

Nâng cao hiệu quả truyền thông thương hiệu qua mạng xã hội trong công tác tuyển sinh của Trường Đại học Bình Dương

Factors affecting the quality of training and development of employees working at small and medium enterprises belonging to the Ho Chi Minh city enterprise association

Danh Phi Phụng¹, Lê Hoàng Trân², Nguyễn Thị Hồng Phượng³, Võ Thị Thanh Nga⁴

¹Trường Đại học Bình Dương

²Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh

Tác giả liên hệ: Danh Phi Phụng. Email: dpphung@bdu.edu.vn

Tóm tắt: Sự phát triển nhanh chóng của các trường đại học tại Việt Nam đã tạo ra nhiều thách thức, đặc biệt là trong việc nâng cao chất lượng giáo dục và cạnh tranh giữa các trường. Bài viết này tập trung vào việc phân tích tình hình chiến lược truyền thông tại Trường Đại học Bình Dương. Dựa trên những phân tích đó, nhóm nghiên cứu đưa ra một số giải pháp nhằm cải thiện hiệu quả của chiến lược truyền thông thương hiệu để thu hút sinh viên của trường thông qua các nền tảng mạng xã hội.

Từ khóa: *Mạng xã hội; Truyền thông marketing; Truyền thông thương hiệu; Thương hiệu; Trường Đại học Bình Dương*

Abstract: The rapid development of universities in Vietnam has created numerous challenges, particularly in improving education quality and competition among institutions. This paper focuses on analyzing the communication strategy situation at Binh Duong University. Based on this analysis, the research team proposes several solutions to enhance the effectiveness of the communication strategy to attract students through social media platforms.

Keywords: *Binh Duong University; Brand communication; Branding; Marketing communication; Social media*