

Số: /QĐ-UBND

Bình Phước, ngày tháng năm 2024

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Đề án xây dựng, truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Bình Phước năm 2024, 2025 và tầm nhìn đến năm 2030

CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19/6/2015;

Căn cứ Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 22/11/2019;

Căn cứ Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/6/2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới;

Căn cứ Nghị định số 72/2015/NĐ-CP ngày 07/9/2015 của Chính phủ về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại;

Thực hiện Công văn số 765/BTTTT-TTĐN ngày 10/3/2023 của Bộ Thông tin và Truyền thông về thúc đẩy công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới;

Thực hiện Kế hoạch số 64-KH/TU ngày 15/02/2022 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền, giáo dục chính trị, tư tưởng trên địa bàn tỉnh, giai đoạn 2022-2025; Thông báo số 1967-TB/TU ngày 28/3/2024 của Tỉnh ủy về Kết luận của Ban Thường vụ Tỉnh ủy tại Phiên họp thứ 06/2024;

Theo đề nghị của Sở Thông tin và Truyền thông tại Tờ trình số 37/TTr-STTTT ngày 09/4/2024.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Đề án xây dựng, truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Bình Phước năm 2024, 2025 và tầm nhìn đến năm 2030 (kèm theo Đề án).

Điều 2. Thủ trưởng các sở, ban, ngành, Chủ tịch UBND các huyện, thị xã, thành phố và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này kể từ ngày ký./.

Nơi nhận:

- TTTU, TT HĐND tỉnh;
- CT, các PCT UBND tỉnh;
- BTT UBMTTQ VN tỉnh;
- Sở Thông tin và Truyền thông;
- Như Điều 2;
- VPUB: LĐVP, các Phòng;
- Lưu: VT, PVX (Nga.VB250b/24).

**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**

Trần Tuyết Minh

ĐỀ ÁN

**Xây dựng, truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Bình Phước
năm 2024, 2025 và tầm nhìn đến năm 2030**

(Ban hành kèm theo Quyết định số /QĐ-UBND
ngày tháng năm 2024 của Chủ tịch UBND tỉnh)

Phần I

TỔNG QUAN VỀ ĐỀ ÁN

I. SỰ CẦN THIẾT VÀ CĂN CỨ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN**1. Sự cần thiết xây dựng Đề án**

Bình Phước là tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ, có vị trí địa lý chiến lược, nằm trong vùng kinh tế trọng điểm, là cửa ngõ kết nối, giao lưu kinh tế, văn hóa, xã hội của vùng Đông Nam Bộ với Tây Nguyên và Vương quốc Campuchia... Những năm qua, Bình Phước có nhiều thành tựu phát triển trên tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội. Cấp ủy, chính quyền các cấp của tỉnh đã và đang có nhiều chủ trương, giải pháp đẩy nhanh sự phát triển của tỉnh; trong đó, chú trọng thu hút đầu tư, cơ cấu lại nền kinh tế, lựa chọn ngành, lĩnh vực trọng tâm để đầu tư hiệu quả; nâng cao vai trò quản lý của Nhà nước; đầu tư các lĩnh vực xã hội nâng cao đời sống văn hóa, tinh thần cho Nhân dân. Bình Phước có nhiều khu, điểm du lịch với cảnh thiên nhiên đẹp; nhiều di tích lịch sử cách mạng nổi tiếng được xếp hạng di tích cấp quốc gia đặc biệt, cấp quốc gia, cấp tỉnh phù hợp để phát triển các loại hình du lịch về nguồn, du lịch sinh thái,...

Hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương được tỉnh quan tâm triển khai thực hiện, đạt nhiều kết quả tốt. Song nhìn chung, truyền thông quảng bá của tỉnh còn hạn chế, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển; chưa có những hình ảnh, biểu tượng, sản phẩm mang bản sắc riêng; thông tin về chính sách thu hút đầu tư, tiềm năng, thế mạnh, hình ảnh con người và vùng đất xinh đẹp Bình Phước ra ngoài tỉnh và nước ngoài chưa nhiều,... Do vậy, việc xây dựng, ban hành Đề án **“Xây dựng, truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Bình Phước năm 2024, 2025 và tầm nhìn đến năm 2030”** là cấp bách và cần thiết.

2. Căn cứ xây dựng Đề án

a) Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/6/2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới.

b) Nghị định số 72/2015/NĐ-CP ngày 07/9/2015 của Chính phủ về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại.

c) Quyết định số 1489/QĐ-TTg ngày 24/11/2023 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tỉnh Bình Phước thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

d) Công văn số 765/BTTTT-TTĐN ngày 10/3/2023 của Bộ Thông tin và Truyền thông về thúc đẩy công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới.

e) Kế hoạch số 64-KH/TU ngày 15/02/2022 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền, giáo dục chính trị, tư tưởng trên địa bàn tỉnh, giai đoạn 2022-2025.

g) Nghị quyết số 14/NQ-TU ngày 20/11/2023 của Tỉnh ủy về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Bình Phước đến năm 2030, định hướng đến năm 2045.

h) Từ thực trạng công tác xây dựng, truyền thông quảng bá hình ảnh của tỉnh thời gian qua và yêu cầu cần đẩy mạnh công tác truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương phục vụ thu hút đầu tư, thu hút lao động, phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo quốc phòng, an ninh trên địa bàn tỉnh từ nay đến năm 2030.

II. PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG ĐỀ ÁN, KHÁI NIỆM HÌNH ẢNH ĐỊA PHƯƠNG

1. Phạm vi Đề án

Phạm vi của Đề án là xây dựng hình ảnh và tuyên truyền, quảng bá hình ảnh tích cực, tốt đẹp, độc đáo, hấp dẫn, ấn tượng về tỉnh Bình Phước.

2. Đối tượng của Đề án

- a) Các doanh nghiệp, nhà đầu tư trong và ngoài nước.
- b) Đội ngũ trí thức, văn nghệ sĩ trong và ngoài nước.
- c) Công nhân, người lao động trong và ngoài tỉnh.
- d) Công chúng trong và ngoài nước.

3. Khái niệm hình ảnh địa phương

Hình ảnh địa phương trong Đề án này được hiểu theo Công văn số 532/BTTTT-TTĐN ngày 21/02/2022 của Bộ Thông tin và Truyền thông hướng dẫn thực hiện thí điểm truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài, theo đó: *Hình ảnh quốc gia, hình ảnh địa phương là “một hình ảnh tổng thể hay tổng hòa những ấn tượng về một quốc gia hay một địa phương được hình thành từ những yếu tố khác nhau như: sự phát triển kinh tế và xã hội, các giá trị về văn hoá, lịch sử, các sản phẩm... của quốc gia hay địa phương đó”.*

Phần II

THỰC TRẠNG XÂY DỰNG VÀ TRUYỀN THÔNG QUẢNG BÁ HÌNH ẢNH TỈNH BÌNH PHƯỚC

I. HÌNH ẢNH, THƯƠNG HIỆU BÌNH PHƯỚC

1. Thế mạnh tác động đến hình ảnh, thương hiệu Bình Phước

- *Vị trí chiến lược, kết nối vùng lân cận:* Tọa lạc gần biên giới Campuchia và các tỉnh phía Nam, Bình Phước có vị trí địa lý chiến lược, giữ vai trò quan trọng

trong hành lang kinh tế mới, là 01 trong 08 tỉnh của Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, là cửa ngõ giao lưu kinh tế, văn hóa, xã hội giữa Đông Nam Bộ, đồng bằng Sông Cửu Long với Tây Nguyên và với quốc tế, đặc biệt với Campuchia, Lào, Thái Lan.

- *Tài nguyên thiên nhiên phong phú:* Đến cuối năm 2023, tổng diện tích đất lâm nghiệp của tỉnh, gồm đất có rừng và chưa có rừng là 171.829,52 ha. Tiềm năng khoáng sản: theo báo cáo điều tra tài nguyên khoáng sản tỉnh Bình Phước do Liên đoàn Địa chất bản đồ miền Nam thực hiện thì năm 2000, trên địa bàn tỉnh đã phát hiện 91 mỏ, điểm quặng, điểm khoáng hóa với 20 loại khoáng sản thuộc 04 nhóm: vật liệu xây dựng, kim loại, phi kim loại và nhóm nguyên liệu. Trong đó, nguyên vật liệu xây dựng, kaolin, đá vôi... là loại khoáng sản có triển vọng và quan trọng nhất của tỉnh.

- *Chế biến lâm sản phát triển:* Tỉnh hiện có khoảng 300 cơ sở chế biến gỗ (trong đó 96 doanh nghiệp có quy mô lớn bao gồm 10 doanh nghiệp FDI). Đầu tư nước ngoài (Hàn Quốc, Đài Loan, Malaysia, Trung Quốc) vào tỉnh trong hoạt động chế biến gỗ ngày càng tăng. Tập đoàn Dongwha VRG trên địa bàn đầu tư quy mô được xếp hạng lớn nhất Đông Nam Á với công nghệ hiện đại. Đặc biệt, trên địa bàn tỉnh đã hình thành cụm ngành gỗ theo chuẩn quốc tế tham gia từ trồng, khai thác và chế biến, nhập khẩu, chế biến và sản xuất các sản phẩm gỗ xuất khẩu.

- *Nhiều ưu thế về nông nghiệp và chế biến nông sản:* Chế biến hạt điều trên địa bàn tỉnh đóng góp vào GRDP hằng năm khoảng 11%. Chế biến và xuất khẩu hạt điều được ưu đãi của nhà nước về thuế xuất nhập khẩu, thuế VAT, thuế thu nhập doanh nghiệp nên hằng năm ngành này đóng góp vào nguồn thu ngân sách tỉnh khoảng 14,0 tỷ đồng. Hiện, Bình Phước có khoảng 500 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực chế biến, xuất - nhập khẩu sản phẩm điều, chiếm 70% số doanh nghiệp và chiếm 50-80% năng lực chế biến hạt điều của cả nước. Sản phẩm hạt điều nhân của tỉnh được đánh giá là có chất lượng rất tốt, đã chinh phục được nhiều thị trường quốc tế khó tính.

- *Có tiềm năng về văn hóa và du lịch sinh thái:* Tỉnh có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch, nhưng vẫn còn một số điểm chưa được đầu tư khai thác đúng mức. Một số địa điểm du lịch thú vị như Trảng cỏ Bù Lạch, Sóc Bom Bo, Vườn Quốc gia Bù Gia Mập, Núi Bà Rá - Thác Mơ, Rừng nguyên sinh Tây Cát Tiên... Trong đó, Trảng cỏ Bù Lạch được ví như tuyệt tác của thiên nhiên với màu xanh bát ngát của trảng cỏ, thảm rừng, hồ nước tạo nên nét thơ mộng riêng biệt. Sóc Bom Bo thuộc địa phận xã Bình Minh, huyện Bù Đăng từ lâu đã được biết đến qua bài hát "Tiếng chày trên sóc Bom Bo" của nhạc sĩ Xuân Hồng; được hình thành từ những năm kháng chiến chống Mỹ và trải qua cùng thời gian, Sóc Bom Bo đã có nhiều biến đổi, nhưng vẫn giữ được nét đặc trưng riêng của đồng bào S'tiêng. Vườn Quốc gia Bù Gia Mập có tổng diện tích 26.032 ha, là nơi bảo tồn các nguồn gen quý hiếm của hệ động, thực vật và cây làm thuốc. Núi Bà Rá - Thác Mơ là một thắng cảnh đẹp nổi tiếng với dòng sông Bé uốn quanh co, với Thác Mẹ, Thác Mơ, rừng cây với hệ thực vật đa dạng phong phú được Bộ Lâm nghiệp (nay là Bộ Nông

nghiệp và Phát triển nông thôn) xếp vào hệ thống rừng đặc chủng của cả nước. Núi Bà Rá cao 732m, nằm nhô lên giữa một vùng đồi thấp phủ xanh cây cỏ. Rừng nguyên sinh Tây Cát Tiên thuộc địa phận huyện Bù Đăng và Đồng Phú, thuộc quần thể khu dự trữ sinh quyển Vườn quốc gia Cát Tiên - nơi bảo tồn hệ sinh thái nhiệt đới lớn nhất Việt Nam. Tây Cát Tiên là địa danh nằm trong quy hoạch phát triển du lịch của tỉnh, thuộc quần thể khu dự trữ sinh quyển Vườn quốc gia Cát Tiên được công nhận từ năm 1998.

- *Lực lượng lao động trẻ và nhiều tiềm năng*: Tỉnh có nguồn nhân lực dồi dào, dân số toàn tỉnh khoảng 01 triệu người, trong đó lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên là trên 617 ngàn người, chiếm tỷ lệ 61% so với dân số. Hiện tỉnh mới chỉ có khoảng 72.000 lao động làm việc tại các khu công nghiệp, khu kinh tế, trong đó 70% lao động trong tỉnh và 30% lao động ngoài tỉnh. Qua khảo sát, giai đoạn 2022- 2025, nhu cầu tuyển dụng lao động của doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh cần khoảng 160.000 lao động. Dân số Bình Phước hiện tại là dân số vàng, là nguồn lực quan trọng để phát triển kinh tế - xã hội. Đây có thể coi là lợi thế của Bình Phước so với các địa phương khác.

2. Thực trạng xây dựng hình ảnh, thương hiệu Bình Phước

Trong “bản đồ” thương hiệu địa phương tại Việt Nam, Bình Phước chưa thực sự nổi bật. Truyền thông quảng bá của tỉnh còn hạn chế, chưa thường xuyên; chưa có những hình ảnh, biểu tượng, sản phẩm mang bản sắc riêng, tiềm năng, thế mạnh chưa được nhiều người biết đến. Ít nội dung, câu chuyện sáng tạo và độc đáo khởi nguồn từ Bình Phước được chia sẻ trên mạng.

Kết quả khảo sát nhanh và kết quả do các công cụ AI phân tích, đo lường cho thấy mức độ nhận diện của thương hiệu Bình Phước khá hạn chế ở cả bên trong tỉnh lẫn cộng đồng bên ngoài. Khảo sát cho thấy tỉnh Bình Phước và các danh lam thắng cảnh của tỉnh chưa có địa điểm nằm trong danh sách địa điểm lựa chọn du lịch nổi bật đối với du khách và nhà đầu tư.

Về tần suất xuất hiện của thương hiệu Bình Phước trên mạng internet được các công cụ đánh giá thấp so với một số địa phương trong khu vực. Chỉ khảo sát riêng trên công cụ tìm kiếm Google, từ khóa Bình Phước được tìm thấy chỉ bằng 1/3 so với Bình Dương, 2/3 so với Tây Ninh, Đồng Nai...

Về mức độ tương tác của người dân, tỷ lệ người dân và cộng đồng địa phương tại Bình Phước tham gia tích cực trong việc chia sẻ thông tin và hình ảnh liên quan đến Bình Phước trên mạng, đặc biệt là mạng xã hội chưa cao và chưa thường xuyên như các địa phương khác. Đôi khi có những thông tin chia sẻ từ Bình Phước lại gắn với các thông tin, sự cố tiêu cực.

II. HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG QUẢNG BÁ

Trong thời gian qua, công tác xây dựng và quảng bá hình ảnh của tỉnh được các cơ quan, đơn vị, địa phương triển khai trên nhiều lĩnh vực, đạt được một số kết quả đáng ghi nhận. Qua theo dõi trên môi trường báo chí, mạng xã hội, chỉ riêng năm 2023 đã có trên 50.000 lượt tin viết về Bình Phước, với lượng thông tin tích cực chiếm đa số. Nhiều sự kiện, hoạt động lớn được tỉnh đăng cai, tổ chức, thu hút

sự quan tâm của công chúng như Lễ kỷ niệm 50 năm giải phóng huyện Lộc Ninh, 50 năm chiến thắng Chốt chặn Tàu Ô, 45 năm con đường tiến tới đánh đổ chế độ diệt chủng Pol Pot Của Thủ tướng Vương quốc Campuchia Hun Sen tại tỉnh Bình Phước, gặp gỡ hữu nghị và hợp tác nhân dân Việt Nam - Campuchia lần thứ 5 năm 2022 tại Bình Phước, Giải vô địch quốc gia Việt dã leo núi “Chinh phục đỉnh cao Bà Rá” (tháng Giêng hằng năm). Đầu tư xây dựng, tôn tạo một số khu di tích có quy mô lớn (Khu di tích Tà Thiết, Sóc Bom Bo,...); duy trì tổ chức và phục dựng một số lễ hội (Lễ hội Miếu Bà Rá ở thị xã Phước Long, Lễ hội chơi trâu huyện Hớn Quản, Lễ hội Phá bầu của người Khmer Bình Phước ở huyện Lộc Ninh, Phục dựng Lễ hội mừng lúa mới của người S’tiêng ở Bình Phước...). Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến đầu tư tại nước ngoài; quảng bá tiềm năng, thế mạnh của tỉnh bằng nhiều hình thức... Qua đó, góp phần thu hút đầu tư trong và ngoài nước; thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo nguồn thu ổn định cho tỉnh hằng năm; bước đầu định vị được hình ảnh của tỉnh trong một bộ phận công chúng, doanh nghiệp.

Tuy nhiên, quá trình thực hiện vẫn còn những khó khăn, hạn chế, như: Mức độ nhận diện từ một số Bộ, ngành Trung ương, địa phương trong và ngoài nước về Bình Phước chưa cao, chưa thật sự ấn tượng; chưa xây dựng được nhiều sản phẩm, thương hiệu đặc trưng riêng có của Bình Phước để phân biệt, nhận diện với các địa phương khác; việc xác định tiềm năng, thế mạnh của Bình Phước để khai thác, quảng bá còn hạn chế; hoạt động xúc tiến đầu tư thường xuyên được triển khai nhưng hiệu quả chưa cao, chưa thu hút được nhiều doanh nghiệp “đầu đàn” về với Bình Phước; khách du lịch đến Bình Phước hằng năm còn khiêm tốn.

Nguyên nhân của hạn chế: Nhận thức của một số cấp ủy, chính quyền về vấn đề này có lúc chưa đầy đủ; tỉnh chưa có một kế hoạch tổng thể, xuyên suốt; việc quảng bá còn ở mức độ nhỏ, lẻ ở cấp sở, ngành, chưa đồng bộ, quy mô chưa lớn; nguồn lực đầu tư cho hoạt động quảng bá chưa đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ, chủ yếu là nguồn kinh phí chi cho hoạt động hằng năm của các sở, ngành; chưa xây dựng được hệ thống dữ liệu để phục vụ quảng bá hình ảnh tỉnh...

Việc xây dựng, triển khai Đề án “Xây dựng, truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Bình Phước năm 202, 2025 và tầm nhìn đến năm 2030” sẽ góp phần khắc phục những khó khăn, hạn chế trong công tác thông tin, tuyên truyền và tăng cường, đẩy mạnh quảng bá về tỉnh. Qua đó, triển khai thực hiện đồng bộ các giải pháp về công tác xây dựng thương hiệu, sản phẩm đặc trưng, tuyên truyền, vận động tạo sự thống nhất cao trong toàn Đảng bộ và hệ thống chính trị, sự đồng thuận của các tầng lớp Nhân dân trong tỉnh, là nhiệm vụ quan trọng để thực hiện thắng lợi các mục tiêu Nghị quyết Đại hội đảng bộ các cấp, nhất là Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XI, nhiệm kỳ 2020-2025 đã đề ra.

Phần III

QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU, NỘI DUNG VÀ CHỦ ĐỀ

TRUYỀN THÔNG QUẢNG BÁ TRỌNG TÂM

I. QUAN ĐIỂM

1. Xây dựng và tuyên truyền, quảng bá hình ảnh tỉnh Bình Phước phục vụ sự phát triển chung của tỉnh là một trong những nhiệm vụ chính trị quan trọng, là

trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, của cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, đoàn viên, hội viên và người dân, trong đó các cơ quan nhà nước giữ vai trò chủ trì triển khai thực hiện.

2. Việc xây dựng và tuyên truyền, quảng bá hình ảnh phải gắn với chiến lược phát triển của tỉnh đến năm 2030, tầm nhìn 2045; đồng thời phải bám sát chỉ đạo, hướng dẫn của Trung ương, phù hợp với tình hình địa phương, nằm trong tổng thể xây dựng hình ảnh quốc gia.

3. Truyền thông toàn diện, trong đó tập trung truyền thông về các ngành, lĩnh vực quan trọng; mỗi lĩnh vực có đối tượng mục tiêu, nội dung và hình thức truyền thông phù hợp, được xác định cụ thể trong kế hoạch triển khai thực hiện Đề án của các cơ quan được giao nhiệm vụ. Xây dựng hình ảnh tỉnh Bình Phước ***năng động, hiện đại, hiệu quả, bền vững***, là ***“điểm đến hấp dẫn”*** của Vùng Đông Nam Bộ,... nhằm quảng bá, tạo ấn tượng tốt đẹp nhiều hơn về tỉnh đến các Bộ, ngành Trung ương, người dân, doanh nghiệp trong và ngoài nước.

4. Truyền thông quảng bá liên tục, thường xuyên, tăng cường, bằng nhiều hình thức phong phú, đa dạng; bao gồm báo chí, mạng xã hội, trang thông tin điện tử, kết hợp với các sự kiện lớn, khách du lịch; phát huy phương tiện truyền thông của tỉnh, đồng thời phối hợp chặt chẽ các kênh truyền thông trong nước và một số kênh truyền thông nước ngoài.

5. Công tác xây dựng và quảng bá hình ảnh của tỉnh đồng thời là một kênh đầu tư, đóng góp tích cực, rõ rệt, tác động một phần quan trọng vào quá trình thu hút đầu tư, du lịch và lao động.

6. Tăng cường nguồn lực nhà nước, khuyến khích huy động nguồn lực xã hội hóa, nguồn lực từ trong và ngoài tỉnh để truyền thông quảng bá hình ảnh Bình Phước hiệu quả. Liên tục cập nhật và đánh giá hiệu quả kế hoạch, nội dung thực hiện để có điều chỉnh phù hợp, kịp thời nhằm đạt kết quả cao nhất.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Xây dựng, truyền thông quảng bá hình ảnh Bình Phước nhằm tạo dựng được hình ảnh tích cực về Bình Phước trong toàn xã hội và bạn bè quốc tế, giúp doanh nghiệp, nhà đầu tư, khách du lịch trong và ngoài nước dễ dàng nhận biết về Bình Phước trên các phương tiện thông tin, diễn đàn, các sự kiện trong tỉnh, khu vực, trong và ngoài nước, góp phần tích cực vào hoàn thành các mục tiêu, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội.

2. Mục tiêu cụ thể

a) Đến năm 2025

- Cơ bản tạo ra được hệ thống nhận diện về hình ảnh tỉnh Bình Phước đặc trưng, bản sắc và được truyền tải trên các phương tiện truyền thông đại chúng trong và ngoài nước; giúp cho doanh nghiệp, nhà đầu tư, người dân trong nước, quốc tế dễ dàng nhận biết về Bình Phước.

- Bước đầu có chuyển biến tích cực trong việc xây dựng và phát triển được hình ảnh về Bình Phước là điểm đến hấp dẫn của du khách, nhà đầu tư trong và ngoài nước; hình ảnh một tỉnh năng động, phát triển nhanh và bền vững, có nhiều triển vọng phát triển; chất lượng cuộc sống cho người dân được nâng cao, thu hẹp khoảng cách giữa nông thôn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số, vùng sâu, vùng biên giới với đô thị trong tỉnh; tăng cường kết nối vùng; tích cực xây dựng chính quyền điện tử, đô thị thông minh, từng bước chuyển dần sang chính quyền số.

b) Đến năm 2030

- Cơ bản xây dựng và phát triển được hình ảnh về Bình Phước là điểm đến hấp dẫn; tiếp tục xây dựng chính quyền Bình Phước thân thiện, cầu thị, minh bạch, mang tinh thần phục vụ Nhân dân, luôn đồng hành cùng các doanh nghiệp với nhiều chính sách ưu đãi thu hút đầu tư, thủ tục thông thoáng,...

- Là địa phương phát triển bền vững với các thương hiệu, sản phẩm chủ lực là chăn nuôi, hạt điều, cao su, sản phẩm từ gỗ,... Các mô hình canh tác hiện đại, ứng dụng công nghệ cao, liên kết chuỗi giá trị, tạo ra lợi thế cạnh tranh và giá trị gia tăng cao cho các sản phẩm công nghiệp, nông nghiệp.

- Xây dựng hình ảnh Bình Phước trở thành nơi đáng sống, có môi trường sống trong lành, an toàn, văn minh; văn hóa Bình Phước **đa dạng, bản sắc và hội nhập**, vừa đậm đà giá trị văn hóa của dân tộc, vừa giàu bản sắc của địa phương; con người Bình Phước với đầy đủ những phẩm chất tốt đẹp của con người Việt Nam, đồng thời có những đặc tính nổi trội là **hòa hợp, nghĩa tình, tự cường, kỷ cương, sáng tạo** theo Nghị quyết số 14/NQ-TU ngày 20/11/2023 của Tỉnh ủy về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Bình Phước đến năm 2030, định hướng đến năm 2045.

III. NỘI DUNG VÀ CHỦ ĐỀ QUẢNG BÁ TRỌNG TÂM

1. Nội dung truyền thông quảng bá chung

a) Tiềm năng, thế mạnh, cơ hội việc làm, các chính sách phát triển, nhất là chính sách thu hút đầu tư; trong đó nhấn mạnh quyết tâm chính trị cao của tỉnh trong thu hút đầu tư, quan tâm, hỗ trợ tốt nhất cho doanh nghiệp thông qua “04 nền tảng”: hạ tầng tốt, nhân lực tốt, chính sách tốt, dịch vụ công tốt.

b) Những dấu ấn nổi bật trên các lĩnh vực phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo quốc phòng, an ninh, công tác đối ngoại.

c) Các sản phẩm thế mạnh, đặc trưng, tiêu biểu, chất lượng cao trên lĩnh vực nông nghiệp, công nghiệp, dịch vụ của tỉnh.

d) Những giá trị lịch sử, văn hóa, thiên nhiên, con người Bình Phước.

e) Kết quả nổi bật trong xây dựng Đảng bộ và hệ thống chính trị tỉnh.

2. Nội dung cần tập trung quảng bá theo từng nhóm đối tượng

a) Nhóm các doanh nghiệp trong và ngoài nước: Trọng tâm quảng bá về tiềm năng đầu tư và hợp tác tại tỉnh; cam kết của chính quyền để đồng hành cùng

doanh nghiệp (các chính sách thu hút đầu tư của tỉnh; việc đẩy mạnh cải cách hành chính; xây dựng chính quyền điện tử, năng động và sáng tạo,...).

b) Nhóm trí thức, văn nghệ sĩ trong và ngoài nước: Tuyên truyền đồng bộ trên tất cả các lĩnh vực, chú trọng phát huy tính chủ động, sáng tạo của đội ngũ này để tạo ra các sản phẩm phục vụ tuyên truyền (các bài viết, thơ, văn, âm nhạc, hội họa... về chủ đề quê hương, con người Bình Phước).

c) Nhóm công nhân, người lao động trong và ngoài tỉnh: Trọng tâm quảng bá về cơ hội việc làm, chính sách nhà ở xã hội, giáo dục, môi trường sống,...

d) Nhóm công chúng (trọng tâm là khách du lịch ngoài tỉnh, quốc tế, kiều bào): Truyền thông về những giá trị lịch sử, văn hóa, thiên nhiên, con người Bình Phước; các sản phẩm đặc trưng của tỉnh;...

3. Chủ đề truyền thông quảng bá

Truyền thông quảng bá có trọng tâm, trọng điểm, hiệu quả về tiềm năng, thế mạnh, chính sách phát triển, những dấu ấn nổi bật, hình ảnh tích cực, tốt đẹp, độc đáo, hấp dẫn, ấn tượng về tỉnh Bình Phước trên các lĩnh vực. Các nhiệm vụ truyền thông quảng bá đều có chủ đề riêng tương ứng. Mỗi năm tập trung, tăng cường truyền thông quảng bá theo một chủ đề lớn (chủ đề chính). Sở Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan tham mưu UBND tỉnh báo cáo Ban Cán sự Đảng UBND tỉnh đề trình xin ý kiến Thường trực Tỉnh ủy quyết định chủ đề lớn từng năm. Riêng chủ đề lớn năm 2024 là: **“Truyền thông quảng bá thu hút đầu tư phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bình Phước”**.

Phần IV

NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP, LỘ TRÌNH, KINH PHÍ THỰC HIỆN

I. NHIỆM VỤ

1. Truyền thông quảng bá về tiềm năng, thế mạnh, chính sách thu hút đầu tư và những dấu ấn nổi bật trong phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh

- *Cơ quan chủ trì:* Sở Kế hoạch và Đầu tư.

- *Cơ quan phối hợp:* Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh, các sở, ban, ngành liên quan và UBND các huyện, thị xã, thành phố.

- *Thời gian thực hiện:* Thực hiện thường xuyên và tập trung, tăng cường trong năm 2024 (là năm đã được xác định nội dung này là chủ đề lớn).

2. Đẩy mạnh truyền thông quảng bá văn hóa Bình Phước theo các nội dung trong Nghị quyết số 14-NQ/TU ngày 20/11/2023 của Tỉnh ủy về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Bình Phước đến năm 2030, định hướng đến năm 2045

- *Cơ quan chủ trì:* Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

- *Cơ quan phối hợp:* Các sở, ban, ngành; UBND các huyện, thị xã, thành phố và đơn vị liên quan.

- *Thời gian thực hiện:* Thường xuyên.

3. Xây dựng, truyền thông quảng bá các sản phẩm du lịch đặc trưng, tiêu biểu của tỉnh theo các chương trình, kế hoạch, đề án phát triển du lịch của tỉnh đã được ban hành; trong đó chú trọng các sản phẩm du lịch về nguồn, du lịch sinh thái, gắn với bảo vệ môi trường

- *Cơ quan chủ trì:* Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh, Sở Tài nguyên và Môi trường.

- *Cơ quan phối hợp:* Các sở, ban, ngành; UBND các huyện, thị xã, thành phố và đơn vị liên quan.

- *Thời gian thực hiện:* Thường xuyên.

4. Xây dựng, truyền thông quảng bá về phát triển và xây dựng thương hiệu các sản phẩm công nghiệp, nông nghiệp đặc trưng, tiêu biểu, chất lượng cao của tỉnh

- *Cơ quan chủ trì:* Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

- *Cơ quan phối hợp:* Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh; các sở, ban, ngành; UBND huyện, thị xã, thành phố và đơn vị liên quan.

- *Thời gian thực hiện:* Thường xuyên.

5. Xây dựng, truyền thông quảng bá về chuyển đổi số; làm nổi bật hình ảnh một địa phương với nỗ lực lớn, quyết tâm cao, năng động, sáng tạo, thích ứng nhanh với cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4

- *Cơ quan chủ trì:* Sở Thông tin và Truyền thông.

- *Cơ quan phối hợp:* Các sở, ban, ngành; UBND các huyện, thị xã, thành phố và đơn vị liên quan.

- *Thời gian thực hiện:* Thường xuyên.

6. Xây dựng, tuyên truyền về kết quả thực hiện cải cách hành chính nhà nước trên địa bàn tỉnh Bình Phước

- *Cơ quan chủ trì:* Sở Nội vụ.

- *Cơ quan phối hợp:* Các sở, ban, ngành; UBND các huyện, thị xã, thành phố và đơn vị liên quan.

- *Thời gian thực hiện:* Thường xuyên.

7. Xây dựng, truyền thông quảng bá hình ảnh xã hội đảm bảo an ninh, an toàn

- *Cơ quan chủ trì:* Công an tỉnh.

- *Cơ quan phối hợp:* Các sở, ban, ngành; UBND các huyện, thị xã, thành phố và đơn vị liên quan.

- *Thời gian thực hiện:* Thường xuyên.

8. Truyền thông quảng bá những dấu ấn nổi bật trên các lĩnh vực khác (do các cơ quan nhà nước theo lĩnh vực phụ trách chủ trì triển khai khi có những kết quả, dấu ấn nổi bật).

Trong các nhiệm vụ trên, 04 nhiệm vụ đầu tiên (từ mục 1 đến mục 4) là những nhiệm vụ trọng tâm, ưu tiên đẩy mạnh thực hiện. Các nhiệm vụ còn lại rất quan trọng, phải chú trọng thực hiện để góp phần tích cực tạo nên những ấn tượng tốt đẹp trong bức tranh tổng thể về Bình Phước.

II. GIẢI PHÁP, HÌNH THỨC TRUYỀN THÔNG QUẢNG BÁ

1. Xây dựng hình ảnh, khẩu hiệu mang tính định hướng tổng thể cho hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Bình Phước

a) Xây dựng hình ảnh đại diện: Chọn lựa một số hình ảnh thể hiện sự phát triển kinh tế - xã hội và tiềm năng đầu tư vào Bình Phước, gắn liền với hình ảnh Bình Phước hiện đại; đồng thời chọn lựa, xây dựng những điểm, khu vực cảnh đẹp, đặc trưng (như cảnh cây cao su, cây điều đẹp) để du khách thăm quan, check-in, lan tỏa. Thời gian hoàn thành: **quý III/2024**.

- *Cơ quan chủ trì*: Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

- *Cơ quan phối hợp*: Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Kế hoạch và Đầu tư, các sở, ban, ngành liên quan và UBND các huyện, thị xã, thành phố.

b) Xây dựng khẩu hiệu (slogan) bằng tiếng Việt, tiếng Anh thể hiện thông điệp và hình ảnh tổng thể của Bình Phước để định hướng xuyên suốt các hoạt động truyền thông quảng bá. Thời gian hoàn thành: **quý III/2024**.

c) Thiết kế biểu trưng (logo) tỉnh Bình Phước (thay thế logo hiện tại). Thời gian hoàn thành: **quý III/2024**.

- *Cơ quan chủ trì (tham mưu UBND tỉnh trình Ban Thường vụ Tỉnh ủy quyết định)*: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

- *Cơ quan phối hợp*: Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Ngoại vụ, Đài Phát thanh - Truyền hình và Báo Bình Phước, Hội Văn học nghệ thuật tỉnh, các sở, ban, ngành và UBND các huyện, thị xã, thành phố.

2. Truyền thông quảng bá qua báo chí

a) Tổ chức định hướng và cung cấp thông tin, truyền thông về hình ảnh của tỉnh cho báo chí trong và ngoài tỉnh.

b) Tổ chức họp báo, gặp gỡ lãnh đạo, phóng viên các cơ quan báo chí trong và ngoài tỉnh để truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Bình Phước.

c. Tăng cường tuyên truyền, quảng bá trên báo chí trong và ngoài tỉnh (báo in, báo điện tử, phát thanh, truyền hình) và các phương tiện thông tin đại chúng khác bằng các hình thức phù hợp, hiệu quả.

d) Hợp tác, đặt hàng sản xuất phim, phóng sự, video clip bằng nhiều thứ tiếng giới thiệu cảnh đẹp tự nhiên, cuộc sống các thành phần dân tộc, tiềm năng, thế mạnh, các phong tục, tập quán tốt đẹp và dự án phát triển của Bình Phước để đăng phát trên các cơ quan báo chí, phương tiện truyền thông trong và ngoài tỉnh.

e) 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 độc giả cao, có nhiều tác động đến công chúng, nhà đầu tư.

- *Cơ quan thực hiện và tham mưu thực hiện:* Sở Thông tin và Truyền thông; các sở, ban, ngành, UBND huyện, thị xã, thành phố thực hiện đối với nhiệm vụ được giao chủ trì và các công việc thuộc lĩnh vực phụ trách; đối với nội dung vượt thẩm quyền, Sở Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp đơn vị liên quan tham mưu cụ thể, đúng quy định.

- *Thời gian thực hiện:* Từ năm 2024.

3. Truyền thông quảng bá qua phương tiện truyền thông mới

a) Xây dựng các ấn phẩm điện tử, video clip, đồ họa thông tin độc đáo quảng bá các nội dung, nhiệm vụ nêu trên để đăng phát trên các nền tảng mạng xã hội hợp pháp.

- *Cơ quan thực hiện:* Các sở, ban, ngành, UBND huyện, thị xã, thành phố.

- *Thời gian thực hiện:* Từ năm 2024.

b) Truyền thông hình ảnh địa phương trên các công cụ tìm kiếm với tốc độ hiển thị hình ảnh địa phương nhanh nhất trên công cụ tìm kiếm. Xây dựng bộ từ khóa nhằm tối ưu hóa kết quả tìm kiếm ở các công cụ tìm kiếm trên Internet về tỉnh Bình Phước.

- *Cơ quan chủ trì:* Sở Thông tin và Truyền thông.

- *Cơ quan phối hợp:* Các sở, ban, ngành, UBND huyện, thị xã, thành phố.

- *Thời gian thực hiện:* Từ quý II/2024.

4. Truyền thông lồng ghép qua các sự kiện, chương trình lớn

a) Tiếp tục truyền thông lồng ghép trong Hội chợ trái cây và hàng nông sản tỉnh, sản phẩm công nghiệp hỗ trợ thường niên của tỉnh.

Cơ quan thực hiện: Hội Nông dân tỉnh, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, các sở, ban, ngành, UBND huyện, thị xã, thành phố.

Thời gian thực hiện: Hằng năm.

b) Truyền thông quảng bá thông qua việc tham gia một số sự kiện như: Testfest, Techmart, các sàn giao dịch online/offline, hội chợ, triển lãm quốc gia, quốc tế được tổ chức tại các tỉnh, thành trên cả nước để trưng bày, giới thiệu sản phẩm đặc trưng, tiêu biểu, chất lượng cao của tỉnh trên các lĩnh vực phù hợp với chủ đề, nội dung sự kiện.

Cơ quan thực hiện: Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh, Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ, các sở, ban, ngành, UBND huyện, thị xã, thành phố.

Thời gian thực hiện: Từ năm 2024.

c) Truyền thông quảng bá thông qua đẩy mạnh tổ chức các hội nghị xúc tiến đầu tư tại tỉnh, tại nước ngoài và các hoạt động hợp tác quốc tế.

- *Cơ quan thực hiện:* Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh.

- *Cơ quan phối hợp:* Sở Kế hoạch và Đầu tư, các sở, ban, ngành, UBND huyện, thị xã, thành phố, doanh nghiệp và các đơn vị có liên quan.

Thời gian tiếp tục thực hiện: Năm 2024.

d) Truyền thông quảng bá thông qua các sự kiện thể thao (Giải Việt dã leo núi chinh phục đỉnh cao Bà Rá, hoạt động Câu Lạc bộ bóng đá, bóng chuyền,...).

- *Cơ quan thực hiện:* Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

- *Cơ quan phối hợp:* Các sở, ban, ngành, UBND huyện, thị xã, thành phố, và các đơn vị, tổ chức có liên quan.

Thời gian thực hiện: Thường xuyên.

e) Truyền thông quảng bá qua **Lễ hội Quả điều vàng** và các lễ hội truyền thống, diễn đàn, sự kiện khác.

Cơ quan thực hiện: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các cơ quan, đơn vị chủ trì tổ chức hoặc được giao chủ trì tham mưu tổ chức.

Thời gian thực hiện: Khi có sự kiện.

5. Một số giải pháp, hình thức khác

a) Tiếp tục triển khai việc lựa chọn, thiết kế các loại quà tặng về đặc sản, sản phẩm văn hóa mang đậm dấu ấn Bình Phước, kết hợp tạo điểm nhấn truyền thông trực quan.

- *Cơ quan chủ trì:* Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

- *Cơ quan phối hợp:* Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, Sở Thông tin và Truyền thông, các sở, ban, ngành, UBND các huyện, thị xã, thành phố.

- *Thời gian hoàn thành:* **quý III/2024.**

b) Tổ chức các cuộc thi mang tính chất khám phá, đóng góp, hiến kế cho sự phát triển của tỉnh và công tác quảng bá (thi sáng tác phim ngắn, video clip, đồ họa thông tin, ca khúc, thơ, văn, nhiếp ảnh,...).

c) Truyền thông quảng bá trực quan tại các khu, điểm quảng cáo ngoài trời, điểm du lịch, các tuyến đường chính, nơi đông người,...

d) Chủ động liên hệ các hãng phim lớn để đưa bối cảnh thiên nhiên Bình Phước vào các tác phẩm điện ảnh có đầu tư lớn.

e) Các giải pháp, hình thức phù hợp khác.

Cơ quan thực hiện: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Thông tin và Truyền thông, Hội Văn học nghệ thuật tỉnh, các sở, ban, ngành, UBND huyện, thị xã, thành phố.

Thời gian thực hiện: Từ năm 2024.

III. LỘ TRÌNH THỰC HIỆN

1. Từ khi ban hành đến tháng 6/2024

- a) Triển khai, phổ biến Đề án; xây dựng kế hoạch, kinh phí thực hiện.
- b) Triển khai hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí, truyền thông.

2. Từ tháng 6/2024 đến năm 2025

Tổ chức thực hiện các nội dung của Đề án; sơ kết Đề án (tháng 5/2025, phục vụ xây dựng Báo cáo chính trị Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XII).

3. Từ tháng 6/2025 đến năm 2030

Thực hiện Đề án theo định hướng sau sơ kết và theo các nội dung liên quan của Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XII; tổng kết vào tháng 5/2030, phục vụ xây dựng Báo cáo chính trị Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XII.

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Kinh phí thực hiện Đề án được bố trí từ dự toán ngân sách nhà nước theo phân cấp quản lý ngân sách hiện hành; huy động từ các nguồn lực xã hội hợp pháp khác theo đúng quy định của pháp luật.

2. Hằng năm, các cơ quan, đơn vị xây dựng kế hoạch triển khai cụ thể, lồng ghép kinh phí vào các chương trình, dự án của các đơn vị thực hiện Đề án trong khả năng cân đối ngân sách.

Phần V TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Đề nghị Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy: Quan tâm chỉ đạo, định hướng truyền thông và trực tiếp tham gia, hỗ trợ các hoạt động truyền thông quảng bá theo nội dung Đề án.

2. Đề nghị các Ban Xây dựng Đảng của Tỉnh ủy, Thường trực cấp ủy huyện và tương đương: Quan tâm chỉ đạo triển khai, bố trí, huy động nguồn lực thực hiện Đề án tại địa phương, đơn vị mình.

3. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc, Hội Nông dân và các đoàn thể chính trị - xã hội tỉnh: Quan tâm triển khai Đề án bằng các hình thức phù hợp, đẩy mạnh chia sẻ thông tin truyền thông về hình ảnh Bình Phước trên mạng xã hội hợp pháp.

4. Các sở, ban, ngành, UBND các huyện, thị xã, thành phố

a) Căn cứ nhiệm vụ được giao, xây dựng kế hoạch thực hiện Đề án (hoàn thành và gửi về Sở Thông tin và Truyền thông sau 01 tháng - kể từ ngày Đề án được ban hành); chủ động có giải pháp huy động nguồn lực xã hội tham gia.

b) Tổng hợp báo cáo tiến độ thực hiện và gửi về Sở Thông tin và Truyền thông hằng quý (*trước ngày 20 của tháng cuối mỗi quý*), báo cáo sơ kết (*trước ngày 25/4/2025*), báo cáo tổng kết (*trước ngày 25/4/2030*).

c) Ngoài các nhiệm vụ trên ; các sở, ngành sau đây thực hiện nhiệm vụ:

- *Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch* : Chủ trì, phối hợp với Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh, các đơn vị liên quan tham mưu UBND tỉnh nội dung báo cáo Thường trực Tỉnh ủy xem xét, cho chủ trương phục hồi và duy trì Lễ hội Quả điều vàng và các Lễ hội khác phù hợp tình hình thực tế. Thời gian hoàn thành: ***trước tháng 6/2024***.

- *Sở Khoa học và Công nghệ*: chủ trì phối hợp với các sở, ban, ngành liên quan, UBND các huyện, thị xã, thành phố hướng dẫn xác lập và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm đặc trưng, tiêu biểu của tỉnh.

- *Sở Thông tin và Truyền thông*: Là Cơ quan Thường trực của Đề án, giúp UBND tỉnh điều phối các hoạt động của các cơ quan, đơn vị liên quan trong việc thực hiện Đề án; hằng năm, tổng hợp nhu cầu kinh phí thực hiện Đề án (từ nguồn ngân sách) của các cơ quan, đơn vị khối tỉnh; tham mưu UBND tỉnh xem xét, quyết định đối với kinh phí hợp tác tuyên truyền, quảng bá trên báo chí; nghiên cứu, có phương pháp đo lường sức lan tỏa, hiệu quả của Đề án; hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra, tổng hợp báo cáo kết quả thực hiện Đề án theo định kỳ quy định.

Trong quá trình triển khai thực hiện nếu có vấn đề khó khăn, vướng mắc; các cơ quan, đơn vị kịp thời phản ánh về Sở Thông tin và Truyền thông để phối hợp giải quyết hoặc báo cáo, tham mưu UBND tỉnh xem xét, giải quyết cụ thể./.