.729 lượt xem.

Bên cạnh đó, sinh viên Học viện Nông nghiệp Việt Nam không chỉ được tiếp nhận chương trình đào tạo chất lượng cao, môi trường học tập thân thiện, đội ngũ cán bộ tâm huyết với nghề mà còn có cơ hội tiếp cận nhiều chương trình học bổng hấp dẫn của Học viện. Học bổng cho người học phổ biến ở bậc đại học và một số ít sau đại học với các hình thức đa dạng như học bổng Chào tân sinh viên, học bổng Ươm mầm Tài năng, học bổng Sinh viên toàn cầu, học bổng Khởi nghiệp, học bổng tài trợ của các tổ chức, cá nhân, học bổng hỗ trợ sinh viên nghiên cứu khoa học và khuyến khích học tập.

3.2.2. Quan hệ công chúng trong tuyển sinh

Một trong những nhiệm vụ trọng tâm hàng năm của Học viện là xây dựng, quảng bá hình ảnh của Học viện thông qua công tác quảng bá tuyển sinh (QBTS) và nghiên cứu chuyển giao khoa học công nghệ (KHCCN) vào thực tiễn sản xuất, hợp tác về KHCCN với các địa phương, doanh nghiệp. Để công

tác QBTS triển khai chuyên nghiệp, đạt hiệu quả cao, Học viện đã thành lập Ban Thường trực QBTS để trực tiếp chỉ đạo các hoạt động QBTS, đồng thời giao cho Trung tâm QHCC và Hỗ trợ sinh viên là đơn vị chủ trì xây dựng kế hoạch QBTS, đơn vị đầu mối, phối hợp với các đơn vị chức năng, cán bộ viên chức, người lao động thực hiện nhiệm vụ QBTS. Bên cạnh các hoạt động quảng bá trực tiếp tại trường THPT, Trung tâm QHCC và Hỗ trợ sinh viên còn phối hợp với các đơn vị chức năng tổ chức trả lời, giải đáp thắc mắc của phụ huynh, thí sinh, tư vấn tuyển sinh trực tuyến,... Học viện luôn chú trọng đầu tư và huy động tối đa mọi nguồn lực, nhất là đội ngũ cán bộ, giảng viên, người lao động có chuyên môn cao, kinh nghiệm trong hoạt động tư vấn, hướng nghiệp, sử dụng linh hoạt, đa dạng hóa các hình thức tư vấn trên nhiều kênh để truyền tải thông tin đến phụ huynh, thí sinh. Đồng thời, Học viện còn tích cực tham gia chương trình tư vấn tuyển sinh - hướng nghiệp do Báo Tuổi trẻ tổ chức.

3.2.3. Quan hệ công chúng trong cán bộ, viên chức, người lao động

Xác định rõ hoạt động QHCC trong cán bộ viên chức, người lao động rất quan trọng trong việc cung cấp thông tin thường xuyên, nhanh chóng, hiệu quả nhằm thực hiện mục tiêu của đơn vị là xây dựng một tập thể đoàn kết, vững mạnh, vì vậy, Học viện rất chú trọng đến các hoạt động này. Những chế độ chính sách đối với cán bộ viên chức, người lao động được thực hiện tốt đảm bảo công bằng, dân chủ theo đúng quy định của Nhà nước, nhất là chế độ tiền lương, BHXH, BHYT, BHLĐ, khám sức khỏe định kỳ và các phúc lợi xã hội khác... Chủ động tham gia, kiến nghị với lãnh đạo Học viện đề ra các giải pháp nhằm đảm bảo việc làm, quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng cho cán bộ, viên chức, người lao động.

Các hoạt động xây dựng “Văn hóa Học viện Nông nghiệp Việt Nam” được thực hiện tốt, bắt đầu từ những chính sách để người lao động sáng tạo, gắn bó với Học viện, thực hiện nhiều chính sách để người lao động được làm việc trong môi trường

năng động, sáng tạo, chuyên nghiệp, yêu thích, hứng thú với công việc hàng ngày và gắn bó với đơn vị; thực hiện giải quyết dứt điểm các ý kiến, kiến nghị liên quan đến người lao động.

3.2.4. Quan hệ công chúng trong người học

Học viện Nông nghiệp Việt Nam giao cho Đoàn Thanh niên Học viện tiếp tục là đơn vị triển khai các phong trào xung kích trong học tập, giảng dạy, nghiên cứu khoa học trong sinh viên. Hàng năm, Học viện đã tổ chức, phối hợp tổ chức, tham gia nhiều hội thảo, hội nghị khoa học, cuộc thi cấp Học viện như: Cuộc thi Olympic Tiếng Anh, Tin học, Cuộc thi nhà vô địch điểm A và nhà tăng tốc thần kỳ, Cuộc thi khởi nghiệp nông nghiệp...; tổ chức và phối hợp tổ chức các cuộc thi kiến thức văn hóa, xã hội, lịch sử nhằm tạo điều kiện cho sinh viên cố gắng phấn đấu trong học tập, bồi dưỡng kiến thức như: Cuộc thi Olympic Tiếng Anh, Olympic Tin học, Tìm hiểu lịch sử Đoàn TNCS Hồ Chí Minh, Tìm hiểu lịch sử Học viện Nông nghiệp Việt Nam... Đặc biệt, Học viện đã tổ chức chương trình “Nối vòng tay lớn” với sự tham gia của gần 200 sinh viên/1 năm nhằm mục đích để sinh viên khóa trước hỗ trợ sinh viên khóa sau nhập học, đăng ký tín chỉ, thủ tục hành chính,...

Từ năm 2020 đến nay, Học viện Nông nghiệp Việt Nam đã tổ chức 3 sự kiện Ngày hội việc làm, với sự tham gia của hơn gần 400 lượt doanh nghiệp, mang lại cơ hội việc làm cho gần 24.000 sinh viên. Tại ngày hội, ngoài sinh viên cuối khóa tìm được việc làm, sinh viên chưa ra trường cũng đã nắm bắt được xu hướng tuyển dụng trong tương lai, trang bị thêm kỹ năng xin việc, kỹ năng phỏng vấn, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng viết CV.

3.3. Thực trạng kiểm tra việc thực hiện hoạt động quan hệ công chúng của Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Học viện xây dựng kế hoạch kiểm tra, đánh giá giám sát hàng năm của các đơn vị thông qua Kế hoạch công tác thanh tra/giám sát, nghị quyết năm học, cho thấy công tác kiểm tra việc thực hiện hoạt động QHCC của Học viện Nông nghiệp Việt Nam

được thực hiện ở mức “Ít khi” với ĐBQ chung là 2,36. Cụ thể, hoạt động “Phân công lực lượng chuyên trách việc kiểm tra, đánh giá hoạt động truyền thông tại các đơn vị”, “Xây dựng kế hoạch kiểm tra, đánh giá theo tiến trình thời gian trong năm học”, “Triển khai thực hiện kế hoạch kiểm tra, đánh giá việc thực hiện hoạt động QHCC” tại các đơn vị được đánh giá ở mức “Ít khi” thực hiện, với ĐBQ là 2,04. Tiếp theo là hoạt động “Ban hành quy định, tiêu chuẩn, tiêu chí, mục tiêu, nội dung, phương pháp kiểm tra đánh giá kế hoạch hoạt động QHCC” và “Góp ý, điều chỉnh trong quá trình lập kế hoạch kiểm tra, đánh giá” được đánh giá ở mức độ thường xuyên hơn với ĐBQ là 2,57. Hoạt động được đánh giá thường xuyên nhất trong kiểm tra việc thực hiện hoạt động QHCC của Học viện là “Tổ chức tổng kết, báo cáo kết quả kiểm tra, đánh giá” và “Đưa ra những giải pháp phù hợp, rút ra bài học kinh nghiệm cho năm sau” với ĐBQ là 2,63.

Như vậy, Học viện Nông nghiệp Việt Nam đã thực hiện công tác kiểm tra việc thực hiện hoạt động QHCC. Học viện thực hiện đầy đủ các bước trong quy trình, có phân công lực lượng chuyên trách việc kiểm tra, đánh giá, xây dựng hệ thống quy định, tiêu chuẩn, tiêu chí, mục tiêu, nội dung, phương pháp kiểm tra đánh giá rõ ràng, cụ thể và có đề xuất những giải pháp phù hợp, rút ra bài học kinh nghiệm cho năm sau. Tuy nhiên, việc kiểm tra nên được tiến hành một cách thường xuyên, liên tục, diễn ra song song với các chức năng quản lý còn lại, đồng nghĩa với việc kiểm tra việc thực hiện hoạt động QHCC phải được kết hợp kiểm tra quá trình và kiểm tra kết quả. Điều này sẽ giúp cho việc

đo lường và đánh giá kết quả thực hiện được chính xác, khách quan.

5. Kết luận

Kết quả nghiên cứu đã cho thấy công tác quản lý QHCC của Học viện Nông nghiệp Việt Nam trong thời gian qua đã đạt được một số thành quả nhất định, đó là: 1) Xây dựng, lập kế hoạch hoạt động QHCC; 2) Đẩy mạnh các hoạt động QHCC tại Học viện như: QHCC trong truyền thông, QHCC trong tuyển sinh, QHCC trong cán bộ, công nhân, viên chức, QHCC trong người học; 3) Thực hiện công tác kiểm tra, đánh giá các hoạt động QHCC tại Học viện. Kết quả trong thời gian qua đã khẳng định hoạt động QHCC của Học viện Nông nghiệp Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển thương hiệu, hình ảnh Học viện và được xem là hoạt động trọng tâm tuyển sinh, đưa Học viện đến gần với công chúng, xã hội. Hoạt động này cần được Học viện quan tâm và đẩy mạnh trong thời gian tới.

Để nâng cao hiệu quả quản lý QHCC tại Học viện trong thời gian tới, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp, như: 1) Chuyên môn hóa chức năng và nhiệm vụ nhân sự Trung tâm QHCC và Hỗ trợ sinh viên; 2) Tổ chức bồi dưỡng, nâng cao nghiệp vụ cho đội ngũ chuyên viên; 3) Kiểm tra, đánh giá phát triển đa dạng các kênh truyền thông trong việc tổ chức thực hiện hoạt động QHCC; 4) Nâng cao hiệu quả kiểm tra hoạt động QHCC và đánh giá xếp loại đội ngũ chuyên viên; 5) Tăng cường chính sách, chế độ đãi ngộ phù hợp cho đội ngũ chuyên viên thực hiện hoạt động QHCC ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Alma Haris - Nigel Bennet (2004). Phương pháp lãnh đạo và quản lý nhà trường hiệu quả, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
2. Chính phủ (2011). Chiến lược phát triển Giáo dục 2011-2020, Hà Nội.
3. Trần Thị Hương (2022). Xu thế phát triển Giáo dục, Tài liệu dành cho học viên Cao học, Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh.

4. Jenes R.Gregory (2004). Xây dựng thương hiệu mạnh và thành công, Nxb Thống kê, Hà Nội.
5. Kotler (2007). Truyền thông marketing (marketing communication), Nxb Lao động Xã hội.

Ngày nhận bài: 12/7/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/7/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/8/2023

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN LAN HƯƠNG¹

2. NGUYỄN CÔNG TIỆP¹

3. LÊ THỊ DUNG¹

¹Học viện Nông nghiệp Việt Nam

MANAGING PUBLIC RELATION ACTIVITIES OF THE VIETNAM NATIONAL UNIVERSITY OF AGRICULTURE

● **NGUYEN LAN HUONG¹**

● **NGUYEN CONG TIEP¹**

● **LE THI DUNG¹**

¹Vietnam National University of Agriculture

ABSTRACT:

Public relations activities play an important role in supporting educational and training institutions to convey messages and popularize brands in society; receiving interaction and feedback to detect and handle arising problems; and contributing to enriching the reputation and brand of institutions. The Vietnam National University of Agriculture has carried out public relations activities in all aspects and has achieved some significant results. However, to further promote the effectiveness of public relations activities and meet the needs of society, it is necessary for the Vietnam National University of Agriculture to evaluate its public relations management. This study is to evaluate the current public relations management of the Vietnam National University of Agriculture and identify the factors affecting the university's public relations activities. Based on the study's findings, some solutions are proposed to help the Vietnam National University of Agriculture improve its public relations activities.

Keywords: public relation management, Vietnam National University of Agriculture.