

HỌC TẬP & SÁNG TẠO CÙNG THẾ GIỚI

LÀ ĐƠN VỊ CÓ CƠ CHẾ HOẠT ĐỘNG ĐẶC BIỆT TRỰC THUỘC ĐHQGHN VÀ ĐẦU MỐI HỢP TÁC QUỐC TẾ VỀ ĐÀO TẠO VÀ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC GIỮA ĐHQGHN VỚI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC CHẤT LƯỢNG CAO THẾ GIỚI, KHOA QUỐC TẾ ĐÃ KHẲNG ĐỊNH ĐƯỢC “THƯƠNG HIỆU” CỦA MÌNH. BẢN TIN ĐHQGHN ĐÃ CÓ CUỘC TRAO ĐỔI VỚI GS.TSKH NGUYỄN TRỌNG DO, CHỦ NHIỆM KHOA QUỐC TẾ, VỀ MÔ HÌNH HOẠT ĐỘNG ĐẦY NĂNG ĐỘNG NÀY.

Mới đây, Khoa Quốc tế đổi logo biểu tượng của Khoa, tại sao lại có sự thay đổi này thưa ông?

Thực tế thì Khoa Quốc tế chưa bao giờ ban hành logo chính thức. Logo cũ được tuyển chọn từ chương trình thi sáng tác biểu tượng của Khoa cách đây vài năm nhưng chúng tôi chưa thật ưng ý. Mới đây, Ban Chủ nhiệm Khoa quyết định thuê hẳn một công ty chuyên thiết kế các sản phẩm quảng cáo thiết kế lại logo của Khoa và ban hành vào đầu tháng 12 này. Logo mới có chữ IS (viết tắt của International School) màu vàng nằm trên nền là một cái khiên màu xanh, trên có cuốn sách. Cái khiên là biểu tượng cho sự che chở cho con người, cuốn sách biểu hiện cho tri thức bảo đảm cho thành công và cũng bảo vệ cho con người trong cuộc sống. Cái khiên và cuốn sách cũng rất hay được các trường đại học ở Âu Châu và Bắc Mỹ sử dụng làm logo. Như vậy, với ý tưởng mới này, Khoa quốc tế cũng muốn khẳng định lại một lần nữa triết lý cũng như phương châm của Khoa: “Học tập và sáng tạo cùng thế giới”.

Có vẻ như Khoa quốc tế rất quan tâm đến vấn đề thương hiệu?

Có thể nói rằng Khoa quốc tế đã và đang phải thực hiện một cuộc cạnh tranh rất gay gắt với các trường đại học trong cả nước bởi vì các trường này cũng triển khai các chương trình liên kết quốc tế, sử dụng đội ngũ cán

bộ, cơ sở vật chất có sẵn. Ngoài ra, Khoa còn phải đóng góp thuế cho nhà nước như là một đơn vị kinh doanh dịch vụ 25% thuế thu nhập doanh nghiệp (trong khi các trường đại học, phổ thông... chỉ phải đóng 10%). Trong hoàn cảnh như thế, chúng tôi không có cách gì khác là phải làm chất lượng tốt, đúng chất lượng quốc tế và phải quảng bá thế nào để tuyển sinh được với mức học phí cao. Cho nên công tác quảng bá, truyền thông, tiếp thị... phục vụ cho tuyển sinh phải có hiệu quả thì mới có điều kiện để tồn tại và phát triển bền vững. Mới đây, chúng tôi cũng vừa mới đề nghị ĐHQGHN mở thêm một phòng mới, phòng “Hợp tác và Truyền thông” để thực sự chuyên nghiệp hóa, nâng cao chất lượng của công tác này. Thế nhưng, tiếp thị giáo dục hoàn toàn không giống như tiếp thị các sản phẩm vật chất thuần túy và các dịch vụ khác như là du lịch... Chúng tôi muốn xây dựng một nhóm công tác có tinh chất chuyên nghiệp để quảng bá tiếp thị giáo dục sao cho phù hợp với văn hoá, xã hội Việt Nam, nâng cao được chất lượng đầu vào và đảm bảo chất lượng, chuẩn giáo dục của các nước trong khu vực và trên thế giới.

Truyền thông và tiếp thị dường như vẫn còn là một công việc tương đối mới mẻ đối với giới đại học ở nước ta, theo ông, chúng ta sẽ được những lợi ích gì khi quan

tâm đến công tác này?

Truyền thông mà làm tốt thì sinh viên và học viên được hưởng lợi đầu tiên. Họ sẽ yên tâm, tin tưởng hơn vào chất lượng đào tạo và giá trị các văn bằng... Nhưng quan niệm về truyền thông của Khoa Quốc tế mang tính đặc thù. Chúng tôi cho rằng người làm truyền thông, tiếp thị tốt nhất cho Khoa Quốc tế không phải là báo chí, truyền hình, cán bộ tiếp thị mà chính là sinh viên và học viên. Cách truyền thông của chúng tôi trong sinh viên và học viên là làm thế nào chăm sóc cho họ thật tốt, tạo điều kiện tích cực để họ học tập thành công. Chính những học viên, sinh viên và phụ huynh ấy là những người làm công tác truyền thông tốt nhất cho Khoa Quốc tế. Vì vậy, trong việc truyền thông, quảng bá gây dựng thương hiệu chúng tôi nhằm vào đối tượng chính chính là sinh viên và học viên. Sinh viên và học viên Khoa quốc tế được quản lý, chăm sóc, tạo mọi điều kiện để học tập và có một cuộc sống thú vị dưới mái nhà chung của Khoa Quốc tế.

Khoa Quốc tế từ lâu áp dụng hình thức tuyển sinh mà các trường đại học nước ngoài hay làm đó là xét duyệt hồ sơ nhưng sau đó lại sàng lọc tức là có việc sinh viên bị loại, xin ông có thể phân tích rõ hơn về cách làm này?

Từ trước đến nay, chúng ta vẫn quen với việc là đã vào đại học thì sẽ tốt

KHOA QUỐC TẾ QUA NHỮNG CON SỐ

Số lượng các trường đối tác: 30

Số lượng giảng viên: 25 (trong đó: có 2 PGS, 1 TSKH, 8 TS, 6 Th.S)

Số lượng cán bộ: 73 (trong đó có 23 người thuộc biên chế ĐHQGHN).

Số lượng chương trình đào tạo: 15 chương trình đào tạo đại học và 4 chương trình sau đại học

Quỹ học bổng năm 2008 - 2009: khoảng 750 triệu đồng

Lương trung bình của cán bộ thuộc diện biên chế ĐHQGHN: 7,5 triệu đồng/ tháng; (b) của người lao động theo hợp đồng: 5,5 triệu đồng/ tháng

Số tiền đóng góp cho ĐHQGHN trong năm 2007, 2008: khoảng 300 triệu đồng/ năm



nghiệp và có bằng. Điều này dẫn đến việc nhiều em, sau khi vào đại học không tiếp tục chăm chỉ như trước và làm giảm chất lượng đào tạo. Khoa Quốc tế học tập và áp dụng hệ thống đảm bảo chất lượng của các đại học tiên tiến, trong đó có đánh giá liên tục và sàng lọc sinh viên trong quá trình đào tạo. Và nếu xét về chất lượng đào tạo có thể khẳng định rằng các chương trình đào tạo của Khoa Quốc tế có chất lượng cao. Dù chất lượng đầu vào chưa cao, nhưng hầu hết sinh viên sau khi tốt nghiệp đều có việc làm theo đúng ngành học, với thu nhập cao ngay sau khi tốt nghiệp.

Nhưng liệu phụ huynh và sinh viên có thích ứng được với cách làm này không?

Khoa Quốc tế tiến hành sàng lọc chủ yếu ở giai đoạn đầu trong khi các em đang học tiếng nước ngoài và một số môn khác, để hình thành các kĩ năng học tập và phương pháp học theo chương trình nước ngoài. Thống kê mới nhất của Khoa cho thấy số lượng sinh viên tốt nghiệp cuối khóa giảm đi đến 30%, thậm chí 50% số sinh viên lúc nhập học. Công việc này rất khó khăn vì nhìn chung chúng ta chưa quen, chưa hiểu và về cơ bản không muốn sàng lọc. Tất cả các trường công lập và dân lập về cơ bản không sàng lọc. Thông qua sàng lọc, chỉ những sinh viên có đủ trình độ về ngoại ngữ, chuyên môn, có phương pháp, tinh thần trách nhiệm mới có khả năng theo học được đến cùng. Sàng lọc là vì quyền lợi của người học, nên phụ huynh và sinh viên dần dần cũng thấu hiểu điều đó, chính vì vậy đã không thắc mắc và thực tế là dư luận cũng đã rất ủng hộ phương pháp này.

Trong một báo cáo mới đây, Khoa Quốc tế đã công bố quỹ học bổng của Khoa trong năm học 2007-2008 là 600 triệu đồng...?

Sơ với năm học trước, năm học 2008 – 2009 Quỹ học bổng sẽ tăng lên và đạt khoảng 750 triệu đồng. Như vậy, khoảng 10% sinh viên của Khoa sẽ được nhận 1 trong 5 mức học bổng: Chu Văn An (miễn học phí và được cấp 1,2 triệu đồng), Yersin (giảm 75%

ngữ này là như thế nào?

Chúng tôi có 2 nguồn giảng viên: một là giảng viên người nước ngoài của các trường đối tác, chịu trách nhiệm chính về nội dung đào tạo và kiểm tra đánh giá, nguồn thứ 2 là giảng viên Việt Nam do chúng tôi

thể của quá trình đào tạo. Để làm tốt được việc đó, chúng tôi đã có kế hoạch cụ thể cử cán bộ tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ. Toàn bộ chuyên viên quản lý chương trình từ nhóm trưởng trở lên đều được nước ngoài đào tạo.



SỐ LƯỢNG SINH VIÊN KHOA QUỐC TẾ QUA TỪNG NĂM HỌC

- Năm 2004: 71 sinh viên;
- Năm 2005: 220 sinh viên;
- Năm 2006: 722 sinh viên và 56 học viên cao học;
- Năm 2007: 997 sinh viên và 164 học viên cao học;
- Năm 2008: 1092 sinh viên và 303 học viên cao học

học phí), học bổng Tạ Quang Bửu... Từ năm học này, chúng tôi còn có một loại học bổng toàn phần mới cho những sinh viên thi đại học đạt từ 27 điểm trở lên trong suốt 4 năm đại học với điều kiện là không năm nào bị lưu ban. Ngoài ra, sinh viên của Khoa Quốc tế còn được nhận học bổng của các trường đối tác của Khoa ở nước ngoài.

Chính sách học bổng này đã tạo được những hiệu ứng như thế nào?

Chính sách học bổng của Khoa đã tạo nên một cuộc cạnh tranh lành mạnh. Học bổng có hạn, thi cử rất nghiêm túc, nước ngoài coi và chấm thi, cho nên sinh viên chỉ còn cách học thật tốt để được cấp học bổng và tích cực tham gia các phong trào mới được tập thể lớp bình bầu và có điểm ưu tiên. Việc xét học bổng được thực hiện dân chủ, công khai, tạo được niềm tin, động cơ học tập cho sinh viên.

Với chương trình đào tạo quốc tế và sự thiết kế đảm bảo chất lượng như vậy thì chắc chắn phải có một đội ngũ giảng viên đủ trình độ cả về chuyên môn lẫn ngoại ngữ. Chiến lược của Khoa đối với đội

tuyển chọn trong nước nhưng được các trường đối tác thẩm định và phê duyệt. Một số chương trình đào tạo cũng được điều chỉnh, bổ sung vừa đảm bảo chuẩn quốc tế vừa phù hợp với điều kiện thực tiễn của Việt Nam. Xin nêu một ví dụ, chương trình “Thạc sĩ chuyên ngành tài chính ngân hàng bảo hiểm (Việt Nam và Đông Nam Á)” được thiết kế bằng cách lấy một chương trình của Đại học Nantes (Cộng hoà Pháp) được các giảng viên, giáo sư, những chuyên gia trong hệ thống ngân hàng, bảo hiểm, tài chính Việt Nam đề xuất điều chỉnh và bổ sung. Chương trình đó được thiết kế cho Việt Nam nhưng được Bộ Giáo dục và Nghiên cứu Khoa học Cộng hoà Pháp phê chuẩn và cấp bằng chính quy. Với cách làm này, giảng viên Việt Nam không còn cách nào khác là phải không ngừng tự học hỏi và nghiên cứu để thích ứng được với yêu cầu và nhiệm vụ mới.

Thế còn đối với đội ngũ cán bộ hành chính và phục vụ?

Ngay từ đầu, chúng tôi vẫn luôn quan niệm rằng tất cả cán bộ của Khoa đều phải đặt quyền lợi của sinh viên lên trên, hết tôn trọng sinh viên, coi sinh viên là trung tâm và là đồng chủ

Đào tạo theo hình thức nào, thu ông?

Có 2 cách, một số đối tác có văn phòng đại diện tại Hà Nội thì họ sẽ đến tận Khoa để đào tạo cán bộ; hoặc là chúng tôi cử cán bộ sang trường đối tác theo các khóa học ngắn hạn. Ngoài ra cũng có nhiều học bổng dài hạn dành riêng cho cán bộ của Khoa, để đào tạo bậc thạc sỹ và tiến sỹ.

Cuối cùng, ông có thể cho biết triết lý của Khoa Quốc tế là gì?

Chúng tôi muốn xây dựng một cơ sở đào tạo đại học hiện đại đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động Việt Nam và thế giới, nhưng đồng thời cũng thực hiện ý tưởng “đại học khai hoá”, phát triển con người phát triển toàn diện và có tư duy độc lập, sáng tạo. Giảng viên và sinh viên không những tiếp thu kiến thức mà còn sản sinh ra tri thức đúng như phương châm của chúng tôi: “Học tập và sáng tạo cùng thế giới”.

>> PHẠM VĂN - MINH TRÍ
(thực hiện)