

Vận dụng kỹ năng chuyên môn để xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên ngành thiết kế đồ họa

Vũ Thị Thùy Dương^{1*}, Võ Đình Ngà²

¹Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

²Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh

TÓM TẮT

Bài báo được viết với mục đích hướng dẫn sinh viên ứng dụng kiến thức trong công việc thực tế, qua đó phân tích quy trình vận dụng kỹ năng chuyên môn để xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên ngành Thiết kế đồ họa. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng: Sự kết hợp giữa nội dung và hình thức trong hồ sơ cá nhân sẽ giúp sinh viên thể hiện năng lực bản thân. Thông qua phân tích quy trình xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên, tác giả bài báo đề xuất một số giải pháp tạo ra môi trường học tập có mục đích. Nghiên cứu này nhằm chứng minh giả thuyết: vận dụng kỹ năng nghề nghiệp để xây dựng thương hiệu cá nhân sẽ giúp sinh viên ngành Thiết kế đồ họa phát triển năng lực chuyên môn, đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường lao động.

Từ khóa: vận dụng, kỹ năng chuyên môn, xây dựng thương hiệu cá nhân, thiết kế đồ họa, sinh viên

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong xu thế đào tạo cần gắn liền với nhu cầu thực tế của xã hội, ở bất cứ ngành học nào trong cấp Đại học, việc phát triển năng lực chuyên môn cho sinh viên đều rất cần thiết. Một trong những mục tiêu cơ bản có trong Luật Giáo dục Đại học Việt Nam năm 2012 đã chỉ rõ: “Đào tạo nhân lực, nâng cao dân trí, bồi dưỡng nhân tài, nghiên cứu khoa học, công nghệ, tạo ra tri thức, sản phẩm mới, phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh và hội nhập quốc tế”. [1]

Nhận thức và phương hướng đã rõ ràng, do đó, việc dạy và học ngày càng đi vào thực tế. Tuy vậy, thị trường lao động Việt Nam những năm gần đây có sự cạnh tranh khốc liệt, đặc biệt trong những ngành như truyền thông, đồ họa. Hiện nay, việc tạo ra một hình ảnh khác biệt và nổi bật là vô cùng cần thiết đối với những sinh viên mới ra trường. Dù vậy, đa số sinh viên ngành Thiết kế đồ họa vẫn chú trọng trau dồi chuyên môn hơn là tạo dựng một hình ảnh thương hiệu cá nhân chuyên nghiệp.

Vì những lý do trên, nghiên cứu này tìm hiểu, khám phá những cách thức mà sinh viên ngành Thiết kế đồ họa có thể vận dụng để xây dựng cho mình một thương hiệu cá nhân mạnh mẽ và chuyên nghiệp. Năng lực chuyên môn và thương hiệu của sinh viên tốt sẽ giúp định vị thương hiệu của khoa, ngành trong trường Đại học, từ đó cho ra đời những dự án phục vụ xã hội thiết thực hơn.

Về thực trạng vận dụng kỹ năng chuyên môn trong lĩnh vực thiết kế đồ họa, bằng phương pháp quan sát, khảo sát số liệu, người viết nhận thấy: Là một ngành học ngày càng được ưa chuộng tại Việt Nam, Thiết kế đồ họa đã phát triển nhanh chóng tại nhiều trường Đại học có nền tảng về nghệ thuật trên cả nước. Sự gia tăng số lượng sinh viên theo học đặt ra vài vấn đề về chất lượng, nội dung đào tạo.

Vấn đề thứ nhất, nhiều sinh viên chưa thể hiện được sự gắn kết giữa các môn học của chương trình đào tạo trong sản phẩm cụ thể. Ngành Thiết kế đồ họa gồm 4 năm học, được chia thành các môn học như: Đồ án thiết kế chữ, Nhiếp ảnh, Màu sắc, Thiết kế áp phích, Thiết kế bao bì...nhằm rèn luyện các kỹ năng cần thiết. Khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ tìm kiếm ý tưởng để thiết kế một đồ án tốt nghiệp có sự phối hợp tất cả các kỹ năng trong quá trình học.

Qua quan sát và phỏng vấn, người viết nhận thấy nhiều sinh viên cho rằng một số môn học không gây được cảm hứng. Sinh viên cũng chưa nhận ra mối liên kết giữa các môn học để tích cực rèn luyện kỹ năng phối hợp. Điều này dẫn đến việc nhiều đồ án tốt nghiệp được thực hiện nhưng chưa đạt yêu cầu. Khi ra trường, những sinh viên này sẽ khó tìm được việc làm vì vẫn cần thêm thời gian hoàn thiện kỹ năng chuyên môn.

Vấn đề thứ hai gây ảnh hưởng lên chất lượng đào

Tác giả liên hệ: Vũ Thị Thùy Dương

Email: duongcvh@gmail.com

tạo: Giảng viên ngành Thiết kế đồ họa hiện nay được chia thành 2 thế hệ: Thế hệ Millennials (sinh từ 1981 -1996) và thế hệ trước đó. Do sự khác biệt về tuổi tác và quan điểm giáo dục, hai thế hệ giảng viên chưa đạt được sự thống nhất trong đào tạo.

Vấn đề thứ ba, những biến động về kinh tế, chính trị toàn cầu kể từ sau đại dịch Covid 19 đã khiến cho giảng viên và sinh viên bị phân tâm, việc bồi dưỡng ứng dụng kỹ năng chuyên môn phần nào bị sụt giảm. Những nguyên nhân kể trên làm cho chương trình học thiếu đi nét mới và chất lượng đào tạo phần nào bị ảnh hưởng.

Cuối cùng, đa số sinh viên thiếu mục tiêu học tập cụ thể. Do các hướng đi nghề nghiệp của ngành Thiết kế đồ họa rất đa dạng, sinh viên có thể thích hợp trở thành chuyên viên Thiết kế Web, người Thiết kế bìa sách, người Minh họa truyện tranh, hoạt hình, người Thiết kế poster phim...Chính vì thế, nếu không định rõ mục tiêu nghề nghiệp, sinh viên sẽ lãng phí thời gian.

Do đó, tác giả bài báo tiến hành nghiên cứu những kỹ năng và giải pháp nhằm vận dụng phát triển chuyên môn, đồng thời xây dựng cho sinh viên một thương hiệu cá nhân chất lượng. Thế hệ trẻ vốn năng động, thích thể hiện bản thân. Việc chỉ ra những phương thức cụ thể để sinh viên ứng dụng kiến thức và tự khiến cho mình trở nên khác biệt sẽ mang lại cảm hứng với môn học. [2] Đồng thời, sinh viên sẽ được nhà tuyển dụng chú ý nếu như kỹ năng chuyên môn được thể hiện trên hồ sơ phù hợp với yêu cầu.

2. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đối tượng nghiên cứu trong bài viết là giảng viên và sinh viên ngành Thiết kế Đồ họa tại TP. HCM. Bài viết sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

Phương pháp tổng hợp, phân tích dữ liệu, phương pháp quan sát, phương pháp khảo sát và phương pháp thống kê. Sử dụng phương pháp tổng hợp, phân tích dữ liệu để thu thập các thông tin về thực trạng đào tạo ngành Đồ họa tại một số trường Đại học. Phương pháp quan sát được dùng để đánh giá những vấn đề khi vận dụng kiến thức, kỹ năng chuyên môn để xây dựng thương hiệu cá nhân. Phương pháp thống kê được thực hiện trên 100 sinh viên và 10 giảng viên ngành Thiết kế đồ họa tại trường Đại học Hoa Sen và trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng TP. HCM. Bảng hỏi có nội dung liên quan đến việc đánh giá cải thiện kỹ năng khi không (hoặc có) vận dụng xây dựng hình ảnh, nhận diện thương hiệu cá nhân trong lúc thực hiện các hoạt động học tập.

Bài viết giới hạn nghiên cứu tại trường Đại học Hoa Sen, trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng và một số trường có đào tạo chuyên ngành Thiết kế đồ họa tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Vận dụng phương pháp nghiên cứu lý luận, bài viết làm rõ những khái niệm dưới đây:

Ngành Thiết kế đồ họa: Dù đã tồn tại và phát triển trên khắp thế giới từ cuối thế kỷ 19, tuy nhiên chỉ thịnh hành từ khoảng năm 2000 đến nay tại Việt Nam. Ngành này đòi hỏi sự sáng tạo, khả năng biến hóa hình ảnh, chữ viết thành những thông điệp trực quan. Những công việc được gọi tên cụ thể như: Thiết kế dàn trang sách báo, thiết kế xử lý hình ảnh, đồ họa 3 chiều, đồ họa động cho phim ảnh, đồ họa đa phương tiện và thiết kế trang web. Nói cách khác, thiết kế đồ họa là một công việc của sự kết hợp giữa hình ảnh và văn bản nhằm trình bày, lan tỏa thông tin. Đây là một ngành học hấp dẫn vì nó cho phép người học thỏa sức sáng tạo với những kỹ thuật, phần mềm, trí tuệ nhân tạo ngày càng được nâng cấp. Người làm đồ họa có quyền năng mô tả về mặt thị giác cho một cá nhân, một dự án, một tổ chức [3].

Về kỹ năng chuyên môn, một người làm thiết kế đồ họa cần thành thạo:

Thứ nhất: cách phối hợp đường nét, hình khối, màu sắc để tạo ra một bố cục đẹp. Thứ hai: cách xử lý các kiểu chữ để làm nổi bật thông tin. Cuối cùng, cần học cách tạo ra những hình ảnh khác biệt, rõ ràng và dễ nhớ. Để đạt được một tổng thể hài hòa, người thiết kế phải sắp xếp sáng tạo các yếu tố như chữ, đường nét, điểm nhấn, màu sắc, không gian và sự tương phản. Đây là những kỹ năng cơ bản mà ngành Thiết kế đồ họa bậc đại học sẽ trang bị cho sinh viên.

Theo định nghĩa phổ thông ngày nay, thương hiệu cá nhân là hình ảnh hoặc dấu ấn mà một người đặt trong tâm trí người khác thông qua các phẩm chất, hành động và tương tác xã hội. Từ định nghĩa này có thể suy ra: muốn xây dựng thương hiệu cá nhân, ta phải “làm” để mọi người có thể nhận ra ta trong muôn vàn người khác. Henry Ford, một trong những doanh nhân người Mỹ có tầm ảnh hưởng nhất mọi thời đại từng nhận định: “Bạn không thể xây dựng danh tiếng nhờ những điều bạn sắp làm”. Có thể hiểu câu nói này như sau: bạn chỉ có thể xây dựng danh tiếng bằng cách liên tục làm ra sản phẩm mới. Với đặc thù đào tạo, ngành Thiết kế đồ họa liên tục yêu cầu sinh viên thực hiện những bài học sáng tác. Như vậy, chương trình học nên gắn kết chặt chẽ với mục tiêu tự thể hiện và giới thiệu bản thân [4].

Người dẫn chương trình, diễn viên điện ảnh nổi tiếng Oprah Winfrey có một cách nhận định khác về thương hiệu: "Hãy để sự xuất sắc trở thành thương hiệu của bạn... Khi bạn xuất sắc, bạn sẽ trở nên không thể bị lãng quên." [5].

Để thể hiện bản thân một cách trực quan và chân thực, sinh viên cần hiểu mình. Giảng viên, với tư cách là người hướng dẫn, sẽ gợi ý cho sinh viên tự thấu hiểu bản thân để thực hiện các thiết kế độc đáo.

Theo tác giả Marty Newmeier, những kỹ năng chuyên môn sau đây trong ngành Thiết kế đồ họa có thể vận dụng tốt vào việc xây dựng hình ảnh thương hiệu: Thứ nhất, kỹ năng thiết kế hình ảnh trực quan như màu sắc, typography (kiểu chữ), bố cục để vận dụng vào những bài đăng trên các nền tảng mạng xã hội. Thứ hai, kỹ năng sử dụng công cụ và phần mềm như Illustrator, Adobe Photoshop, Sketch... để xử lý hình ảnh mượt mà. Thứ ba, kỹ năng tư duy sáng tạo và giải quyết vấn đề: Điều này liên quan đến khả năng đưa ra các ý

tưởng mới. Thứ tư, kỹ năng trình bày và bảo vệ ý tưởng: Khả năng thuyết phục giảng viên, khách hàng... về các ý định thiết kế. Thứ sáu, kỹ năng xây dựng một portfolio khoa học, sắp xếp trình bày các dự án thiết kế một cách ấn tượng và thu hút. Cuối cùng là kỹ năng quản lý dự án để có thể tổ chức công việc, quản lý thời gian nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng đúng thời hạn [6].

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Để có một nhận xét khách quan về hiệu quả của việc giảng viên giúp sinh viên xây dựng thương hiệu cá nhân thông qua hoàn thiện kỹ năng chuyên môn, người viết thực hiện nghiên cứu giữa 2 lớp Thiết kế đồ họa (mỗi lớp 50 sinh viên) và nhóm 10 giảng viên để tiến hành đánh giá trên đồ án bài tập. Một lớp sinh viên kết hợp vận dụng xây dựng thương hiệu trong bài học và một lớp sinh viên không kết hợp vận dụng xây dựng thương hiệu cá nhân trong bài. Kết quả đánh giá các kỹ năng chuyên môn của sinh viên được trình bày trong bảng dưới đây:

Bảng 1. Thống kê số lượng sinh viên cải thiện kỹ năng chuyên môn khi có / không có vận dụng bài học vào xây dựng thương hiệu cá nhân

TT	Kỹ năng	Lớp vận dụng		Lớp không vận dụng	
		Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Cải thiện vượt bậc	15	30	4	8
2	Cải thiện khá	17	34	10	20
3	Cải thiện	18	36	17	34
4	Không cải thiện	0	0	19	38

Kết quả thống kê cho thấy, ở lớp vận dụng kết hợp bài học để xây dựng thương hiệu cá nhân, số lượng sinh viên cải thiện vượt bậc về kỹ năng chiếm 30%, trong khi lớp không vận dụng chỉ chiếm tỷ lệ 8%. So sánh tỷ lệ cải thiện khá, lớp có vận dụng chiếm 34% trong khi lớp không vận dụng chỉ đạt 20%. Các giảng viên đánh giá về mức cải thiện, lớp có vận dụng chiếm tỷ lệ 36%, lớp không vận dụng có tỷ lệ thấp hơn, đạt 34%. Đặc biệt, không có sinh viên nào không cải thiện được kỹ năng thiết kế khi vận dụng kết hợp hoạt động học tập. Ở lớp không vận dụng, tỷ lệ không cải thiện chiếm đến 34%.

Nghiên cứu trên chỉ ra rằng, việc kết hợp bài học để xây dựng hình ảnh cá nhân sẽ giúp sinh viên cải thiện vượt trội các kỹ năng chuyên ngành Thiết kế đồ họa. Thông qua từng bài tập thiết kế, sinh viên sẽ học tập có mục đích, gắn kết nhu cầu thể hiện bản thân với nhu cầu của xã hội.

4. BÀN LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Theo Catharine Slade - Brooking, khi xây dựng hình

ảnh thương hiệu cá nhân trên các nền tảng mạng xã hội, ảnh bìa và ảnh đại diện cần được chăm chút. Tuy nhiên, đây mới chỉ là 1 phần nhỏ của công việc xây dựng thương hiệu. Để có một thương hiệu mạnh mẽ, giảng viên còn phải hướng dẫn sinh viên tự tạo ra nhận diện cá nhân, hình tượng cá nhân thông qua đầu tóc, áo quần và vẻ ngoài gọn gàng, chỉn chu, ấn tượng. Những dòng cảm xúc, câu chuyện mà sinh viên chia sẻ trên các nền tảng mạng xã hội như Face book, Tiktok, Instagram...cũng cần chất lượng để phù hợp với bộ hình ảnh trực quan đi kèm [3].

Câu chuyện hành nghề phải được kể một cách khéo léo, xuyên suốt và nhất quán. Giải pháp tốt nhất là kể câu chuyện bằng hình ảnh. Mục đích của câu chuyện là để người xem kênh hoặc theo dõi, tương tác với sinh viên sẽ nhận ra: Chủ kênh là ai, nghề nghiệp là gì, đến từ trường nào, lúc này đang ở cấp độ nào trong nghề và sẽ tiến về tương lai như thế nào [7].

Học tập về màu sắc, bố cục, hình ảnh và các kiểu chữ, mỗi học phần sẽ có những mối liên kết để sinh

viên vận dụng xây dựng hồ sơ cá nhân. Học màu sắc không thể tách rời bố cục, học kiểu chữ không thể bỏ qua hình ảnh đi kèm. Từng môn học, từng giảng viên sẽ hoàn thiện dần phong cách cá nhân cho sinh viên, giúp sinh viên xây dựng được một thương hiệu có nhận diện đặc biệt và mạnh mẽ.

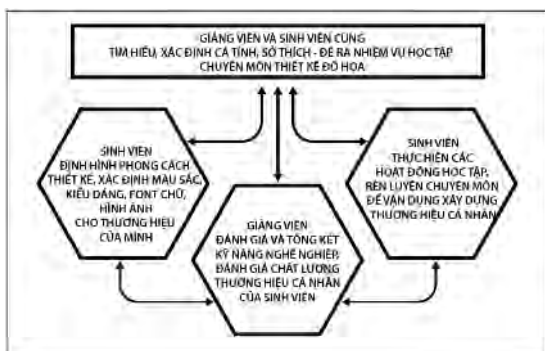


Hình 1. Ví dụ về hình ảnh, màu sắc và kiểu chữ của logo các thương hiệu nổi tiếng trên thế giới

Khi học thực hành vẽ biểu tượng, sinh viên có thể dựa trên tính cách bản thân để vẽ một logo riêng của mình. Logo có đường nét mềm mại hay vững chắc? Màu của logo nóng hay lạnh, ấm hay mát? Nét chữ uyển chuyển hay dứt khoát? Tất cả tùy thuộc vào cá tính riêng của sinh viên. Logo sẽ thể hiện và phản chiếu hình ảnh của chính sinh viên. Như vậy có thể suy luận rằng, nếu nhận được yêu cầu thiết kế logo cho khách hàng với những chi tiết tính cách cụ thể, sinh viên sẽ thực hiện được.



Hình 2. Bài tập thiết kế ảnh đại diện trên trang cá nhân của 4 sinh viên K23, chuyên ngành Thiết kế đồ họa, khoa Công nghệ Thông tin, trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP. HCM

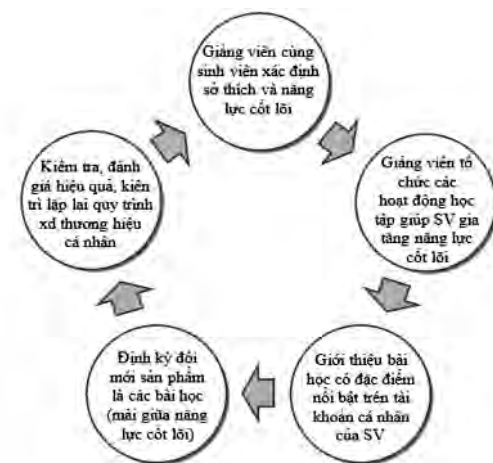


Hình 3. Lưu đồ mô tả hoạt động của giảng viên và sinh viên khi tiến hành hoạt động học tập và xây dựng thương hiệu cá nhân

Việc vận dụng kỹ năng chuyên môn ngành Thiết kế đồ họa nhằm xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên là công việc có thể bắt đầu ngay từ năm thứ nhất. Xuyên suốt quá trình học, sinh viên sẽ ngày càng thuần thục kỹ năng và hiểu bản thân hơn. Việc ứng dụng bài học để thiết kế cho chính mình chắc chắn sẽ mang đến cảm hứng hơn là nhận đề bài do giảng viên đưa ra và thực hiện một cách cứng nhắc. Lưu đồ trên đây minh họa quá trình thực hiện nhiệm vụ học tập, từ đó giúp hồ sơ cá nhân của sinh viên thể hiện đầy đủ các kỹ năng phối hợp màu sắc, cân bằng thị giác, sử dụng hình ảnh để truyền tải thông tin.

Về phần nhiệm vụ của giảng viên, cần định hướng, gợi ý, dẫn dắt cho sinh viên hiểu thế nào là một thương hiệu cá nhân mạnh trong nghề nghiệp. Nhận diện cá nhân và hình tượng cá nhân đều không phải là thương hiệu. Thương hiệu phải là một giá trị cụ thể và có ích, giá trị cốt lõi của một người, để cộng đồng có thể kết nối, hợp tác, nhờ giúp đỡ, sẵn sàng giữ quan hệ sâu hơn [8].

Về các bước để xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên ngành đồ họa, dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất trình bày theo lưu đồ sau:



Hình 4. Minh họa các bước tiến hành vận dụng kỹ năng nghề nghiệp để xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên Thiết kế đồ họa

Những diễn giải trên nhằm chứng minh nhận định: kỹ năng chuyên môn ngành Thiết kế đồ họa với đặc điểm truyền thông trực quan, gây ấn tượng thị giác sẽ chiếm ưu thế khi kết hợp mục đích xây dựng thương hiệu cá nhân trên các nền tảng số và có sức lan tỏa lớn.

4.1. Những hạn chế trong vận dụng kỹ năng nghề nghiệp để xây dựng thương hiệu cá nhân

Qua phân tích quy trình vận dụng kỹ năng chuyên môn vào xây dựng thương hiệu cá nhân, người viết

nhận thấy các điểm hạn chế dưới đây khiến cho việc vận dụng kỹ năng nghề nghiệp để xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên ngành Thiết kế đồ họa không phát triển nhanh và thiếu sức lan tỏa.

Thứ nhất là thiếu đầu tư về nguồn lực. Từ phía nhà trường, việc vận dụng kỹ năng nghề cho sinh viên đòi hỏi sự thống nhất cao của các giảng viên bộ môn khác nhau. Như trên đã trình bày, sự khác biệt về tuổi tác và mục tiêu giáo dục khiến cho việc đoàn kết, cùng nhìn về một hướng trở nên khó khăn. Để giúp sinh viên vận dụng kỹ năng nghề nghiệp vào dự án xây dựng thương hiệu cá nhân, giảng viên sẽ phải bỏ ra nhiều giờ giảng dạy và nghiên cứu hơn. Đây cũng là một điểm nghẽn khi lãnh đạo các trường Đại học chưa sẵn sàng chi trả chi phí ngoài giờ cho giảng viên.

Thứ hai là sự thụ động của một số sinh viên khiến cho việc vận dụng kỹ năng nghề vẫn mang tính đối phó. Sẽ có một số sinh viên hưởng ứng nghiên cứu, ứng dụng. Ngược lại cũng sẽ có rất nhiều sinh viên cảm thấy việc vận dụng chuyên môn vào xây dựng thương hiệu như thêm một gánh nặng bài tập về nhà.

Thứ ba là việc hướng dẫn vận dụng kỹ năng nghề vào xây dựng thương hiệu cá nhân đòi hỏi giảng viên phải vừa giỏi chuyên môn vừa có sự quan tâm sâu sắc đến sinh viên của mình, qua đó mới có thể tìm ra năng lực cốt lõi của từng sinh viên để bồi dưỡng phát triển. Nhiệt tình và sự yêu mến công việc của giảng viên, khả năng truyền lửa cho các sinh viên trong nghề nghiệp là yếu tố then chốt để khắc phục dần dần những điểm hạn chế này.

4.2. Giải pháp và kiến nghị

Thông qua xây dựng thương hiệu cá nhân, để giải quyết vấn đề xác định mục đích học tập cho sinh viên một cách hiệu quả, người viết đề xuất một số giải pháp và những kiến nghị sau:

Sinh viên cần xác định mục tiêu nghề nghiệp rõ ràng: Phải hình dung về con đường sự nghiệp mong muốn sau khi tốt nghiệp (ví dụ: trở thành freelancer, làm việc cho công ty thiết kế, studio, ...). Mục tiêu này sẽ định hướng việc học tập và xây dựng thương hiệu cá nhân.

Nên tập trung phát triển một phong cách thiết kế độc đáo: Thay vì chỉ học theo các mẫu có sẵn, sinh viên nên thử nghiệm, khám phá và phát triển một phong cách thiết kế riêng biệt, thể hiện cá tính và sự sáng tạo. Phong cách này sẽ là dấu ấn cá nhân trong thương hiệu của họ.

Xây dựng một portfolio chất lượng và đa dạng:

Portfolio là bằng chứng trực quan về kỹ năng và phong cách của sinh viên. Họ cần chọn lọc những dự án tốt nhất, thể hiện được sự đa dạng trong kỹ năng và khả năng giải quyết các bài toán thiết kế khác nhau.

Tích cực tham gia các dự án thực tế và cuộc thi: Tham gia vào các dự án thực tế (dự án học tập, dự án freelance nhỏ...) và các cuộc thi thiết kế để rèn luyện kỹ năng, xây dựng portfolio và tạo dựng mối quan hệ trong ngành.

Tận dụng mạng xã hội và các nền tảng trực tuyến: Sử dụng các nền tảng như Behance, Dribbble, Instagram, LinkedIn để chia sẻ tác phẩm, kết nối với cộng đồng thiết kế và xây dựng sự hiện diện trực tuyến chuyên nghiệp.

Học cách kể chuyện về bản thân và tác phẩm: Thương hiệu cá nhân không chỉ là hình ảnh mà còn là câu chuyện. Sinh viên cần học cách trình bày về quá trình sáng tạo, ý tưởng thiết kế và những giá trị mà họ mang lại.

Xây dựng mạng lưới quan hệ: Tham gia các buổi workshop, hội thảo, gặp gỡ các chuyên gia trong ngành để học hỏi kinh nghiệm và mở rộng mối quan hệ.

Tìm kiếm cơ hội thực tập chất lượng: Thực tập tại các công ty hoặc studio uy tín giúp sinh viên học hỏi kinh nghiệm thực tế, xây dựng portfolio và tạo dựng mối quan hệ chuyên nghiệp.

Cuối cùng, sinh viên cần phát triển kỹ năng mềm: Những kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, quản lý thời gian, giải quyết vấn đề... cũng đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân chuyên nghiệp.

Ngành Thiết kế đồ họa luôn thay đổi. Sinh viên cần có ý thức tự học, cập nhật các xu hướng thiết kế mới, công nghệ mới để duy trì sự cạnh tranh trong nghề.

Thay đổi nhận thức của nhà trường: Trường Đại học cần thấy được những lợi ích chung mà nhà trường và xã hội nhận được khi có nhiều sinh viên xây dựng thương hiệu cá nhân thành công. [9]

Trong phạm vi nghiên cứu còn hạn chế (trên 100 sinh viên và 10 giảng viên), bài viết cố gắng đưa ra một cái nhìn tổng quan về lợi ích của việc kết hợp học tập và xây dựng hình ảnh cá nhân cho sinh viên ngành Thiết kế đồ họa.

5. KẾT LUẬN

Tóm lại, nghiên cứu này chứng minh việc xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên Thiết kế đồ họa

sẽ cải thiện kỹ năng nghề nghiệp. Điều này mang lại lợi ích cho nhà trường và xã hội. Mỗi trường Đại học cần có thương hiệu riêng, mỗi cá nhân tốt sẽ là mảnh ghép tạo nên thương hiệu tốt cho nhà trường. Hỗ trợ sinh viên xây dựng thương hiệu cá nhân cũng đồng nghĩa với việc giúp sinh viên học tập, làm việc có mục đích, tập trung vào quá trình nhưng hướng đến kết quả. Trường Đại học thông qua quá trình này để công tác đào tạo ngày càng đạt chất lượng cao.

Sinh viên ngành Thiết kế đồ họa nên thấm nhuần tinh thần của các tác giả W. Arruda và K. Dixon “Học cách quản lý thương hiệu của mình bằng các

công cụ sáng tạo cho phép tạo ra sự khác biệt và nổi bật so với những người đồng cấp”. Điều này không chỉ giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng nghề mà còn kích thích những ý tưởng mới, khiến cho mỗi cá nhân càng trở nên độc đáo [10].

Cùng với xu hướng hội nhập thị trường việc làm quốc tế trong mọi ngành nghề, việc các sinh viên ngành Thiết kế đồ họa có thể vận dụng kỹ năng chuyên môn vào xây dựng thương hiệu cá nhân sẽ giúp nhân lực ngành đồ họa ngày càng chuyên nghiệp, sáng tạo. Nhân lực giỏi sẽ đáp ứng nhu cầu truyền thông thị giác cho xã hội, không chỉ trong biên giới Việt Nam mà còn mở rộng đến toàn cầu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam, *Luật Giáo dục Đại học*, 2012.

[2] N. A. Hồng, *Phân tích về mặt tâm lý học lối sống của sinh viên thành phố Hồ Chí Minh trong giai đoạn hiện nay*. Luận án tiến sĩ chuyên ngành Tâm lý học, trường Đại học sư phạm Hà Nội, 2002

[3] C. Slade - Brooking, *Creating a Brand Identity: A Guide for Designers*, Laurence King Publishing, 2016.

[4] B. Chiaravalle, Khánh Trang dịch, *Branding for Dummies*, Nhà xuất bản Công Thương, 2019.

[5] V. Mận, N. Duyên dịch, *Định vị thương hiệu cá nhân*. Nhà xuất bản Hồng Đức, 2023.

[6] M. Newmeier, *Brand Gap*, New Riders Publisher, 2005.

[7] V. V. Quang, *22 nguyên tắc cơ bản của Marketing thương hiệu*, Nhà xuất bản Thế Giới, 2019.

[8] Y. Mattar, Mai Thị Lựu dịch, *Hành trình xây dựng Thương hiệu cá nhân*, Nhà xuất bản Hồng Đức, 2023.

[9] T. T. Biển, “Đào tạo Thiết kế đồ họa ở Việt Nam trong bối cảnh không tiếp xúc trực tiếp – Thực trạng và những vấn đề đặt ra”, *Tạp chí Giáo dục Nghệ thuật*, số 40, trang 30, năm 2022.

[10] W. Arruda, K. Dixon, *Career Distinction: Stand Out by Building Your Brand*, Wiley Publisher, 2007.

Applying professional skills to build personal brands for graphic design students

Vu Thi Thuy Duong, Vo Dinh Nga

ABSTRACT

The article is written with the purpose of guiding students to apply knowledge in practical work, thereby analyzing the process of applying professional skills to build personal brands for students majoring in Graphic Design. The research results show that: The combination of content and form in personal profiles will help students demonstrate their abilities. Through analyzing the process of building personal brands for students, the author of the article proposes some solutions to create a purposeful learning environment. This study aims to prove the hypothesis: applying professional skills to build personal brands will help students majoring in Graphic Design develop professional skills, meeting the diverse needs of the labor market.

Keywords: apply, professional skill, personal brand, graphic design, student

Received: 23/4/2025

Revised: 20/5/2025

Accepted for publication: 21/5/2025