

Số: /TTr-BVHTTDL Hà Nội, ngày tháng năm 2026

TỜ TRÌNH

**Về việc phê duyệt Quyết định của Thủ tướng Chính phủ ban hành
Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030**

Kính gửi: Phó Thủ tướng Chính phủ Phạm Thị Thanh Trà

Đồng kính gửi: Thủ tướng Chính phủ Lê Minh Hưng

Thực hiện Kết luận số 57-KL/TW ngày 15 tháng 6 năm 2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới; Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24 tháng 01 năm 2025 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế trong tình hình mới; Nghị quyết số 47/NQ-CP ngày 15 tháng 4 năm 2024 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ đến năm 2030 thực hiện Kết luận số 57-KL/TW; Nghị quyết số 153/NQ-CP ngày 31 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ triển khai Nghị quyết số 59-NQ/TW; trên cơ sở chức năng, nhiệm vụ được giao, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương xây dựng dự thảo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ ban hành Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch kính báo cáo Lãnh đạo Chính phủ như sau:

I. CĂN CỨ XÂY DỰNG KẾ HOẠCH

1. Cơ sở pháp lý

Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030 được xây dựng nhằm cụ thể hóa các chủ trương, định hướng lớn của Đảng và Nhà nước về công tác thông tin đối ngoại, hội nhập quốc tế và xây dựng Cộng đồng ASEAN trong giai đoạn mới.

Kế hoạch bám sát Kết luận số 57-KL/TW ngày 15 tháng 6 năm 2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới, trong đó nhấn mạnh yêu cầu đổi mới mạnh mẽ nội dung, phương thức thông tin đối ngoại; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi số; tăng cường phối hợp giữa các lực lượng làm công tác thông tin đối ngoại; phát huy vai trò của hệ thống truyền thông, báo chí và nền tảng số trong quảng bá hình ảnh quốc gia, nâng cao vị thế, uy tín đất nước.

Đồng thời, Kế hoạch quán triệt Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24 tháng 01 năm 2025 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế trong tình hình mới, đặc biệt

là các định hướng về nâng cao chất lượng, hiệu quả hội nhập quốc tế toàn diện; phát huy vai trò chủ động, tích cực của Việt Nam trong các cơ chế hợp tác đa phương, nhất là ASEAN; tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành, doanh nghiệp và người dân về hội nhập quốc tế, tạo đồng thuận và huy động sự tham gia của toàn xã hội trong tiến trình hội nhập quốc tế.

Trên cơ sở đó, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 47/NQ-CP ngày 15 tháng 4 năm 2024 về Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Kết luận số 57-KL/TW và Nghị quyết số 153/NQ-CP ngày 31 tháng 5 năm 2025 về Chương trình hành động của Chính phủ triển khai Nghị quyết số 59-NQ/TW, trong đó giao nhiệm vụ đẩy mạnh công tác thông tin đối ngoại, truyền thông hội nhập quốc tế và quảng bá hình ảnh đất nước trong giai đoạn mới.

Bên cạnh yêu cầu cụ thể hóa các chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước, việc xây dựng Kế hoạch còn xuất phát từ yêu cầu thích ứng với giai đoạn phát triển mới của ASEAN. Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN 2045 và các Kế hoạch chiến lược của ASEAN giai đoạn mới đều nhấn mạnh định hướng xây dựng Cộng đồng ASEAN tự cường, sáng tạo, bao trùm và lấy người dân làm trung tâm; thúc đẩy chuyển đổi số, kết nối khu vực, phát triển bền vững, tăng trưởng xanh, đổi mới sáng tạo và tăng cường bản sắc ASEAN. Điều này đặt ra yêu cầu phải đổi mới công tác truyền thông về ASEAN theo hướng hiện đại, có chiều sâu, tăng khả năng tiếp cận xã hội và nâng cao hiệu quả lan tỏa thông tin trong bối cảnh môi trường truyền thông số phát triển mạnh mẽ hiện nay.

2. Cơ sở thực tiễn

Trong bối cảnh chuyển đổi số và môi trường truyền thông số phát triển mạnh mẽ, phương thức tiếp cận thông tin của công chúng đang có sự thay đổi rõ nét, với xu hướng gia tăng sử dụng nền tảng số, mạng xã hội và các hình thức truyền thông đa phương tiện. Sự phát triển của truyền thông số và truyền thông xuyên biên giới không chỉ mở rộng khả năng lan tỏa thông tin mà còn đặt ra yêu cầu nâng cao tính chủ động, tính định hướng và hiệu quả của công tác thông tin đối ngoại, trong đó có truyền thông về ASEAN.

Thời gian qua, các bộ, ngành, địa phương đã quan tâm triển khai công tác truyền thông về ASEAN với nhiều hình thức đa dạng, góp phần nâng cao nhận thức xã hội về ASEAN và tiến trình hội nhập khu vực. Tuy nhiên, trước yêu cầu truyền thông trong giai đoạn mới, cần tiếp tục tăng cường tính kết nối, tính đồng bộ và khả năng chia sẻ dữ liệu, tài nguyên truyền thông giữa các cơ quan; đồng thời đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, nền tảng số và các phương thức truyền thông hiện đại nhằm nâng cao hiệu quả tiếp cận và lan tỏa thông tin về ASEAN.

Do đó, việc xây dựng Kế hoạch tổng thể về truyền thông, quảng bá ASEAN giai đoạn 2026 - 2030 là cần thiết nhằm tạo cơ sở để các bộ, ngành, địa phương triển khai đồng bộ, thống nhất và hiệu quả công tác truyền thông về ASEAN; đồng

thời nâng cao hiệu quả thông tin đối ngoại, quảng bá hình ảnh Việt Nam trong ASEAN và trên trường quốc tế trong giai đoạn mới.

II. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH KẾ HOẠCH

1. Yêu cầu từ bối cảnh khu vực và tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN giai đoạn mới

Trong bối cảnh tình hình thế giới và khu vực tiếp tục diễn biến nhanh chóng, phức tạp, cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn gia tăng, các vấn đề an ninh phi truyền thống, chuyển đổi số, biến đổi khí hậu và gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu đang tác động ngày càng sâu rộng tới khu vực Đông Nam Á, ASEAN tiếp tục giữ vai trò trung tâm trong cấu trúc khu vực đang định hình và là cơ chế hợp tác quan trọng đối với hòa bình, ổn định và phát triển ở khu vực.

Việc ASEAN triển khai Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN 2045 và các Kế hoạch chiến lược trong giai đoạn mới đang đặt ra yêu cầu tăng cường truyền thông nhằm củng cố nhận thức xã hội về Cộng đồng ASEAN, tăng cường bản sắc ASEAN, thúc đẩy vai trò trung tâm của người dân và nâng cao sự tham gia thực chất của các quốc gia thành viên vào tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN tự cường, sáng tạo, bao trùm và bền vững.

2. Yêu cầu nâng cao hiệu quả công tác truyền thông về ASEAN phục vụ hội nhập quốc tế và thông tin đối ngoại

Đối với Việt Nam, ASEAN không chỉ là cơ chế hợp tác khu vực quan trọng mà còn là không gian chiến lược gắn trực tiếp với yêu cầu giữ vững môi trường hòa bình, ổn định, mở rộng hợp tác kinh tế, thúc đẩy hội nhập quốc tế toàn diện và nâng cao vị thế, uy tín quốc gia trong khu vực và trên trường quốc tế.

Trong bối cảnh ASEAN ngày càng giữ vai trò trung tâm trong cấu trúc khu vực đang định hình và tiến trình hội nhập quốc tế của Việt Nam ngày càng toàn diện, sâu rộng, yêu cầu nâng cao hiệu quả công tác truyền thông về ASEAN trở nên ngày càng quan trọng. Công tác truyền thông không chỉ nhằm cung cấp thông tin về ASEAN và tiến trình hợp tác khu vực mà còn góp phần nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành, người dân và doanh nghiệp về lợi ích của hội nhập khu vực; tăng cường sự tham gia chủ động của các địa phương, tổ chức, doanh nghiệp và người dân trong tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN.

Bên cạnh yêu cầu nâng cao hiệu quả thông tin đối ngoại, công tác truyền thông về ASEAN còn cần góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam; lan tỏa hình ảnh Việt Nam là thành viên chủ động, tích cực và có trách nhiệm trong ASEAN; củng cố đồng thuận xã hội đối với các chủ trương, chính sách hội nhập quốc tế của Đảng và Nhà nước; đồng thời góp phần nâng cao nhận thức xã hội, tăng cường sự quan tâm và hiểu biết của người dân về Cộng đồng ASEAN và tiến trình hội nhập khu vực.

3. Sự cần thiết ban hành Kế hoạch

Trong bối cảnh ASEAN bước sang giai đoạn phát triển mới với yêu cầu tăng cường kết nối khu vực, chuyển đổi số và lấy người dân làm trung tâm; đồng thời yêu cầu đổi mới công tác thông tin đối ngoại và truyền thông số ngày càng cao, việc xây dựng Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030 là cần thiết nhằm tạo cơ sở để các bộ, ngành, địa phương triển khai đồng bộ, thống nhất và hiệu quả công tác truyền thông về ASEAN trong phạm vi toàn quốc.

Kế hoạch là cơ sở để tăng cường phối hợp giữa các cơ quan trong kết nối, chia sẻ thông tin, dữ liệu và tài nguyên truyền thông; phát huy vai trò của hệ thống báo chí, hệ thống thông tin cơ sở; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số và các phương thức truyền thông hiện đại nhằm nâng cao hiệu quả quảng bá hình ảnh ASEAN và Việt Nam trong ASEAN; qua đó góp phần nâng cao hiệu quả công tác thông tin đối ngoại và quảng bá hình ảnh quốc gia trong giai đoạn mới.

III. QUAN ĐIỂM VÀ ĐỊNH HƯỚNG TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH

1. Bảo đảm bám sát chủ trương, định hướng của Đảng và Nhà nước về thông tin đối ngoại và hội nhập quốc tế

Công tác truyền thông, quảng bá về ASEAN được triển khai trên cơ sở quán triệt các chủ trương, định hướng của Đảng và Nhà nước về hội nhập quốc tế, công tác thông tin đối ngoại và xây dựng Cộng đồng ASEAN; đồng thời bảo đảm thống nhất về định hướng truyền thông, nội dung thông tin và yêu cầu quản lý nhà nước trong quá trình tổ chức thực hiện. Việc triển khai Kế hoạch phải gắn với yêu cầu nâng cao hiệu quả thông tin đối ngoại, quảng bá hình ảnh quốc gia và phát huy vai trò chủ động, tích cực của Việt Nam trong ASEAN.

2. Triển khai đồng bộ, thống nhất, đảm bảo linh hoạt, phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của từng cơ quan, đơn vị

Kế hoạch được triển khai theo hướng đồng bộ, thống nhất từ Trung ương đến địa phương nhằm bảo đảm tính liên kết và hiệu quả lan tỏa thông tin trong phạm vi toàn quốc. Trên cơ sở định hướng chung, các bộ, ngành, địa phương chủ động lựa chọn nội dung, hình thức và phương thức truyền thông phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, điều kiện thực tiễn và từng nhóm đối tượng truyền thông nhằm nâng cao hiệu quả tổ chức thực hiện.

3. Lấy người dân làm trung tâm, nâng cao hiệu quả lan tỏa thông tin trong xã hội

Công tác truyền thông, quảng bá về ASEAN được triển khai theo hướng lấy người dân làm trung tâm, tăng cường khả năng tiếp cận thông tin của người dân, doanh nghiệp và cộng đồng đối với các vấn đề liên quan đến ASEAN và hội nhập khu vực. Đồng thời, chú trọng gắn truyền thông về ASEAN với nâng cao nhận thức xã hội về hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam và tăng cường sự quan tâm, hiểu biết của người dân đối với Cộng đồng ASEAN.

4. Đẩy mạnh chuyển đổi số và tăng cường phối hợp liên ngành trong tổ chức triển khai

Việc triển khai Kế hoạch cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, nền tảng số và các phương thức truyền thông hiện đại nhằm nâng cao hiệu quả tiếp cận công chúng và khả năng lan tỏa thông tin trên môi trường số. Đồng thời, tăng cường cơ chế phối hợp, kết nối và chia sẻ thông tin giữa các bộ, ngành, địa phương; thúc đẩy chia sẻ dữ liệu, tài nguyên và hướng tới xây dựng sản phẩm truyền thông dùng chung nhằm bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ và nâng cao hiệu quả công tác truyền thông về ASEAN trên phạm vi toàn quốc.

IV. QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG VÀ HOÀN THIỆN KẾ HOẠCH

Thực hiện các chủ trương, định hướng của Đảng và Nhà nước về công tác thông tin đối ngoại và hội nhập quốc tế, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương nghiên cứu, xây dựng dự thảo Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030.

Trong quá trình xây dựng dự thảo Kế hoạch, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã rà soát các chủ trương, định hướng mới của ASEAN, đặc biệt là Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN 2045 và các định hướng hợp tác của ASEAN trong giai đoạn mới; đồng thời tổng hợp thực tiễn triển khai công tác truyền thông về ASEAN thời gian qua để bảo đảm tính kế thừa, đồng bộ và phù hợp với yêu cầu thực tiễn.

Dự thảo Kế hoạch đã được gửi lấy ý kiến các bộ, ngành, địa phương theo quy định. Trên cơ sở các ý kiến góp ý, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã nghiên cứu, tiếp thu và hoàn thiện dự thảo Kế hoạch nhằm bảo đảm tính khả thi, thống nhất và hiệu quả trong quá trình tổ chức triển khai.

V. NỘI DUNG TRỌNG TÂM CỦA KẾ HOẠCH

1. Truyền thông về Cộng đồng ASEAN và vai trò, đóng góp của Việt Nam trong ASEAN

Kế hoạch tập trung truyền thông toàn diện về Cộng đồng ASEAN và các lĩnh vực hợp tác của ASEAN; trong đó nhấn mạnh vai trò trung tâm của ASEAN trong cấu trúc khu vực đang định hình, các cơ chế hợp tác do ASEAN dẫn dắt và đóng góp của ASEAN đối với duy trì hòa bình, ổn định, hợp tác và phát triển ở khu vực.

Nội dung truyền thông tập trung giới thiệu quá trình xây dựng Cộng đồng ASEAN đến năm 2045; các định hướng hợp tác mới của ASEAN trong các lĩnh vực chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, phát triển bền vững, tăng trưởng xanh, kinh tế số, kết nối khu vực, phát triển nguồn nhân lực và thu hẹp khoảng cách phát triển; đồng thời tăng cường cung cấp thông tin chính thống, kịp thời về ASEAN và tiến trình hợp tác khu vực.

Kế hoạch cũng chú trọng truyền thông về vai trò, vị thế và đóng góp của Việt Nam trong ASEAN; các sáng kiến, kết quả tham gia và đóng góp của Việt

Nam trong tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN; quảng bá hình ảnh Việt Nam là quốc gia năng động, hội nhập sâu rộng, giàu bản sắc văn hóa và là thành viên chủ động, tích cực, có trách nhiệm trong ASEAN và cộng đồng quốc tế.

Đồng thời, tăng cường truyền thông về các cơ hội, lợi ích thiết thực của ASEAN đối với người dân, doanh nghiệp và địa phương trong các lĩnh vực thương mại, đầu tư, du lịch, giáo dục, lao động và giao lưu nhân dân; góp phần nâng cao nhận thức xã hội về hội nhập khu vực, tăng cường hiểu biết về Cộng đồng ASEAN và thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng trong tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN.

2. Đổi mới nội dung, hình thức và phương thức truyền thông, quảng bá về ASEAN

Kế hoạch định hướng đổi mới mạnh mẽ nội dung và phương thức truyền thông theo hướng hiện đại, linh hoạt, đa nền tảng và phù hợp với xu hướng tiếp nhận thông tin trên môi trường số; tăng cường ứng dụng công nghệ số, truyền thông đa phương tiện, nền tảng số và mạng xã hội nhằm nâng cao hiệu quả lan tỏa thông tin và khả năng tiếp cận công chúng.

Đồng thời, đẩy mạnh xây dựng các sản phẩm truyền thông có tính tương tác, trực quan và khả năng sử dụng rộng rãi như video clip, infographic, triển lãm số, sản phẩm truyền thông đa phương tiện, nội dung truyền thông trên mạng xã hội và các hình thức truyền thông sáng tạo khác phù hợp với từng nhóm đối tượng truyền thông, đặc biệt là giới trẻ và cộng đồng doanh nghiệp.

Kế hoạch cũng chú trọng phát huy vai trò của hệ thống báo chí, phát thanh, truyền hình, hệ thống thông tin cơ sở, truyền thông số và các nền tảng truyền thông mới trong cung cấp thông tin chính thống, kịp thời, hấp dẫn về ASEAN và hội nhập khu vực.

3. Xây dựng, kết nối và chia sẻ dữ liệu, tài nguyên truyền thông dùng chung về ASEAN

Một trong những nội dung trọng tâm của Kế hoạch là tăng cường xây dựng, cập nhật, kết nối và chia sẻ các dữ liệu, tài nguyên và sản phẩm truyền thông dùng chung về ASEAN nhằm phục vụ công tác thông tin đối ngoại và truyền thông, quảng bá về ASEAN trên phạm vi toàn quốc.

Kế hoạch tập trung xây dựng, từng bước hình thành hệ thống dữ liệu và tài nguyên truyền thông về ASEAN theo hướng đồng bộ, có khả năng kết nối, chia sẻ và khai thác dùng chung giữa các bộ, ngành, địa phương; bao gồm dữ liệu hình ảnh, video clip, infographic, thông điệp truyền thông trọng tâm, bộ nhận diện và các sản phẩm truyền thông số phục vụ công tác thông tin đối ngoại và quảng bá về ASEAN. Đồng thời, tăng cường kết nối, chia sẻ và khai thác thông tin thông qua Cổng thông tin ASEAN tại địa chỉ asean.vietnam.vn nhằm nâng cao hiệu quả phối hợp, lan tỏa thông tin và quảng bá hình ảnh Việt Nam trong ASEAN và trên trường quốc tế.

4. Tăng cường cơ chế phối hợp và huy động sự tham gia của các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và cộng đồng

Kế hoạch xác định rõ trách nhiệm của các bộ, ngành, địa phương trong triển khai công tác truyền thông, quảng bá về ASEAN theo hướng chủ động xây dựng hoặc lồng ghép với các chương trình, kế hoạch công tác hằng năm; tăng cường cơ chế phối hợp liên ngành và chia sẻ thông tin giữa các cơ quan nhằm bảo đảm tính đồng bộ, thống nhất trong tổ chức thực hiện.

Đồng thời, phát huy vai trò của các cơ quan báo chí, cơ sở đào tạo, tổ chức xã hội, doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, đội ngũ truyền thông số, người có ảnh hưởng trên mạng xã hội và cộng đồng trong lan tỏa thông tin, quảng bá hình ảnh ASEAN và Việt Nam trong ASEAN.

Kế hoạch cũng khuyến khích lồng ghép nội dung truyền thông, quảng bá về ASEAN với các hoạt động văn hóa, du lịch, xúc tiến thương mại, đối ngoại nhân dân, các sự kiện chính trị, đối ngoại và các hoạt động quảng bá hình ảnh quốc gia nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông và mở rộng khả năng tiếp cận công chúng trong nước và quốc tế.

VI. NGUỒN LỰC VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Về nguồn lực thực hiện

Nguồn lực thực hiện Kế hoạch được bảo đảm từ ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách hiện hành, lồng ghép với các chương trình, đề án, kế hoạch có liên quan và các nguồn lực hợp pháp khác theo quy định của pháp luật nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực, tránh chồng chéo, trùng lặp trong tổ chức thực hiện.

Đồng thời, Kế hoạch khuyến khích huy động các nguồn lực xã hội hóa phù hợp với quy định của pháp luật nhằm tăng cường hiệu quả triển khai các hoạt động truyền thông, quảng bá về ASEAN trong giai đoạn mới.

2. Về tổ chức thực hiện và theo dõi, đánh giá hiệu quả triển khai

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch là cơ quan chủ trì triển khai Kế hoạch, có trách nhiệm hướng dẫn, đôn đốc, tổng hợp tình hình thực hiện; chủ trì xây dựng, chia sẻ các thông điệp, sản phẩm và tài nguyên truyền thông dùng chung; tăng cường kết nối, chia sẻ dữ liệu truyền thông thông qua Cổng thông tin ASEAN tại địa chỉ asean.vietnam.vn; định kỳ báo cáo Thủ tướng Chính phủ kết quả thực hiện và đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả công tác truyền thông, quảng bá về ASEAN.

Các bộ, ngành, địa phương căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao chủ động xây dựng hoặc lồng ghép nội dung truyền thông, quảng bá về ASEAN trong chương trình, kế hoạch công tác hằng năm; tăng cường phối hợp liên ngành; đẩy mạnh ứng dụng nền tảng số và các phương thức truyền thông hiện đại nhằm nâng

cao hiệu quả tuyên truyền, quảng bá về ASEAN và hình ảnh Việt Nam trong ASEAN.

Việc theo dõi, đánh giá hiệu quả triển khai Kế hoạch được thực hiện trên cơ sở bám sát mục tiêu, yêu cầu và các nhiệm vụ trọng tâm đã đề ra; chú trọng đánh giá hiệu quả lan tỏa thông tin, mức độ tiếp cận công chúng, hiệu quả phối hợp giữa các cơ quan, ứng dụng công nghệ số và việc chia sẻ, khai thác các tài nguyên truyền thông dùng chung.

VII. KIẾN NGHỊ

Trên cơ sở các nội dung nêu trên, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch kính trình Lãnh đạo Chính phủ xem xét, phê duyệt Quyết định ban hành Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Văn phòng Chính phủ;
- Bộ trưởng, các Thứ trưởng Bộ VH-TT-DL;
- Lưu: VT, TTCSTĐN, D (20).

BỘ TRƯỞNG

Lâm Thị Phương Thanh

Văn bản gửi kèm:

1. Dự thảo Quyết định;
2. Dự thảo Kế hoạch;
3. Dự thảo Phụ lục các nhiệm vụ.