**NHỮNG NỘI DUNG CƠ BẢN TRONG CUỐN SÁCH**

**“ĐỊNH VỊ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở VIỆT NAM TRONG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG”**

**I. Thông tin khái quát về cuốn sách**

Cuốn sách:“Định vị phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam trong phát triển bền vững” do PGS, TS. Nguyễn Thị Thu Phương làm chủ biên, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia sự thật xuất bản năm 2023.

Cuốn sách gồm 03 phần và 06 chương:

*Phần Mở đầu*

*Phần thứ hai*: **Định vị**, gồm có 03 chương

Chương I: Công nghiệp văn hóa, phát triển bền vững và những chuyển biến

tại Việt Nam

Chương II: Các mô hình quốc tế và gợi mở về sự lựa chọn của Việt Nam

Chương III: Các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam trong phát triển bền

vững: thực tại và thách thức liên ngành

*Phần thứ ba:* **Những sáng kiến cho hiện tại và tương lai**, gồm có 03 chương

Chương IV: Thành phố sáng tạo: sự hội tụ và lan tỏa của các ngành công nghiệp văn hóa theo hướng bền vững

Chương V: Chỉ số văn hóa 2030 của UNESCO và những gợi mở cho Việt Nam về phát triển công cụ hoạch định chính sách công nghiệp văn hóa dựa trên các bằng chứng.

Chương VI: Đổi mới để phát triển bền vững

**II.** **Lý do chọn cuốn sách để giới thiệu**

Thứ nhất, đây là cuốn sách có giá trị để tham khảo, vận dụng vào các chuyên đề giảng dạy của môn Văn hóa và Phát triển. Cuốn sách phân tích đánh giá sâu sắc và toàn diện các vấn đề liên quan đến phát triển công nghiệp văn hóa. Từ các nguồn lực nội sinh, cho đến các chính sách phát triển công nghiệp văn hóa trong nước theo hướng bề vững. Đồng thời, tác giả còn nghiên cứu so sánh với các mô hình phát triển công nghiệp văn hóa của các nước đã đạt được nhiều thành tựu trong công nghiệp văn hóa, từ đó đưa ra các gợi ý con đường phát triển công nghiệp phát triển văn hóa cho Việt Nam hiện nay.

Thứ hai, công nghiệp văn hóa hiện nay là xu hướng phát triển kinh tế tri thức, là bước đột phá trong phát triển kinh tế đất nước. Đảng và Nhà nước ta ngày càng chú trọng và tạo mọi điều kiện trong phát triển công nghiệp văn hóa. Việc nghiên cứu, phân tích, đánh giá, tìm ra giải pháp để phát triển công nghiệp văn hóa theo hướng bền vững là đáp ứng yêu cầu của Đảng và cũng là trách nhiệm, nghĩa vụ của giảng viên trường Đảng.

Thứ ba, cuốn sách cung cấp phong phú các số liệu từ thực tiễn từ đó có thể phân tích và rút ra thực trạng, giải pháp cho con đường phát triển CNVH ở Việt Nam nói chung và các địa phương nói riêng.

Thứ tư, Học viện Chính trị khu vực I đã không ngừng chú trọng, đổi mới sáng tạo trong cách tiếp cận trong tổ chức giảng dạy, đào tạo CCLLCT theo định hướng trang bị phẩm chất kĩ năng cho người học, đảm bảo bản chất trường Đảng. Theo đó, việc nghiên cứu, nắm vững các quan điểm chủ trương, đường lối của Đảng, cơ sở pháp lý của Nhà nước về công nghiệp văn hóa để chuyển hóa vào nội dung, hoạt động tổ chức, giảng dạy, đào tạo được xem là một nhiệm vụ cở bản. Để đáp ứng yêu cầu này, việc năm vững cơ sở lý luận và nắm đượccác dữ liệu thực tiễn là một nội dung mang tính bắt buộc trong giảng dạy và đào tạo chuyên đề này, đồng thời là định hướng nghiên cứu khoa học, nghiên cứu lý luận quan trọng của Học viện. Cuốn sách đề cập các vấn đề lý luận mang tính nền tảng, trên một phạm vi rộng, có tính hệ thống, có tính thời sự, cập nhật. Cuốn sách có mang tính định hướng, cũng như góp phần nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác giảng dạy, nghiên cứu của Học viện Chính trị khu vực I.

**III.** **Nội dung cốt lõi của cuốn sách**

Cuốn sách có dung lượng 400 trang, các nội dung được triển khai thông qua 6 chương là 6 nội dung cơ bản, đã chia sẻ những góc nhìn khác nhau để tìm kiếm sự đồng thuận trong việc từng bước định vị sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam theo hướng phát triển bền vững và từ đó đưa ra những giải pháp cho thực tại cũng như tương lai trên nhiều phương diện. Những nội dung cơ bản được thể hiện trong cuốn sách như sau:

**Phần I:** Tác giả đưa ra những cơ sở lý luận, cụ thể là chủ trương đường lối của Đảng về công nghiệp văn hóa, để triển khai cuốn sách. Đầu tiên là *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được ban hành,* sự ra đời của Chiến lược chính là nỗ lực của Việt Nam trong công cuộc đổi mới thể chế nhằm tháo gỡ nút thắt, thay đổi nhận thức để hình thành nên một khung chính sách có khả năng tạo nên sự đổi thay và hội nhập theo hướng bền vững của các ngành công nghiệp văn hóa. Trong 6 năm triển khai Chiến lược, năm 2019, khi Hà Nội trở thành thành phố thiết kế sáng tạo của UNESCO ở lĩnh vực thiết kế, cho đến năm 2022, Việt Nam trở thành 1 trong số 12 quốc gia thí điểm thành công Bộ chỉ số văn hóa 2030 và các giải pháp liên quan phần nào xác nhận, những chủ thể của sự sáng tạo đã luôn kiên định trên hành trình tìm tiếng nói chung cho những giải pháp tạo nên sự đổi thay theo hướng bền vững và hội nhập có chiều sâu của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

**Phần II: ĐỊNH VỊ**

**Chương I: Công nghiệp văn hóa, phát triển bền vững và những chuyển biến tại Việt Nam**

Trong chương này tác giả làm rõ các khái niệm liên quan đến công nghiệp văn hóa, phát triển bền vững như sau:

1. **Văn hóa và sáng tạo:** Tiếp cận khái niệm về văn hóa của UNESCO, của Chủ tịch Hồ Chí Minh và đề cập đến phạm vi của văn hóa NQTW 5 khóa VIII được cụ thể trong 8 lĩnh vực lớn. Khái niệm văn hóa theo NQ số 33-NQ/TW Hội nghị lần thứ 9 BCH TW Đang khóa XI.
2. **Công nghiệp văn hóa, thị trường văn hóa, phát triển bền vững**

Công nghiệp văn hóa: Theo khái niệm của UNESCO: Công nghiệp văn hóa xuất hiện khi các hàng hóa và dịch vụ văn hóa được sản xuất và tái sản xuất, được lưu trữ và phân phối trên dây chuyền công nghiệp và thương mại, tức là quy mô lớn, phù hợp với chiến lược kinh tế hơn là phát triển văn hóa.

**II. Những chuyển biến trong quan điểm tiếp cận của Việt Nam**

Tập trung và sự phát triển tư duy lý luận về văn hóa của Đảng thông qua các văn bản, nghị quyết như sau:

- NQTW 5 khóa VIII (1998): Về “Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”: đánh dấu sự khởi đầu cho các quan điểm cởi mở và nhanh nhạy của Đảng về lĩnh vực văn hóa. Đây là thời điểm then chốt đặt ra tiền đề về cơ chế chính sách mới, có tính đột phá cho phép sự liên kết giữa hai lĩnh vực văn hóa và kinh tế. Điều này được cụ thế hóa bằng một số nghị quyết sau: Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020 (Ban hành kèm theo QĐ số 581/QĐ-TTg ngày 6/5/2009 của TT Chính phủ); NQ số 33-NQ/TW của HN lần thứ 9 BCH TW Đảng khóa XI về “Xây dựng và phát triển văn hóa, con người VN đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước”; Chiến lược phát triển các ngành CNVH VN đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 với mục tiêu chung nhằm phát triển 12 ngành văn hóa, sáng tạo.

Trong một số chính sách quan trọng về văn hóa, Đảng và Chính phủ VN cũng thể hiện rõ hướng tiếp cận này, văn hóa và sáng tạo được khẳng định:

- Là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực phát triển bền vững đất nước.

- Phát triển văn hóa, xây dựng con người hài hòa với phát triển kinh tế

- Là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu, vừa là động lực thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội.

**Chương II: Các mô hình quốc tế và sự gợi mở về lựa chọn của Việt Nam**

1. **Bối cảnh và các yếu tố quốc tế ảnh hưởng đến việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa**

Bối cảnh quốc tế ảnh hưởng tới sự phát triển của các ngành CNVH ở VN gồm 03 yếu tố:

1. Cơ cấu biến động về nhân khẩu học
2. Khuôn khổ của các tổ chức quốc tế
3. Sự phát triển của công nghệ số
4. **Các xu hướng quốc tế trong phát triển công nghiệp văn hóa**

***1. Mô hình và kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa của một số nước***

***trên thế giới***

*1.1. Kinh nghiệm của Pháp:* Tập trung vào pháp luật, cơ chế quản lý, các trung tâm quốc gia, mô hình quỹ, chế độ thuế và đào tạo.

*1.2. Kinh nghiệm của Anh:* Các nguồn lực và biện pháp tăng cường đầu tư văn hóa, giáo dực nghệ thuật, đẩy mạnh phát triển văn hóa số, sáng kiến danh hiệu “Thành phố văn hóa Vương quốc Anh”

*1.3. Kinh nghiệm của Hoa Kỳ:* Cơ chế tài chính, thuế, hiến tặng; công tác bản

quyền và sở hữu trí tuệ tại Hoa Kỳ

*1.4. Kinh nghiệm của Trung Quốc:* Pháp luật; Hiện trạng các ngành CNVH,

trong đó tăng vốn đầu tư cho văn hóa, coi trọng phát triển nguồn lực văn hóa và

thành lập các quỹ; chuyển đối số trong dịch vụ văn hóa công cộng

*1.5. Kinh nghiệm của Hàn Quốc:* Quan điểm của chính phủ HQ về phát triển

CNVH; các chuyển biến chính sách phát triển CNVH của HQ; thay đổi cơ chế

quản lý VH; thay đổi về cơ chế đầu tư tài chính; cơ sở dữ liệu thông tin về văn

hóa và nghệ thuật; đẩy mạnh hợp tác quốc tế về VH

**Chương III: Các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam trong phát triển bền vững: Thực tại và thách thức liên ngành**

**I. Những chuyển động tích cực về vai trò, vị thế từ sự đóng góp**

1. ***Công nghiệp văn hóa đóng góp cho sự tăng trưởng của kinh tế quốc gia và gia tăng lợi thế cạnh tranh thị trường theo hướng bền vững***

Đối với tăng trưởng kinh tế quốc gia: thị trường văn hóa phẩm xuất hiện hàng loạt các sản phẩm văn hóa đáp ứng yêu cầu văn hóa, thẩm mỹ, nghệ thuật của công chúng. Các kênh truyền thông truyền tải các giá trị văn hóa, nghệ thuật đến với công chúng cũng đa dạng và sinh động, đặc biệt thông qua truyền hình Internet.

1. ***Gia tăng giá trị cho các ngành khác trong và ngoài các ngành công nghiệp văn hóa***

Các ngành CNVH có tính liên ngành và bổ sung giá trị cao, đặc biệt là thông

qua lĩnh vực thiết kế, thiết kế với ngành thủ công mỹ nghệ, quảng cáo, trò chơi trực tuyến, phần mềm kiến trúc…

1. ***Góp phần tái tạo các thành phố, cải thiện cuộc sống đô thị, giảm khoảng***

***cách phát triển giữa các vùng và khu vực trong cả nước***

Tái tạo nhiều không gian sáng tạo, không gian văn hóa, các sự kiến, chương trình văn hóa tăng lên…Góp phần nâng cao đời sống tinh thần của người dân. Đồng thời, thông qua ngành CNVH, chúng ta có thể tiếp nhận được các sản phẩm văn hóa có chất lượng công nghệ cao của thế giới để đáp ứng nhu cầu hưởng thụ và giao lưu văn hóa của công chúng trong nước, gió phần nâng cao dân trí.

1. ***Bảo tồn, tái sinh và phát huy vai trò của các giá trị văn hóa truyền thống,***

***thủ công truyền thống***

Các di sản văn hóa và CNVH có mối quan hệ biện chứng với nhau, các di sản văn hóa là nguồn vốn để phát triển CNVH, ngược lại sự phát triển CNVH góp phần gìn giữ, bảo vệ phục hội và khai thác có hiệu quả các giá trị di sản văn hóa dân tộc.

1. ***Thúc đẩy hội nhập quốc tế và nâng cao vị thế đất nước***

CNVH đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy bản sắc văn hóa và hiện đại hóa đất nước: Một số ngành CNVH như điện ảnh, du lịch văn hóa… trong vòng 5 năm qua đã và đang đóng vai trò then chốt trong việc xây dựng và quảng bá thương hiệu quốc gia.

1. ***Góp phần thúc đẩy hòa nhập và cố kết xã hội***

Văn hóa và sáng tạo góp phần phát triển con người, đặc biệt là các nhóm yếu thế trong xã hội như phụ nữ, thanh niên, trẻ em khuyết tật, dân tộc thiểu số…Đồng thời, thúc đẩy sự cố kết và phát triển cộng đồng theo hướng bao trùm, hòa nhập xã hội.

**II*.* Những thách thức liên ngành để phát triển bền vững**

***1****.* ***Cơ chế chuyển hóa tài nguyên văn hóa thành các sản phẩm và dịch vụ văn hóa có khả năng cạnh tranh mạnh trên thị trường văn hóa chưa phát huy hết hiệu quả***

***2. Hạn chế trong hợp tác công – tư làm giảm năng lực khai thác hạ tầng cơ sở và huy động tài chính trên thị trường văn hóa***

*-*  Hợp tác công tư chưa được khai thác hiệu quả, chưa quyết liệt trong mở cửa và đầu tư thỏa đáng cho khu vực tư nhân. Bên cạnh đó là những thiếu hụt về kiến thức và kỹ năng cần thiết để vận hành hiệu quả trong cơ chế thị trường, dịch vụ văn hóa còn mang nặng tính bao cấp, thụ động, vai trò của thị trường với các quy luật cung – cầu, cạnh tranh vẫn chưa phát huy được tác dụng đầy đủ.

***3. Vi phạm bản quyền vẫn diễn ra phổ biến khiến thị trường văn hóa Việt Nam khó phát triển lành mạnh***

***4. Năng lực dự báo, hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, vấn đề về đạo tạo và quản lý nhân sự theo hướng tăng cường khả năng thích ứng với thị trường văn hóa còn hạn chế.***

**III*.* Một số ngành công nghiệp văn hóa – Bức tranh từ một số điểm nhìn**

***1****.* ***Công nghiệp điện ảnh Việt Nam***

***2. Du lịch văn hóa***

**Phần III: NHỮNG SÁNG KIẾN CHO HIỆN TẠI VÀ TƯƠNG LAI**

**Chương IV: Thành phố sáng tạo: Sự hội tụ và lan tỏa từ các ngàng công nghiệp văn hóa theo hướng bền vững**

**I. Mạng lưới các thành phố sáng tạo UNESCO: Khái niệm, tầm quan trọng và những đặc trưng**

***1. Khái niệm thành phố sáng tạo***

Theo UNESCO mạng lưới thành phố sáng tạo tập trung vào 7 lĩnh vực sáng tạo: thiết kế, âm nhạc, thủ công mỹ nghệ và nghệ thuật dân gian, ẩm thực, nghệ thuật điện ảnh và truyền thông.

***2. Tầm quan trọng của thành phố sáng tạo***

Các thành phố sáng tạo có thể sở hữu những đòn bẩy về thương hiệu để khiến chúng trở thành những tác nhân xúc tác cho sự thay đổi và được truyền cảm hứng từ các mục tiêu của chương trình nghị sự 2030 về phát triển bền vững của Liên Hợp quốc.

***3. Những đặc trưng của thành phố sáng tạo: Những đặc trưng chính***

- Vốn con người là yếu tố tiên quyết

- Sự đa dạng và độc đáo về văn hóa

- Xây dựng được hệ sinh thái sáng tạo

- Kết cấu hạ tầng phù hợp, có tính khả thi cho sự phát triển các ngành công nghiệp sáng tạo.

**II. Tầm nhìn và hành động: Những sáng kiến và sự lựa chọn đến từ các thành phố trên thế giới**

**III. Tiềm năng và cơ hội lan tỏa sáng kiến của UCCN tại Việt Nam**

***1. Thành phố thiết kế sáng tạo****:* Lựa chọn của Hà Nội

***2. Thành phố sáng tạo về thủ công mỹ nghệ và nghệ thuật dân gian – khát vọng hội tụ để lan tỏa của Hội An***

***3. Thành phố Hồ Chí Minh:*** Văn hóa cất cánh từ điện ảnh

***4. Thành phố sáng tạo Đà Nẵng:*** Nơi hội tụ của nghệ thuật và công nghệ

***5. Thành phố sáng tạo Đà Lạt:*** Kết nối qua di sản và âm nhạc

**Chương V: Chỉ số văn hóa 2030 của UNESCO và những gợi mở cho Việt Nam về phát triển công cụ hoạch định chính sách công nghiệp văn hóa dựa trên các bằng chứng**

**I. Chỉ số văn hóa và các ngành công nghiệp văn hóa trong bối cảnh phát triển bền vững: không chỉ là công cụ thống kê**

***1****.* ***Khái niệm và mục đích ứng dụng***

Chỉ số văn hóa: được hiểu là công cụ để đánh giá, một tiêu chuẩn để đo lường kết quả và đánh giá quá trình thực hiện thực hóa các mức hiệu suất mong muốn một cách bền vững và khách quan.

***2. Chỉ số văn hóa gắn với các ngành công nghiệp văn hóa trong bối cảnh phát triển bền vững***

**Chương VI: Đổi mới để phát triển bền vững**

**I***.* **Kích hoạt động lực thị trường trong nước và quốc tế cộng hưởng sáng tạo hợp lý trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa**

Việt Nam có quá trình phát triển nhất định CNVH cũng như tích lũy không nhỏ kinh nghiệm phát triển. Đặc biệt, từ thời điểm có Chiến lược phát triển các ngành CNVH đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030, sự phát triển của CNVH đã có định hướng dài hạn rõ ràng.

**II. Chuyển đổi số và những thay đổi cần thiết để thích ứng của các ngành công nghiệp văn hóa**

**III. Marketing, truyền thông trong các sản phẩm và dịch vụ công nghiệp văn hóa**

***1.******Những tiềm năng chờ khai mở***

VN là mảnh đất hấp dẫn, đa dạng và tinh túy về du lịch và văn hóa: từ cảnh sắc hài hòa, đa dạng cho đến vốn di sản văn hóa vật thể và phi vật thế phong phú. Tuy nhiên chúng ta còn thiếu sự đầu tư, sự bài bản và sự tham gia của các nguồn nhân lực.

***2. Marketing và truyền thông - Một giải pháp tạo sự khai mở***

CNVH là kinh doanh các sản phẩm văn hóa kết hợp yếu tố sáng tạo để sinh ra lợi nhuận vì vậy công tác truyền thông, quảng bá sản phẩm đó tới thị trường là bước không thể thiếu. Với marketing cần phải có chiến lược từng bước bài bản và cụ thể.

***3. Du lịch văn hóa - kênh quảng bá, phân phối sản phẩm trong chiến lược marketing của chiến lược văn hóa***

Trong các phương thức marketing, du lịch văn hóa là một kênh mũi nhọn để truyền bá và phân phối các giá trị sản phẩm văn hóa. Du lịch cũng là kênh ngoại giao VH hữu hiệu giới thiệu tới bạn bè quốc tế các ngành CNVH. Để thực hiện marketing hiệu quả cần nắm được nhu cầu, thị hiếu khán giả, xác định nhóm đối tượng khách hàng và nhiều yếu tố tinh tế khác.

***4. Tăng kết nối liên ngành trong xây dựng thương hiệu***

Đề cao sự hài hòa liên kết giữa sản phẩm CNVH và bối cảnh, hoàn cảnh thời đại.

***5. Giới trẻ tham gia đồng hành quảng bá Việt Nam***

**IV. Khai thác sức mạnh của kinh tế văn hóa sáng tạo vì sự phát triển bền vững của các thành phố**

***1. Tình hình phát triển kinh tế văn hóa sáng tạo và lợi ích về phát triển bền vững trên thế giới và Việt Nam***

Sự phát triển của kinh tế văn hóa sáng tạo gắn liền với sự phát triển của các đô thị, vì vậy cũng kéo theo nhiều vấn đề ảnh hưởng đến kinh tế, xã hội và môi trường sống, nên phát triển đô thị bền vững toàn diện là vấn đề quan trọng và cấp thiết hiện nay. Tại VN, với quan điểm lấy con người làm trung tâm để phân tích về mối tương quan giữa phát triển kinh tế văn hóa sáng tạo và phát triển đô thị bền vững là kinh tế - xã hội – môi trường, kèm với tác động về không gian – một đặc trưng của đô thị.

***2. Đề xuất giải pháp và hành động thúc đẩy kinh tế văn hóa sáng tạo tại đô thị và các bên liên quan***

**Kết luận**

1. Văn hóa cần thiết cho phát triển bền vững, và điều này đồng nghĩa với việc, văn hóa là thiết yếu cho tương lai của chúng ta. Với hàm nghĩa này, việc đưa văn hóa trở thành trụ cột thứ tư của phát triển bền vững là một đòi hỏi tất yếu.

2. Mỗi quốc gia lựa chọn mô hình về CNVH và đưa ra những bước đi cụ thể của riêng mình dựa trên sự đánh giá khách quan về thực trạng, điều kiện và nhu cầu của chính quốc gia đó.

3. Việt Nam bước đầu định vị bức tranh khái quát về công nghiệp văn hóa trong phát triển bền vững từ những lát cắt từ góc độ thể chế.

4. Thành công mang tính nền tảng hiện nay đối với ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam chính là sự thay đổi trong nhận thức của Đảng và Nhà nước về vai trò và vị trí của ngành công nghiệp văn hóa trong nền kinh tế.

5. Dựa vào hệ thống lý luận làm nền tảng cho việc xác định nội hàm của các thuật ngữ và lựa chọn phương pháp tiếp cận cho tới các vấn đề thực tiễn gắn với việc thu thập và phân tích dữ liệu về giá trị và đóng góp của các ngành công nghiệp văn hóa, chúng ta còn rất nhiều việc phải làm để lấp đầy những khoảng trống hiện tại.

**IV. Giá trị vận dụng ở Học viện Chính trị khu vực I.**

Trong cuốn sách ***“Định vi phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam trong phát triển bền vững”****”* là sự khẳng định vị trí, vai trò va tiềm năng phát triển công nghiệp văn hóa của Việt Nam hiện nay trên các bình diện:

1. Khẳng định, củng cố các quan điểm, đường lối của Đảng: về xu hướng, cách thức phát triển công nghiệp văn hóa của Việt Nam trong phát triển bền vững.

2. Hướng tới hoàn thiện cơ sở lý luận, hệ thống thể chế, thiết chế, thể hiện trong các nội dung: các chủ trương, đường lối của Đảng, cơ sở pháp lý của Nhà nước; trong thực tiễn công tác lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng, Nhà nước.

3. Trong xây dựng, đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ nói chung, và trong đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ, bộ máy làm công tác lý luận nói riêng.

\* Nội dung vận dụng đối với các khoa:

*- Khoa Chủ nghĩa*: Mô hình phát triển kinh tế chủ nghĩa xã hội...

*- Khoa Kinh tế chính trị*: kinh tế thị trường định hướng xã hội con người; quan hệ kinh tế - chính trị; Vai trò nhà nước và thị trường...

- *Khoa nhà nước pháp luật*: Hoàn thiện các luật liên quan

- Khoa *Quan hệ quốc tế*: Các mô hình phát triển công nghiệp văn hóa ở các nước thành công, ngoại giao văn hóa…

**Nhóm giới thiệu**

**Đặng Thu Hường**

**Hồ Thu Giang**