

Số: **1369**/QĐ-BTTTT

Hà Nội, ngày **06** tháng **9** năm 2021

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Kế hoạch truyền thông hỗ trợ đưa hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn thương mại điện tử, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn

BỘ TRƯỞNG BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

Căn cứ Nghị định số 17/2017/NĐ-CP ngày 17 tháng 02 năm 2017 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Thông tin và Truyền thông;

Căn cứ Quyết định số 1034/QĐ-BTTTT ngày 21 tháng 7 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và truyền thông phê duyệt Kế hoạch hỗ trợ hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn thương mại điện tử, thúc đẩy kinh tế số nông nghiệp, nông thôn;

Theo đề nghị của Vụ trưởng Vụ Bưu chính.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch truyền thông hỗ trợ đưa hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn thương mại điện tử, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Điều 3. Chánh Văn phòng, Vụ trưởng Vụ Bưu chính và Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. /

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Bộ trưởng Nguyễn Mạnh Hùng (để b/c);
- TTr Phạm Anh Tuấn;
- Các Vụ: QLDN, CNTT (để t/h);
- Các Cục: BC, PTT&TTĐT, TTCS, TTĐN, VT (để t/h);
- Trung tâm Thông tin (để t/h);
- Báo VietNamNet (để t/h);
- Sở TTTT các tỉnh/TP trực thuộc trung ương (để t/h);
- Sở VH, TT, TT&DL tỉnh Bạc Liêu (để t/h);
- VNPost, Viettel Post (để t/h);
- Lưu VT, BC.

KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG



Phạm Anh Tuấn

KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG

**Hỗ trợ đưa hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn thương mại điện tử,
thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn**

*(Kèm theo Quyết định số **1369**/QĐ-BTTTT ngày **06** tháng **9** năm 2021
của Bộ Thông tin và Truyền thông)*

I. MỤC TIÊU, YÊU CẦU VÀ ĐỐI TƯỢNG TRUYỀN THÔNG

1. Mục tiêu

- Đẩy mạnh công tác thông tin, truyền truyền về Kế hoạch hỗ trợ hộ sản xuất nông nghiệp (hộ SXNN) lên sàn thương mại điện tử (TMĐT), thúc đẩy kinh tế số nông nghiệp, nông thôn đến người dân trên cả nước qua các phương tiện thông tin đại chúng (sau đây gọi là Kế hoạch).

- Phối hợp với các Bộ, ngành và đơn vị có liên quan chủ động cung cấp thông tin để tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng về kết quả hỗ trợ hộ SXNN lên sàn TMĐT; hỗ trợ đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp (SPNN); hỗ trợ cung cấp thông tin, nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất, kinh doanh.

- Kết nối, quảng bá, giới thiệu sản phẩm, các kênh phân phối mới, mở rộng thị trường trong nước và quốc tế.

- Tăng cường thông tin quảng bá, giới thiệu về các sàn TMĐT, đặc biệt là sàn Postmart.vn (Tổng công ty Bưu điện Việt Nam) và sàn Voso.vn (Tổng công ty cổ phần Bưu chính Viettel)

- Thông điệp: **“Nâng tầm giá trị nông sản Việt qua nền tảng thương mại số”**.

2. Yêu cầu

- Phối hợp chặt chẽ, đồng bộ, hiệu quả giữa các cơ quan, đơn vị thuộc các Bộ: Thông tin và Truyền thông (TTTT), Công Thương, Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NNPTNT); với các cơ quan, đơn vị trên địa bàn các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trên cả nước và với các sàn TMĐT để triển khai công tác truyền thông.

- Triển khai hiệu quả công tác thông tin, tuyên truyền về Kế hoạch trên các phương tiện thông tin đại chúng, mạng xã hội và thông qua mạng lưới thông tin cơ sở, hoạt động thông tin đối ngoại.

3. Đối tượng truyền thông

- Truyền thông đến các hộ SXNN tại các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương để biết đến lợi ích của việc bán hàng trên sàn TMĐT và kênh bán lẻ số để đăng ký gian hàng trên sàn TMĐT.

- Truyền thông đến người tiêu dùng tại các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trên cả nước, thúc đẩy tiêu thụ SPNN tại thị trường nội địa.

- Truyền thông đến người tiêu dùng là kiều bào ở nước ngoài và người dân các nước, thúc đẩy xuất khẩu SPNN, mở rộng thị trường tiêu thụ.

- Các hộ, hợp tác xã, doanh nghiệp chế biến SPNN.

II. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

2.1. Định hướng chung

- Tuyên truyền về chủ trương của Bộ TTTT hỗ trợ hộ SXNN lên sàn TMĐT; lợi ích của việc đưa SPNN, nguyên, vật liệu đầu vào lên sàn TMĐT; hiệu quả, kinh nghiệm triển khai trên thực tế tại một số địa phương.

- Thông tin về trách nhiệm của hai doanh nghiệp bưu chính lớn (DNBC) là Tổng công ty Bưu điện Việt Nam và Tổng công ty cổ phần Bưu chính Viettel trong việc hỗ trợ hộ SXNN lên sàn TMĐT và tiêu thụ các SPNN, qua đó nâng cao giá trị nông sản, thúc đẩy tiêu thụ SPNN và giúp người nông dân giữ giá SPNN, tránh bị thương lái ép giá.

- Thông tin về các hoạt động cụ thể hỗ trợ hộ SXNN lên sàn TMĐT và tiêu thụ SPNN của 2 DNBC lớn nêu trên;

- Thông tin, giới thiệu về các mặt hàng nông sản chất lượng cao; đạt các tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn phòng chống dịch bệnh...

- Hỗ trợ gắn thương hiệu với SPNN cụ thể của từng doanh nghiệp, địa phương, từng hộ SXNN, bảo đảm cung cấp SPNN chất lượng tới người tiêu dùng thông qua sàn TMĐT.

- Giới thiệu các kênh phân phối mới cho SPNN Việt Nam, mở rộng thị trường trong nước và quốc tế;

- Cung cấp thông tin về: thị trường nông sản Việt Nam, phân tích, dự báo nhu

cầu thị trường, giá bán; các sản phẩm, nguyên, vật liệu đầu vào có thương hiệu, đảm bảo chất lượng phù hợp với nhu cầu của các hộ SXNN; các chính sách ưu đãi cho hộ SXNN khi mua sản phẩm, nguyên, vật liệu đầu vào trên sàn TMĐT.

2.2. Các loại hình truyền thông:

- Tuyên truyền trên báo in và báo, tạp chí điện tử: Số lượng 100 tin, bài viết kèm ảnh trên tất cả các báo, tạp chí điện tử ở trung ương và địa phương,

- Tuyên truyền trên các báo hình:

+ 05 phim tài liệu, tọa đàm trường quay thời lượng 20 - 30 phút

+ 10 bản tin, phóng sự thời lượng dưới 05 phút phát trên đài truyền hình Trung ương, đài truyền hình kỹ thuật số VTC, VOV và các đài truyền hình địa phương.

- Tuyên truyền qua kênh Thông tin cơ sở: 10 bản tin phát thanh và 10 tiểu phẩm phát thanh phát trên kênh truyền thanh cơ sở và Đài tiếng nói Việt Nam (VOV)

- Tuyên truyền qua tin nhắn: 2 đợt, mỗi đợt 1 tuần trên phạm vi toàn quốc, ngoài ra có thể bổ sung thêm một số đợt nhỏ trên phạm vi địa phương. Hình thức tuyên truyền này chỉ sử dụng trong chiến dịch đặc biệt hoặc phát sinh nhu cầu cấp thiết được Lãnh đạo Bộ TTTT phê duyệt.

- Tuyên truyền qua kênh thông tin đối ngoại: 02 bài viết tổng hợp dài (mega story) trên kênh báo chí điện tử đối ngoại và 01 phim phóng sự tài liệu phát trên Đài truyền hình trung ương và qua Internet.

- Tuyên truyền trên Cổng thông tin điện tử của các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương: Hàng tháng, Cổng thông tin điện tử các tỉnh, thành phố đăng ít nhất 01 tin, bài có hình ảnh tổng hợp phản ánh về hoạt động hỗ trợ hộ SXNN tại địa phương. Sở TTTT các tỉnh, thành phố là đầu mối gửi đường link để tổng hợp về chuyên mục “Nông sản Việt” trên Cổng Thông tin điện tử của Bộ TTTT.

- Tuyên truyền trên mạng xã hội: Các hoạt động xúc tiến thương mại qua fanpage, livestream bán hàng, quảng bá, kết nối, lập nhóm đào tạo hướng dẫn hộ SXNN do 2 sàn Voso.vn và Postmart.vn chủ động thực hiện.

(Chi tiết tại Phụ lục 1)

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Lập chuyên mục truyền thông trên Cổng TTĐT của Bộ TTTT:

- Đơn vị thực hiện: Trung tâm Thông tin

- Đơn vị phối hợp: Vụ Bưu chính

- Nội dung thực hiện:

+ Vụ Bureau chính chủ trì chuẩn bị nội dung và thông điệp về Kế hoạch gửi Trung tâm Thông tin.

+ Trung tâm Thông tin lập chuyên mục trên Cổng TTĐT của Bộ TTTT, theo đó, thiết kế Banner + Backdrop và đề xuất tên miền dự kiến là <https://santmdt.mic.gov.vn>.

Nội dung chuẩn bị:

+ Trung tâm Thông tin xin ý kiến của Lãnh đạo Bộ phê duyệt trước khi chính thức đăng Chuyên mục trên Cổng TTĐT của Bộ TTTT.

+ Bảo đảm hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng đường truyền truy cập vào Cổng TTĐT của Bộ TTTT trong các trường hợp có lưu lượng lớn truy cập.

+ Thời gian hoàn thành: Trước 15/09/2021.

+ Kết quả dự kiến: Chuyên mục được khởi tạo trên Cổng TTĐT của Bộ TTTT để người tiêu dùng cập nhật thông tin chính thống về Kế hoạch.

2. Truyền thông qua các cơ quan báo chí, đài phát thanh, truyền hình:

- Đơn vị thực hiện: Cục Báo chí, Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử;

- Đơn vị phối hợp: Vụ Bureau chính, Vụ Quản lý doanh nghiệp, các đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NNPTNT, Sở TTTT các tỉnh, thành phố và hai sàn TMĐT.

- Nội dung thực hiện:

+ Hai sàn TMĐT chủ động xây dựng kế hoạch truyền thông, thông tin chi tiết và gửi Bộ TTTT (Vụ Bureau chính) để tuyên truyền trên báo chí và các phương tiện PTTH và TTĐT.

+ Đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NNPTNT chủ động chuẩn bị nội dung truyền thông và gửi đầu mối Bộ TTTT (Vụ Bureau chính) để tuyên truyền trên báo chí và các phương tiện PTTH và TTĐT.

- Nội dung thực hiện:

+ Vụ Bureau chính tổng hợp, cung cấp thông tin tuyên truyền về việc hỗ trợ hộ SXNN lên sàn TMĐT cho các Cục Báo chí, Cục PTTH&TTĐT.

+ Cục Báo chí, Cục PTTH&TTĐT chỉ đạo, định hướng, điều tiết đăng tin liên quan đến việc hỗ trợ hộ SXNN tiêu thụ nông sản của địa phương trên các phương tiện báo chí (báo giấy, báo điện tử), đài phát thanh, truyền hình.

+ Trường hợp có những vấn đề nóng phát sinh, phạm vi ảnh hưởng rộng, chiều thứ 2 hằng tuần, đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NNPTNT và Sở TTTT tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương cung cấp thông tin liên quan của địa phương để Cục Báo chí định hướng truyền thông tại giao ban báo chí toàn quốc.

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8-12/2021.

- Kết quả dự kiến: Thông tin chính xác về SPNN, thông điệp của Kế hoạch được đăng tải trên báo chí, đài phát thanh, truyền hình trung ương và địa phương; bảo đảm phổ biến chính xác, kịp thời và có kiểm soát thông tin sai sự thật về Kế hoạch.

3. Truyền thông qua hệ thống truyền thanh cơ sở:

- Đơn vị thực hiện: Cục Thông tin cơ sở;

- Đơn vị phối hợp: Vụ Bưu chính, Vụ Quản lý doanh nghiệp, các đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NN&PTNT, Sở TTTT các tỉnh, thành phố và hai sàn TMĐT.

- Nội dung chuẩn bị:

+ Hai sàn TMĐT chủ động xây dựng Kế hoạch truyền thông, thông tin chi tiết thực hiện Kế hoạch; tổ chức sản xuất tiêu phẩm, các chương trình phát thanh (từ 1-3 phút/chương trình) khi được yêu cầu và gửi Bộ TTTT (Vụ Bưu chính) để tuyên truyền trên hệ thống truyền thanh cơ sở.

+ Đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NNPTNT chủ động chuẩn bị nội dung truyền thông và gửi đầu mối của Bộ TTTT (Vụ Bưu chính) để tuyên truyền trên hệ thống truyền thanh cơ sở.

- Nội dung thực hiện:

+ Vụ Bưu chính tổng hợp, cung cấp thông tin tuyên truyền về việc hỗ trợ hộ SXNN lên sàn TMĐT cho Cục Thông tin cơ sở.

+ Cục Thông tin cơ sở gửi công văn đề nghị 63 Sở TTTT chỉ đạo, hướng dẫn các hệ thống truyền thanh cấp huyện, đài truyền thanh cấp xã trên địa bàn tổ chức phát sóng các chương trình phát thanh để phổ biến thông tin đến người dân trên địa bàn

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8-12/2021.

- Kết quả dự kiến: Thông điệp về Kế hoạch cũng như các thông tin liên quan về SPNN (sản lượng, chất lượng, giá bán,...); thông tin hướng dẫn truy cập vào các sàn TMĐT để mua/bán sản phẩm được cung cấp đến người tiêu dùng một cách đầy đủ nhất.

4. Truyền thông qua kênh thông tin đối ngoại:

- Đơn vị thực hiện: Cục Thông tin đối ngoại;

- Đơn vị phối hợp: Vụ Bru chính, Vụ Quản lý doanh nghiệp, các đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NN&PTNT, Sở TTTT các tỉnh, thành phố và hai sàn TMĐT.

- Nội dung chuẩn bị:

+ Hai sàn TMĐT chủ động xây dựng Kế hoạch truyền thông, thông tin chi tiết và gửi Bộ TTTT (Vụ Bru chính) để tuyên truyền trên hệ thống thông tin đối ngoại.

+ Đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NNPTNT chủ động chuẩn bị nội dung truyền thông và gửi đầu mối của Bộ TTTT (Vụ Bru chính) để tuyên truyền trên hệ thống thông tin đối ngoại.

- Nội dung thực hiện:

+ Đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NNPTNT cung cấp thông tin về nông sản, nguyên vật liệu đầu vào (thương hiệu, sản lượng, chất lượng, giá bán, vùng sản xuất ...).

+ Cục Thông tin đối ngoại chỉ đạo các cơ quan báo chí đối ngoại, báo chí xuất bản bằng tiếng nước ngoài để truyền thông, quảng bá SPNN, nguyên, vật liệu đầu vào của Việt Nam ra nước ngoài, hướng đến đối tượng người Việt Nam ở nước ngoài và cộng đồng quốc tế nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ.

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8-12/2021.

- Kết quả dự kiến: Thông tin nông sản, nguyên vật liệu đầu vào được quảng bá rộng rãi ra nước ngoài, thúc đẩy tiêu thụ và xuất khẩu sản phẩm.

5. Truyền thông nhắn tin SMS đến thuê bao di động cả nước (trường hợp cần thiết, cấp bách, thực hiện nhiệm vụ chính trị)

- Đơn vị thực hiện: Cục Viễn thông;

- Đơn vị phối hợp: Vụ Bru chính và đơn vị có liên quan.

- Nội dung thực hiện:

+ Vụ Bru chính chủ trì trình Lãnh đạo Bộ TTTT phê duyệt nội dung tin nhắn (SMS) và tần suất nhắn tin và gửi Cục Viễn thông bằng văn bản.

+ Cục Viễn thông chỉ đạo các doanh nghiệp viễn thông thực hiện nhắn tin đến thuê bao di động theo phạm vi được phê duyệt.

- Kết quả dự kiến: Tin nhắn SMS được gửi đến thuê bao di động theo phạm vi được phê duyệt.

6. Truyền thông qua nền tảng số, mạng xã hội:

- Đơn vị thực hiện: Cục Phát thanh truyền hình và thông tin điện tử;

- Đơn vị phối hợp: Vụ Bru chính, Vụ Quản lý doanh nghiệp, các đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NN&PTNT, Sở TTTT các tỉnh, thành phố và hai sàn TMĐT.

- Nội dung chuẩn bị:

+ Hai sàn TMĐT chủ động xây dựng Kế hoạch truyền thông, thông tin chi tiết và gửi Bộ TTTT (Vụ Bru chính) để tuyên truyền qua các nền tảng số, mạng xã hội.

+ Đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NNPTNT chủ động chuẩn bị nội dung truyền thông và gửi đầu mối Bộ TTTT (Vụ Bru chính) để tuyên truyền qua các nền tảng số, mạng xã hội.

- Nội dung thực hiện:

+ Đơn vị đầu mối của Bộ Công Thương, Bộ NNPTNT cung cấp thông tin về nông sản, nguyên vật liệu đầu vào (thương hiệu, sản lượng, chất lượng, giá bán, vùng sản xuất ...);

+ Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử chỉ đạo các mạng xã hội tổ chức truyền thông, thông tin để hỗ trợ thúc đẩy tiêu thụ nông sản, nguyên vật liệu đầu vào của các địa phương trên cả nước.

- Thời gian thực hiện: từ tháng 8-12/2021.

- Kết quả dự kiến: Thông tin về sản phẩm địa phương được quảng bá rộng rãi đến người tiêu dùng trong và ngoài nước.

7. Sở Thông tin và Truyền thông tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương

Chủ trì, phối hợp với Bộ TTTT (Vụ Bưu chính) xây dựng kế hoạch truyền thông và tổ chức truyền thông về việc thực hiện Kế hoạch của tỉnh và các địa phương khác trên các kênh truyền thông của tỉnh (báo đài địa phương, cơ quan báo chí trung ương đóng tại địa phương ...)

8. Các doanh nghiệp bưu chính (Tổng công ty Bưu điện Việt Nam, Tổng công ty CP Bưu chính Viettel)

Phối hợp với Sở Thông tin và Truyền thông các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương để xây dựng kế hoạch truyền thông ngắn hạn, dài hạn; theo các chủ đề gắn với những địa bàn cụ thể; phân nhóm người dùng, phân nhóm hàng hóa, nông sản theo hướng thống nhất cả hai doanh nghiệp cùng chung mục tiêu, chia sẻ dữ liệu, hỗ trợ phát triển chung trên địa bàn.

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Các cơ quan đơn vị thuộc Bộ TTTT sắp xếp, phân bổ sử dụng nguồn kinh phí sự nghiệp 2021 để thực hiện hoạt động truyền thông theo quy định.

2. Sở TTTT các tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương đề xuất, trình Ủy ban nhân dân tỉnh/TP kế hoạch sắp xếp, phân bổ, sử dụng kinh phí truyền thông từ nguồn kinh phí địa phương.

3. Các doanh nghiệp bưu chính (Tổng công ty Bưu điện Việt Nam, Tổng công ty CP Bưu chính Viettel) chủ động bố trí kinh phí thực hiện kế hoạch.

VI. CHẾ ĐỘ BÁO CÁO:

1. Hàng tuần, các doanh nghiệp bưu chính báo cáo kết quả tổ chức hoạt động truyền thông và các chỉ tiêu thực hiện Kế hoạch.

2. Hàng tháng, Vụ Bưu chính, Vụ Quản lý doanh nghiệp tổng hợp báo cáo kết quả theo nhiệm vụ được phân công.

3. Hàng quý, tổ chức sơ kết chung với các Bộ, ngành và địa phương theo hình thức phù hợp.

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

PHỤ LỤC
BẢNG PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH

I. Kế hoạch phân công thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền

| TT | Tên nhiệm vụ gắn theo chức năng | Hình thức | Số lượng/Tần suất | Địa bàn/phương tiện truyền tải | Đơn vị chủ trì thực hiện | Đơn vị phối hợp |
|----|---|--|--|--|----------------------------|---------------------------------------|
| 1 | Truyền thông qua cổng thông tin điện tử | Tin, hình ảnh hoạt động | Tin theo sự kiện, 01 bài tổng hợp hàng tháng trên mỗi địa phương | Toàn quốc | Trung tâm TTTT | Sở TTTT và các chi nhánh DN bưu chính |
| 2 | Truyền thông qua báo, tạp chí in, tạp chí điện tử | Tin, bài viết, phóng sự, bài viết chuyên sâu, đa phương tiện | 100 tin bài các thể loại | Quy mô toàn quốc, đăng trên các báo điện tử lớn | Cục Báo chí | Vụ Bưu chính |
| 3 | Truyền thông qua kênh bá hình | Tin, phóng sự, phim tài liệu, tọa đàm trường quay | 5 tin, phóng sự ngắn 5 phim tài liệu, tọa đàm trường quay | Toàn quốc/ Các đài truyền hình trung ương và địa phương | Cục Báo chí | Vụ Bưu chính |
| 4 | Truyền thông qua kênh thông tin đối ngoại | Bài viết chuyên sâu, phim tài liệu | 2 bài chuyên sâu (megastory) 1 phim tài liệu | Kênh thông tin đối ngoại | Cục Thông tin đối ngoại | Vụ Bưu chính |
| 5 | Truyền thông qua kênh thông tin cơ sở | Tin nhắn, tiểu phẩm truyền thanh | 5 tin nhắn 5 tiểu phẩm | Kênh thông tin cơ sở tại các địa phương | Cục Thông tin cơ sở | Vụ Bưu chính |
| 6 | Truyền thông qua mạng xã hội | Livestream qua các nền tảng | Doanh nghiệp tự triển khai | Các phương tiện mạng xã hội | Cục Phát thanh, TH và TTĐT | Các sàn TMĐT |
| 7 | Truyền thông qua tin nhắn | Chiến dịch tuyên truyền | 2 đợt | Toàn quốc | Cục Viễn thông | Vụ Bưu chính |

II. Định hướng tuyên truyền một số chủ đề

1. Giới thiệu chung về Kế hoạch 1034 của Bộ TTTT.
2. Hướng dẫn cách đưa các sản phẩm hàng hóa, đặc sản vùng miền lên sàn thương mại điện tử (TMĐT).
3. Giới thiệu cách thức, quy trình thu gom, bảo quản và phát các sản phẩm nông nghiệp, nguyên, vật liệu đầu vào (SPNN) của các sàn TMĐT.
4. Giới thiệu quy trình, thao tác thực hiện bán hàng trên các sàn TMĐT.

5. Giới thiệu quy trình giao hàng, vận chuyển SPNN đảm bảo an toàn trong bối cảnh dịch Covid-19.
6. Hướng dẫn quy trình đóng gói, bảo quản và giao hàng SPNN của các sàn TMĐT.
7. Giới thiệu các mô hình chuỗi liên kết sản xuất - phân phối - tiêu dùng của các tổ chức, doanh nghiệp, hợp tác xã với sự tham gia của các sàn TMĐT.
8. Giới thiệu thông tin, quảng bá hình ảnh các các doanh nghiệp, hợp tác xã, cửa hàng bán lẻ địa phương tích cực tham gia tiêu thụ SPNN của các địa phương qua sàn TMĐT.
9. Giới thiệu về danh mục ứng dụng công nghệ, thiết bị, vật tư, nguyên liệu đầu vào cho sản xuất. Giới thiệu về các sản phẩm, dịch vụ được hỗ trợ có chính sách ưu đãi theo nhu cầu thực tế.
10. Giới thiệu các chương trình, hoạt động kết nối cung cầu hàng Việt Nam tại các tỉnh, thành phố và các nước trên thế giới.

III. Những chủ đề lớn làm bài viết chuyên sâu, phim tài liệu, tọa đàm trường quay

1. Bộ TTTT chủ động vào cuộc để duy trì chuỗi cung ứng không đứt gãy.
2. Vai trò của công nghệ, ứng dụng truy xuất nguồn gốc để xây dựng thương hiệu, nâng tầm giá trị nông sản Việt, giúp nông sản Việt đi ra thế giới.
3. Người Việt dùng hàng Việt, đem bản sắc Việt tới cộng đồng 5 triệu người Việt ở nước ngoài.
4. Xây dựng nông thôn mới bằng nông nghiệp thông minh, cách làm thông minh
5. Kết hợp hệ sinh thái Nông nghiệp, Thương mại và Công nghệ - Tương lai của kinh tế số.