

Sức trẻ

Số 64

Tháng 06/2020



Nội san chính thức của
sinh viên Đại học Ngoại thương

CHỦ ĐỀ

THẾ GIỚI PHẪNG

“
Đam mê
chỉ là một chuyện
Cái cần lo là
nhiều chuyện khác
”

Chuyện làm
truyền thông
ở ngôi trường
kinh tế

Quốc Anh

CẬP NHẬT TỪ A ĐẾN Z Ở NGOẠI THƯƠNG, EM ĐÃ “THƯƠNG THƯƠNG” NHỮNG PAGE NÀY CHƯA?



1 FANPAGE CLB TRUYỀN THÔNG YMC

Em muốn xem những nội dung sáng tạo, vui vẻ và đầy ý nghĩa? Em muốn cập nhật những thông tin chính xác và nhanh nhạy về ngành Truyền thông?

Vậy thì fanpage CLB Truyền thông YMC – FTU là lựa chọn tuyệt vời và hợp lý cho em. Chỉ bằng những thao tác đơn giản, em đã có thể tìm hiểu những đặc điểm của YMC nói riêng và thế giới truyền thông nói chung.



2 YO NEWS - TRANG TIN SINH VIÊN FTU

Đúng như tên gọi của fanpage, đây là đầu mối thông tin nhanh nhạy, đáng tin cậy của sinh viên Đại học Ngoại thương.

Không chỉ update muôn vàn các sự kiện trong trường và những thông báo từ phòng Quản lý đào tạo, Trang tin sinh viên FTU còn chia sẻ những câu chuyện mới của Chùa Láng, Hà Nội nói chung và đến cả nỗi lòng của sinh viên Ngoại thương nói riêng.



3 HUMANS OF FTU

Lấy cảm hứng từ Humans of New York, dự án Humans of FTU, thực hiện bởi câu lạc bộ truyền thông YMC FTU, mang đến những câu chuyện đến từ những con người đã và đang sống, học tập, làm việc tại Ngoại Thương.

YMC hi vọng qua từng mảnh ghép mang màu sắc riêng biệt ấy, em có thể nhìn thấy một bức tranh Ngoại Thương chân thực, muôn màu, rất năng động, rất trẻ nhưng cũng rất gần gũi, bình dị và thân thuộc.



4 XUÂN HÒA - BUNG

Nếu hỏi sinh viên NT về điều tuyệt vời nhất trong năm đầu tiên ở đại học, có lẽ hầu hết câu trả lời em nhận được chính là khoảng thời gian một tháng đi nghĩa vụ quân sự ở Xuân Hòa.

Xuân Hòa - BUNG là nơi update những câu chuyện hài hước, chân thực và ý nghĩa của sinh viên Đại học Ngoại thương. Ngoài ra, fanpage đặc biệt hơn với chuyên mục gửi confession, nơi bao tâm tư của FTUer được gửi đi và nhận lại.



BIẾT TỐT FTU
TRONG CÚ CLICK



MỤC LỤC

Thân gửi bạn đọc	01
BUZZ	02
VITAMIN F	
<i>"Em bỏ chất kích thích chưa?" và câu trả lời của FTUers</i>	04
<i>Chuyện làm truyền thông ở ngôi trường kinh tế</i>	06
<i>Ấm lòng với những bát "cháo hành" của FTUers trong mùa dịch</i>	08
CHUYỂN ĐỘNG TRẺ	
<i>Ngành Quản trị Du lịch - Khách sạn trước sức ép gọng kìm của tự động hóa và trí tuệ nhân tạo</i>	14
<i>3 xu hướng định hình mạng xã hội trong kỷ nguyên số</i>	16
<i>Cuộc chiến giữa các nền tảng trực tuyến và truyền thống: Mèo nào cắn mủ nào?</i>	18

Gương mặt trang bìa 22

Quốc Anh WeLax: “Đam mê chỉ là một chuyện, cái cần lo là nhiều chuyện khác!”

Trắc nghiệm vui 26

Người xưa nói không nên đánh giá một quyển sách chỉ qua trang bìa của nó và đúng là như vậy

Ba lô trải nghiệm 28

Chuyện du học mùa dịch: “Bố mẹ đừng lo, con vẫn ổn”

Góc nhìn 32

Là con trai thì không được yếu đuối!

Lãng kính nghệ thuật 36

Năm COVID thứ nhất: Nghệ thuật khẳng định giá trị bằng những thông điệp tích cực

Truyện ngắn 38

Một mối quan hệ phức tạp

.JPG 42

Cho tôi xin một vé đi khắp thế gian

Tâm sự 46

Dừng chân trước vạch kẻ đường

THÂN GỬI BẠN ĐỌC



Bạn đọc Sức trẻ 64 thân mến,

Khi những vạt nắng chói chang đầu tiên trườn lên tán cây xanh biếc, xuyên qua khe cửa, nhuộm một màu vàng rực rỡ lên từng góc nhỏ Ngoại thương, cũng là lúc chúng ta sắp sửa đón một mùa hè mới đến. Sau kỳ ngủ đông dài ngày, vài giọt nắng băng khuâng dường như cũng là đủ để thổi bùng lên ngọn lửa âm ỉ nơi lồng ngực còn phập phồng đầy những nhựa sống tuổi trẻ.

Xu hướng hội nhập toàn cầu hóa phát triển mạnh mẽ khiến tác nhân dù là nhỏ bé nhất như virus cũng có thể san bằng những chênh lệch trong xã hội. Những người trẻ thời đại công nghệ hiểu rõ hơn ai hết về một thế giới đang ngày càng “phẳng”. Điều đó càng minh chứng rằng, nỗ lực và quyết tâm mới quyết định bước tiến lùi của mỗi người và mỗi cộng đồng, dù cho xuất phát điểm khác nhau. **Sức trẻ 64** với chủ đề **Thế giới phẳng**, vì thế được ra đời, như một nguồn động viên, tiếp thêm tinh thần và sức mạnh để bạn vươn tới những đích đến cao cả cội mác bản thân.

Đồng hành cùng bạn đọc trong số **Sức trẻ 64** lần này có những chia sẻ thú vị từ **Gương mặt trang bìa** - Content Leader đình đám Quốc Anh WeLax. **Vitamin F** sẽ đưa bạn vòng quanh “thế giới” Ngoại thương với **Chuyện làm truyền thông ở ngôi trường kinh tế**. Bên cạnh đó, chuyên mục **Chuyển động trẻ** sẽ mang tới góc nhìn toàn cảnh nhất về **Ngành Quản trị Du lịch - Khách sạn trước sức ép gọng kìm của tự động hóa và trí tuệ nhân tạo**. Sự quay trở lại của anh Sẻ trong chuyên mục **Tâm sự** cùng bài viết **Dừng chân trước vạch kẻ đường** sẽ giúp gỡ rối tâm tình cho mỗi FTUer - wannabe.

Sức trẻ 64 với mong muốn được đồng hành cùng bạn đọc trong mùa hè của nhiệt huyết, khẳng định tầm quan trọng của sự nỗ lực tới thành công của tất cả mọi người, dù là sinh viên hay học sinh hay bất kỳ ai khác. Khi quá trình tích lũy đã đủ lâu, đi về những chặng đua cuối, điều bạn cần là dốc toàn bộ sức lực, bút phá và khẳng định giá trị bản thân mình.

Ban Biên tập Nội san Sức trẻ



BUZZ

01

Dịch vụ Mobile Money sắp được cấp phép, triển khai trên toàn quốc

Theo thông tin mới đây của Bộ TT&TT và Ngân hàng Nhà nước, các doanh nghiệp viễn thông sẽ sớm được cấp phép dịch vụ Mobile Money, dự kiến trong tháng 6 này. Mobile Money có thể được hiểu là tiếp cận dịch vụ tài chính qua điện thoại di động, có các đặc điểm như chuyển tiền, thanh toán... Khách hàng chính là những cá nhân chưa có tài khoản ngân hàng (unbanked). Về bản chất, Mobile Money tương tự như Ví điện tử nhưng khác ở điểm không kết nối với tài khoản ngân hàng và chủ yếu để thực hiện giao dịch thanh toán, chuyển tiền với giá trị giao dịch nhỏ.

02

Facebook ra mắt dịch vụ Facebook Shop nhằm tiến vào thị trường thương mại điện tử

Trong thông báo chính thức, CEO Mark Zuckerberg cho biết Facebook sẽ hợp tác với Shopify, BigCommerce, Woo, ChannelAdvisor, CedC Commerce, Cafe24, Tienda Nube và Feedonomics. Doanh nghiệp có thể tạo cửa hàng (Shop) miễn phí bằng cách tải lên danh mục, chọn sản phẩm cần giới thiệu, sau đó tùy chỉnh với hình ảnh bìa và màu sắc. Khách hàng có thể tìm thấy thông tin về doanh nghiệp trên các trang Facebook và Instagram, hoặc trong stories và mục quảng cáo. Những mặt hàng mà doanh nghiệp muốn bán sẽ xuất hiện trong cửa hàng, người dùng có thể lưu lại và đặt hàng. Dịch vụ Facebook Shop vừa chính thức ra mắt tại Mỹ và sẽ tích hợp vào Instagram từ mùa hè tới.

N3

Dùng ví điện tử, không xác thực sẽ bị khóa tài khoản

Mới đây, đại diện HĐQT Ví điện tử MoMo cho biết các khách hàng cần xác thực tài khoản trên ví bằng cách chụp ảnh CMND, thẻ căn cước công dân hoặc hộ chiếu, bổ sung đầy đủ thông tin tài khoản ngân hàng... để tiếp tục sử dụng ví điện tử. Ví điện tử Moca trên ứng dụng Grab cũng thông báo tất cả ví điện tử đang hoạt động phải tiến hành xác thực hồ sơ người dùng trước khi đến thời hạn (dự kiến là ngày 7/7). Từ sau ngày 7/7, việc xác thực tài khoản là bắt buộc và khách hàng sẽ không thể sử dụng ví điện tử cho đến khi hoàn tất các bước xác thực tài khoản.

N4

Grab và Google bắt tay biến đồ ăn vẽ bằng Doodle thành món nóng sốt

Grab với sự hỗ trợ của Google, vừa cho ra mắt tính năng Delivery Doodles, “biến” những bức vẽ món ăn yêu thích thành món ăn nóng sốt giao qua GrabFood. Cụ thể, dù là bánh ngọt, dimsum, tempura hay phở, chỉ cần vẽ hình dạng món ăn và dùng Delivery Doodles được tích hợp trên ứng dụng Grab để quét các bức vẽ này. Delivery Doodles sẽ đoán tên món ăn và đưa ra gợi ý các nhà hàng gần đó có giao món ăn này. Delivery Doodles trên GrabFood đã được thử nghiệm ở Malaysia từ ngày 22/5, tại Việt Nam từ 25/5 và tại Indonesia từ ngày 1/6.

N5

Tiki và Sendo đã đạt được thỏa thuận sáp nhập

Theo nguồn tin từ DealStreetAsia, hai trang thương mại điện tử lớn tại Việt Nam là Tiki và Sendo đã đồng ý sáp nhập. Đây là động thái hoàn toàn dễ hiểu giữa bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt trên thị trường thương mại điện tử. Tiki có lợi thế phục vụ cho người tiêu dùng sống ở các thành phố lớn như Hà Nội và TP.HCM. Trong khi đó, Sendo phổ biến hơn đối với người dùng ở khu vực ngoại ô và nông thôn của Việt Nam. Việc 2 đơn vị này “về chung một nhà” có thể tạo ra một công ty mới có tiềm lực mạnh mẽ nhằm đối trọng với 2 doanh nghiệp ngoại là Lazada và Shopee.

Nguồn: Sưu tầm



“Em bỏ chất kích thích chưa?” và câu trả lời của FTUers



Bên cạnh việc học và ôn thi, sinh viên Ngoại thương không thể thiếu đi những “chất kích thích” là các sự kiện, cuộc thi sôi động và chuyên nghiệp. Sau nhiều tháng xa trường lớp, cùng xem FTUers khai hè 2020 với những “chất kích thích” nào nhé.



Chất_kích_thích_tinh_thần



1.000 likes

Chất_kích_thích_tinh_thần Mùa hè vẫn luôn được cộng tác “so hot”, “so high”. Vậy nên một chút gia vị tươi mát là thứ ai cũng cần. **Mùa hè xanh** - cái tên thoát nghe có vẻ hơi mâu thuẫn, lại chính là thứ chất kích thích cực mạnh. Đây là chương trình tình nguyện được mong đợi nhất hàng năm do Đoàn Thanh niên trường Đại học Ngoại thương (FYU) tổ chức. Không chỉ “xanh” trong màu áo tình nguyện, chương trình còn mong muốn đem đến những giá trị “xanh” cho cộng đồng, những trải nghiệm “xanh” cho mỗi một tình nguyện viên.

Chất_kích_thích_tinh_thần Hành trình tình nguyện năm nay của **Mùa hè xanh** hướng đến huyện Chi Lăng (Lạng Sơn) với 3 xã: Gia Lộc, Y Tịch và Vạn Linh. Tại đây, có những con đường cần được nâng cấp và thắp sáng, có những người nông dân cần được giúp đỡ thu hoạch mùa vụ và có những ước mơ trẻ thơ cần được chấp cánh.

Sức Trẻ 64



Đặc sản của các câu lạc bộ ở Ngoại thương chính là những sự kiện chuyên môn "kích thích chất xám". Phải kể đến **Mastermind** - cuộc thi tìm hiểu kiến thức xã hội bằng tiếng Anh lớn nhất trên địa bàn Hà Nội, được tổ chức bởi CLB Tiếng Anh EC. Với chủ đề mang tên "CONSUMERISM" (Chủ nghĩa tiêu dùng), cuộc thi năm nay mong muốn giúp các bạn trẻ nhận thức sắc nét hơn về xã hội hiện đại, có cơ hội nói lên quan điểm của bản thân, kiến tạo và lan tỏa những giá trị tích cực đến cộng đồng. Vòng 4 - MindMastering sẽ diễn ra vào ngày 11/07 sắp tới.

Bên cạnh đó, **BUZZ Creative Camp**, được tổ chức bởi CLB Truyền thông YMC, là một sân chơi chuyên nghiệp dành cho những ai đang mong muốn theo đuổi ngành Truyền thông - Quảng cáo. Đây là chuỗi workshop từ "vỡ lòng" đến "chuyên sâu", cung cấp kiến thức và lộ trình nghề nghiệp và là chất kích thích không thể thiếu cho những bạn trẻ yêu thích sáng tạo.



Today at 11:11 pm

Sức Trẻ 64



Đối với lĩnh vực tài chính - chứng khoán, **I-Invest** là cuộc thi chuyên ngành lớn nhất dành cho sinh viên miền Bắc, được tổ chức bởi CLB Chứng khoán SIC. Đây không chỉ là đấu trường trí tuệ giúp mỗi thí sinh nâng cao kiến thức chuyên môn mà còn có cơ hội học hỏi kinh nghiệm của các chuyên gia hàng đầu. Vòng chung kết I-Shine của cuộc thi năm nay cũng sẽ diễn ra vào ngày 11/07.

Khởi nghiệp cùng Kawai (KBS) là cuộc thi ý tưởng kinh doanh trên quy mô toàn quốc, được tổ chức thường niên bởi CLB Nhà doanh nghiệp tương lai TEC. Với sự tài trợ của quỹ học bổng Kawai, KBS là bệ phóng cho nhiều thương hiệu như Ybox.vn, Kenh14, Color ME,... Đây chính là sân chơi khởi nghiệp với quy mô lớn mà mọi sinh viên FTU đều mong muốn được tham gia.

Còn đối với các bạn trẻ có niềm đam mê với Luật, **Soul of Law** 2020 đã chính thức khởi động với chủ đề "Tín dụng số". Vòng chung kết của cuộc thi - The Truth sẽ diễn ra vào ngày 04/07 tới đây. Với danh sách những chất kích thích này, chắc chắn mùa hè năm nay của FTUers sẽ nóng hơn bao giờ hết.



Seen



Write a message...



1.000 likes

Chất_kích_thích_trí_tuệ <3 <3

Tạm_kết Ngoại thương những ngày tháng 6 không chỉ nóng bởi cái nắng mặt trời, mà còn vì sức hấp dẫn từ những sự kiện do chính sinh viên trong trường tổ chức. Quả không sai khi gọi đó là những "chất kích thích" giúp FTUers có một mùa hè sôi động và ý nghĩa.

Tùng Lâm - Vịt



Chuyện
làm
truyền
thông

ở ngôi
trường
kinh
tế



Bước vào kỷ nguyên số, ngành truyền thông như một siêu nam châm thu hút những bạn trẻ ưa thích sáng tạo. Lĩnh vực năng động này luôn đòi hỏi khả năng tư duy độc đáo, sự nhạy bén và niềm đam mê bất tận. Dĩ nhiên, một lĩnh vực hấp dẫn như vậy không thể bị bỏ qua bởi những “chú tắc kè hoa” FTUers, mà tiêu biểu nhất phải kể đến hai câu lạc bộ (CLB) YMC và FTU FORUM. Ở trong một ngôi trường đào tạo kinh tế, sinh viên Ngoại thương đã làm truyền thông ra sao?

Cầu nối sinh viên và nhà trường

Truyền thông luôn có một sức ảnh hưởng rất quan trọng trong mỗi cộng đồng, mà ở đây là Ngoại thương. Sự nhanh nhẹn, chính xác và sáng tạo trong cả tư duy lẫn hành động của người làm truyền thông được thể hiện rất rõ trong mỗi sản phẩm và sự kiện của hai CLB này.

Trong khi CLB Truyền thông YMC lựa chọn khai thác lĩnh vực truyền thông xã hội cùng với những sự kiện mang màu sắc tươi mới, trẻ trung như Xuân Hòa - Bay, Đánh thức Tết, Before I Graduate hay phát hành Nội san Sức trẻ; hướng tới mục tiêu truyền cảm hứng, năng lượng và tạo động lực cho cộng đồng FTU thì hoạt động chính của Diễn đàn sinh viên ĐHNT - FTU FORUM là hỗ trợ nhà trường trong mảng truyền thông của việc tuyển sinh. Bên cạnh đó, FTU FORUM còn có những sự kiện mang đậm “chất học đường” như On Air hay kết hợp cùng CLB Nhà doanh nghiệp tương lai TEC thực hiện FTU Open Tour trong mùa khai giảng.

Bên cạnh những sự kiện năng động, các ông lớn ngành truyền thông còn sở hữu hệ thống các kênh thông tin chuyên nghiệp và thu hút. Có thể kể đến như Yo! News - Trang tin sinh viên FTU; các group kết nối FTUers-wannabe mỗi khóa; fanpage Human Of FTU; Xuân Hòa - Bung; group FTU Share; fanpage Diễn đàn sinh viên trường ĐHNT FTU Forum hay fanpage CLB Truyền thông YMC FTU;... Đây chính là cầu nối nhanh nhạy kết nối nhà trường với sinh viên, cựu sinh viên đồng thời cũng là những kênh giải trí thân thiện với mỗi FTUer.

Lan tỏa giá trị vượt biên giới Ngoại thương

Không chỉ là đầu mối thông tin nhanh nhạy, chính xác và đáng tin cậy của sinh viên FTU, cả YMC và FTU FORUM đều có những sự kiện lớn hướng tới những đối tượng khác nhau.

Được tổ chức bởi CLB YMC, BUZZ Creative Camp là sự kiện chuyên môn về Truyền thông - Quảng cáo đầu tiên ở khu vực miền Bắc. Đến với BUZZ, các Campers được tham gia chuỗi các workshop với sự tham gia bởi các diễn giả là những người có kinh nghiệm dày dặn. Đây là một sân chơi hữu ích dành cho những ai “bén duyên” với lĩnh vực này. Sự kiện mang lại cho những Campers không chỉ kiến thức, kinh nghiệm quý giá mà còn cả cơ hội giành được phần thưởng giá trị nếu chiến thắng.

Trong khi đó, FTU FORUM lại mang trong mình trọng trách đem hình ảnh của ngôi trường Ngoại thương đến với những sĩ tử khắp cả nước với sự kiện Ngày hội tuyển sinh (NHTS) được tổ chức hàng năm. Đến với NHTS, các FTUers-wannabe sẽ được giải đáp tận tình, căn kẽ những thắc mắc dù là nhỏ nhất, cũng như hiểu hơn về môi trường và con người Ngoại thương. Chính vì vậy, mỗi FTU FORUM-er mang trong mình tâm thế của một đại sứ truyền thông, là cầu nối giữa FTU với các sĩ tử dưới mái trường phổ thông.

Tạm kết

Dù ở trong môi trường kinh tế hay bất kỳ cộng đồng nào, truyền thông vẫn đóng một vai trò hết sức quan trọng. Dù có những hướng đi khác nhau, hai đại diện của nhóm CLB Truyền thông FTU vẫn góp phần lan tỏa hình ảnh Ngoại thương cũng như những giá trị tích cực tới con người trong và ngoài trường.

Hà Mee - Lộc Lương



À'M LÔNG VỚI NHỮNG BẬT 'CHÁO HÀNH' CỦA FTUERS TRONG MÙA DỊCH

3:00

Chillig
Ngọt
Cà' hoi

NGỌT
LÁT

ĐIỂM NHIỀU

"Dịch Covid-19 ập đến bất ngờ làm cả cộng đồng chao đảo. Tình hình dịch bệnh ở Việt Nam gần đây đã được kiểm soát, song những hệ lụy nó để lại vẫn là điều không tránh khỏi. Vậy nhưng, chính những ngày đông bão tưởng như tồi tệ ấy, lại có những câu chuyện, những con người đem về thứ ánh nắng dịu dàng sưởi ấm tâm hồn, chẳng đâu xa lạ, nằm ngay trong những góc nhỏ Ngoại thương."

Trao đi hơi ấm...

Trong thời điểm dịch Covid-19 diễn biến hết sức phức tạp, nhu cầu máu cho các bệnh nhân tăng vọt, cộng thêm việc hàng loạt những ngày hội hiến máu đã bị huỷ bỏ do lệnh giãn cách dẫn đến tình trạng thiếu máu trở nên trầm trọng. Ấy vậy, bạn Lê Bảo Ngọc, sinh viên K58 TMQT đã không ngại khó khăn đi một quãng đường dài lên Hà Nội để có thể đóng góp một phần sức lực của mình cho Tổ quốc.

Bảo Ngọc kể: "Thực ra tớ là một người rất sợ kim tiêm. Nhưng khi biết rằng bệnh viện đang rất thiếu các đơn vị máu để cứu chữa bệnh nhân, tớ đã được tiếp thêm sự sức mạnh và bắt xe từ Hà Tĩnh lên Thủ đô để tham gia Ngày tình nguyện đỏ do Bệnh viện Huyết học Trung ương tổ chức. Được chung tay giúp đỡ những bệnh nhân đang phải giành giật từng phút một với thần chết, đây là điều tớ cảm thấy ý nghĩa nhất trong mùa dịch."

Tuy sớm nhận được thông báo từ chối nhận máu từ bệnh viện vì huyết áp thấp, Ngọc vẫn biết cách tự tạo cơ hội cho bản thân bằng ba cốc trà đường để đạt điều kiện hiến máu. Cuối cùng, Ngọc đã thành công trong việc góp sức mình vào sự nghiệp chung, và trở về nhà với một tâm hồn rạng rỡ.

Tái Ông thất mã, quãng thời gian cách ly xã hội đã "tặng" cho mỗi người chúng ta một vốn thời gian đủ dùng cho việc nghỉ ngơi bên gia đình, người thân và làm những điều mình muốn nhưng chưa có cơ hội. Bạn Hà My - K58 Tiếng Anh thương mại đã có những trải nghiệm cực kỳ ý nghĩa trong suốt những ngày nghỉ cách ly này.

"Nghỉ dịch ở nhà đúng là rảnh rỗi thật. Thế nên tớ tự tìm cách để bản thân bận rộn một chút. Làng tớ nhiều trẻ con lắm. Không giống ở trên thành phố, chuyện đi học thêm khá là hiếm hoi vì điều kiện kinh tế còn nhiều khó khăn. Thế nên tranh thủ những ngày nghỉ ở



nhà tớ đã dạy thêm tiếng Anh cho các em ý. Cũng may sân nhà tớ rộng, khoảng chục em đến ngồi mà vẫn giữ được khoảng cách an toàn. Bố mẹ tớ còn mua nước rửa tay để sẵn ở trước cổng nữa.” - Hà My vui vẻ kể lại.

Hà My còn kể thêm: “Mấy đứa nhỏ vui lắm, có em còn gọi tớ là cô nữa cơ. Có em học nhanh, có em thì hơi chậm nhưng tất cả đều rất chăm chỉ và ngoan. Đợt nghỉ này với tớ đúng là vui và đáng nhớ lắm!”

...để nhận lại những yêu thương

Có lẽ ảnh hưởng tiêu cực nhất của Covid-19 là tác động của nó đến nền kinh tế khi đẩy hàng loạt doanh nghiệp đến bờ vực phá sản. Vậy nhưng, qua cơn hoạn nạn mới hiểu lòng nhau, nhiều chủ trọ đã chủ động giảm tiền nhà cũng như tạo điều kiện tốt nhất cho người thuê. Bạn Trần Thu Hiền, K57 Tiếng Nhật Thương mại xúc động chia sẻ: “Công việc của bố mẹ tớ bị ảnh hưởng nên thu nhập của gia đình thiếu hụt nghiêm trọng. Tớ thì sắp đến hạn nộp liền một lúc bốn tháng tiền nhà, không biết xoay sở sao cho kịp mà thấy tuyệt vọng dã man. Ấy vậy mà bác chủ nhà không những không giục tiền mà còn giảm cho một chút. Tuy không nhiều nhưng tớ thấy ấm áp lắm.”

Gần gũi hơn, những khoảnh khắc ấm lòng đôi khi còn được tạo ra từ chính những thầy cô của mái trường Ngoại thương. Bạn Vương Thị Huyền Linh, K56 CTTT Quản trị kinh doanh cho biết: “Trường có truyền thống nghỉ Tết từ rất sớm, năm nay bọn tớ được nghỉ từ 22 Tết và dự kiến đi học ngày 16 tháng Giêng. Vốn thời gian nghỉ đã rất dài rồi nhưng do dịch bệnh kéo dài nên ai cũng nhớ thầy cô và bạn bè. Thế mà đúng một cái, trường huy động hết các kênh truyền thông đưa tin 20h tối sẽ có thông báo khẩn cấp. Sinh viên chúng mình thì rất lo lắng, nhớ trường thông báo ngày mai đi học thì làm sao kịp xoay sở để đặt vé lên Hà Nội. Ai cũng hồi hộp, thấp thỏm chờ đến 8 giờ tối thì BÙM! Trường tớ ra

mắt MV ca nhạc do chính các thầy cô biểu diễn.”

Linh nói thêm: “Đó là video quay lại các thầy cô gửi lời hỏi thăm đến sinh viên và biểu diễn bài Perfect của Ed Sheeran. Nếu zoom kĩ video thì còn thấy một văn bản tên là Công văn chính thức đi từ trái tim kèm theo hàng loạt chữ ký đủ màu sắc. Thật sự rất đáng yêu. Sinh viên chúng tớ không ngờ được chuyện này luôn. Tự nhiên cảm thấy ấm áp và được yêu thương rất nhiều.”

Hết lòng với sinh viên, các giảng viên cùng các thành viên của Đoàn thanh niên Đại học Ngoại thương còn tận tâm gói từng túi quà dành tặng từng bạn trong dịp quay trở lại trường. “Nghỉ lâu quá, nghe thông báo đi học trở lại ban đầu tớ cũng thấy hơi nản lòng. Nhưng nhìn những hình ảnh thầy cô và các bạn tới trường để gói những phần khẩu trang, nước rửa tay, ai cũng nhiệt tình và háo hức chờ ngày được đi học lại, tớ cũng cảm thấy như được tiếp thêm sức mạnh vậy, không còn thấy ngại nữa” - Khánh Linh - K58 Luật TMQT chia sẻ.

Tạm kết

Những “bát chào hành” ấy chẳng hề đắt đỏ về vật chất nhưng lại quý giá bội phần. Dịch bệnh tuy tồi tệ nhưng chính bởi cái khắc nghiệt ấy mà chúng ta mới có cơ hội nhận ra những con người, những giá trị tuyệt mỹ nằm ẩn sau lớp vỏ bọc bề ngoài, vội vã của cuộc sống. Chậm lại một thoáng, ngồi xuống, mở lòng và lắng nghe cũng là đủ để trái tim bạn có thêm chút nắng.

Cánh Cụt – Hà My

Virtual Classes - Giải pháp du học thời Covid & Học Bổng

Ngành Quản Trị Du Lịch & Khách Sạn
Trường Quản trị Khách sạn quốc tế Thái Bình Dương (PIHMS)

GIỚI THIỆU PIHMS

Du lịch, khách sạn là một ngành thiếu nguồn lao động chất lượng cao tại Việt Nam và New Zealand. Nhu cầu du lịch, hưởng thụ sẽ ngày càng tăng nhất là khi chất lượng cuộc sống dân trí ngày càng tăng cao.

PIHMS là trường số 1 tại New Zealand, chuyên về 1 ngành và với 1 mục tiêu duy nhất "Đào tạo các nhà quản lý khách sạn". Với mô hình khách sạn là trường học, sinh viên được sống, học tập, thực hành và vui chơi giải trí trong môi trường khách sạn trong suốt thời gian học.

Với cấu trúc chương trình ứng dụng vượt trội và được Ban cố vấn của 12 khách sạn lớn tại New Zealand cùng tham gia xây dựng, sinh viên PIHMS nắm giữ cơ hội việc làm và thăng tiến ngay sau khi tốt nghiệp. PIHMS tập trung vào bốn yếu tố trong chương trình đào tạo mà góp phần tạo sự khác biệt của sinh viên: Thái độ, Kỹ năng, Kiến thức, Kinh nghiệm.

Để được tốt nghiệp, sinh viên phải hoàn thành cả ba mảng của chương trình: Các bộ môn kinh tế, Các nghiệp vụ của khách sạn (nhà hàng, bếp, lễ tân, buồng phòng, tổ chức sự kiện, Quản lý - Duty manager) và Thực tập hưởng lương tới 1 năm (chương trình đại học) và 6 tháng (chương trình Sau đại học, thạc sĩ).

Chương trình thực tập hưởng lương tổng thu nhập từ \$15,000 (6 tháng) - \$30,000 (1 năm) mang lại lợi thế tuyển dụng và thăng tiến cho sinh viên PIHMS không chỉ ở New Zealand mà còn trên trường quốc tế.



THÀNH CÔNG CỦA PIHMS

Sự thành công của PIHMS chính là kết quả đầu ra của sinh viên với những có số đáng tự hào:

97% sinh viên được tuyển dụng trong vòng 3 tháng kể từ ngày tốt nghiệp

55% sinh viên được hợp đồng lao động khi chưa tốt nghiệp

85% sinh viên PIHMS lên các vị trí quản lý trong vòng 1 năm làm việc

72% các nhà tuyển dụng ưu tiên tuyển dụng sinh viên PIHMS

VIRTUAL CLASS Bậc đại học và Sau đại học, Thạc sĩ do chính giảng viên PIHMS giảng dạy qua hệ thống điện tử hoàn hảo i-Pass và phương pháp học chủ động, sáng tạo. Đặc biệt học phí các môn học qua Virtual classes sẽ được giảm từ 40% - 42%: Marketing, Management, Research, Tourism, Business Evaluation.

Virtual classes là giải pháp kịp thời về chất lượng, thời gian, chi phí cho các học sinh, sinh viên có nhu cầu du học nhưng chưa thực hiện được trong giai đoạn hiện nay.

HỌC BỔNG PIHMS

PIHMS luôn ủng hộ những học sinh, sinh viên có kết quả học tập tốt cho tất cả các khoá học Dự bị, Đại học, Cao học với chi phí hợp lý và cơ hội việc làm đảm bảo.

Với tư cách là Business Partner của PIHMS, chị Nga Blanchard - người đã sống và làm việc tại New Zealand từ 2002 cùng đội ngũ PIHMS tại Việt Nam luôn đồng hành cùng sinh viên PIHMS trong suốt cả chặng đường học tập tại New Zealand. Chị Nga Blanchard cũng là người sáng lập và giám đốc điều hành công ty giáo dục New Zealand NZiFOCUS sẽ hỗ trợ các bạn sinh viên những mức HỌC BỔNG các chuyên ngành khác giá trị nhất của New Zealand. Hãy ghé Facebook NZiFOCUS và để lại tin nhắn cho chị Nga nhé!



LIÊN HỆ PIHMS Việt Nam:

SN 27, Ngõ 16, Huỳnh Thúc Kháng, Hà Nội

Hotline: 098.305.9155 / 089.668.5894

Email: vietnam@pihms.ac.nz

Website: www.pihms.ac.nz

Facebook: PIHMS Vietnam



Scan QR CODE để đăng ký tư vấn học bổng New Zealand



Ngành Quản trị Du lịch – Khách sạn trước sức ép gong kim của tự động hóa và trí tuệ nhân tạo

Được mệnh danh là “ngành công nghiệp không khói”, trong nhiều năm trở lại đây, ngành du lịch chiếm giữ một vị trí quan trọng trong nền kinh tế toàn cầu và Việt Nam cũng không nằm ngoài quỹ đạo đó. Cùng với sự phát triển của ngành du lịch là sự nở rộ của hàng loạt các nhóm ngành dịch vụ, trong đó không thể không nhắc tới ngành Quản trị Du lịch - Khách sạn (QTDLKS), với cơ hội việc làm đa dạng và chế độ đãi ngộ hấp dẫn.

Mảnh đất màu mỡ và sức hút khổng lồ

Trong những năm gần đây, du lịch Việt Nam là ngành kinh tế mũi nhọn của cả nước, sở hữu mức tăng trưởng ngoạn mục thuộc hàng cao nhất thế giới với mức trung bình trên 20%/năm. Cụ thể, năm 2019 Việt Nam đón lượng khách quốc tế cao kỷ lục từ trước đến nay là hơn 18 triệu lượt khách và đặt ra mục tiêu đón khoảng 20,5 triệu lượt khách năm 2020. Tuy nhiên, trong mùa dịch Covid-19 vừa rồi, lệnh giãn cách xa hội đã trực tiếp ảnh hưởng đến ngành du lịch, gây tổn thất nặng nề cho nền kinh tế quốc dân. Theo Tổng cục Du lịch (Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch), tháng 3, Việt Nam đón gần 450.000 lượt khách quốc tế, giảm 63,8% so với cùng kỳ năm 2019. Với việc lệnh giãn cách đã được nới lỏng, người dân sẽ sớm quay trở lại với thói quen du lịch, ngành du lịch khi đó sẽ sớm lấy lại được vị thế. Điều này là tiên quyết để ngành QTDLKS gia tăng sức hút.

Mức đãi ngộ cao cũng là một yếu tố hấp dẫn của ngành. Ở vị trí quản lý, nhân viên cấp cao, mức đãi ngộ nhận được sẽ ở khoảng 1000 - 2000 USD. Đối với các vị trí nhân viên có chuyên môn tốt và kinh nghiệm, mức lương 500 - 1000 USD không phải quá khó.



Cơ hội lớn trước gong kim vô hình

Tiềm năng là vậy, ngành QTDLKS vẫn đang chật vật vì thiếu hụt nguồn cung nhân lực. Theo số liệu của Tổng cục Du lịch năm 2019, số lao động trong ngành ở mức 2 triệu người. Chưa kể, lượng nhân công chất lượng cao của ngành cũng chỉ nằm ở mức 10-20% tổng nhân lực. Rõ ràng cơ hội bước chân vào ngành nghề này đang rất rộng mở. Ngày càng nhiều trường đại học mở rộng chuyên ngành đào tạo để đáp ứng nhu cầu học tập và định hướng nghề nghiệp.

Năm 2020, Đại học Ngoại thương tuyển sinh thêm chuyên ngành Quản trị Khách sạn, bên cạnh các chương trình liên kết đào tạo quốc tế về ngành nghề này.

Cơ hội lớn, nhưng liệu ngành QTDLKS có chịu sức ép của quá trình tự động hóa và trí tuệ nhân tạo? Theo báo cáo của MGI, khoảng 50% việc làm sẽ được tự động hóa vào năm 2055 và 14% lực lượng lao động toàn cầu sẽ cần thay đổi công việc. Tất nhiên không gì nằm ngoài xu thế này, kể cả ngành QTDLKS. Các công việc mang tính chất đơn giản hay các công việc cấp độ thấp nói chung sẽ là đối tượng đầu tiên của tự động hóa và trí tuệ nhân tạo.

Tuy nhiên, do tính chất phức tạp đặc thù của một ngành dịch vụ, việc thay thế hoàn toàn nhân công bằng máy móc tự động hóa là không thể xảy ra. Thay vào đó, một sự kết hợp giữa nhân công và máy móc sẽ là lựa chọn tối ưu, trong đó máy móc sẽ thực hiện những công việc mang tính chất lặp lại và tính đa dụng thấp (giao đồ, mang vác hành lý,...) còn nhân công vẫn rất cần thiết cho những tình huống đòi hỏi sự nhạy cảm trong hành động, giao tiếp và đặc biệt là khả năng ra quyết định của nhà quản lý.

Tạm kết

Du lịch đang là một thế mạnh của đất nước và ngành QTDLKS đang là một lĩnh vực giàu tiềm năng. Và dẫu thế giới đang chuyển mình bằng làn sóng tự động hóa và sự phát triển của trí tuệ nhân tạo, đe dọa trực tiếp đến công ăn việc làm của con người, QTDLKS vẫn là một sự lựa chọn đủ vững vàng trước sức ép gong kim của thời đại công nghệ.

Lộc Lương - Thanh Minh

3 XU HƯỚNG ĐỊNH HÌNH MẠNG XÃ HỘI TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

Hai thập kỷ qua chứng kiến sự ra đời của hàng loạt các mạng xã hội (MXH) trực tuyến cùng với những thay đổi trong định dạng thông tin của các nền tảng số này. Ba định dạng phổ biến nhất hiện nay chính là: văn bản, hình ảnh và video clip.



X

-

Hình ảnh dần chiếm lĩnh

Bước sang nửa đầu thập kỷ sau, cùng với sự bùng nổ mạnh mẽ của số lượng người đăng ký MXH, xu hướng sử dụng hình ảnh dần trở nên phổ biến và được đón nhận rộng rãi. Người dùng MXH dần rút ngắn những dòng chia sẻ, thay vào đó họ chuyển sang đăng tải hình ảnh cá nhân nhiều hơn. Ở thời điểm này, những khái niệm “caption” hay “hashtag” trở nên thịnh hành hơn bao giờ hết. Hàng loạt các “tân binh khủng long” như Instagram, Pinterest đã được tung ra với bộ tính năng hấp dẫn để phục vụ nhu cầu của người sử dụng - chia sẻ hình ảnh chất lượng, đa dạng và sống động. Những “đại gia” lâu đời như Facebook, Twitter cũng nhanh chóng cải tiến nhằm bắt kịp cuộc chơi. Nhóm đối tượng chính sử dụng MXH trong thời kỳ này chủ yếu vẫn là thế hệ Y và dần có sự tham gia của nhóm đầu thế hệ Z. Theo xu thế cởi mở trong văn hóa, xã hội; họ có cái nhìn thoáng hơn thế hệ trước, cũng như khả năng thích ứng tốt hơn và có khuynh hướng hòa nhập cộng đồng cao.



X

-

Văn bản lên ngôi

Trong những năm đầu thập kỷ trước, xu hướng chia sẻ văn bản thịnh hành hơn cả. Người dùng MXH tích cực chia sẻ trạng thái và bắt đầu định hình các khái niệm Entry, Comment, Status,... Sự xuất hiện của trang MXH đình đám Yahoo và về sau là sự góp mặt của Facebook, Twitter đều hướng tới mục tiêu cung cấp trải nghiệm chia sẻ văn bản tốt nhất cho người dùng MXH thời điểm đầu những năm 2000. Tệp đối tượng tham gia MXH chính là những người thuộc thế hệ X, chuyển dần sang đầu thế hệ Y. MXH ở thời điểm này vẫn còn mới mẻ, lạ lẫm.

X

-

Sự bùng nổ của video clip

Những năm gần đây, xu hướng chia sẻ video tự quay trở nên mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Thay vì chỉ đăng tải ảnh, người dùng MXH thích thú hơn với việc tự thực hiện các video cho riêng mình, từ những clip ngắn mang nội dung giải trí cho tới các vlog đa lĩnh vực như ẩm thực, du lịch, phong cách sống,... Youtube liên tục thay đổi thuật toán nhằm tạo cho người dùng những trải nghiệm chân thực cũng như cho phép đăng tải video dung lượng lớn, chất lượng cao hơn. Tính năng Stories, Livestream của Facebook và Instagram thu hút đông đảo người sử dụng, tạo nên “tiếng vang” lớn trong ngành công nghệ web 2.0. Một nhân tố đột phá không thể không nhắc tới chính là nền tảng TikTok, “cái nôi” của những clip giải trí ngắn. Tệp người sử dụng MXH dần bị thay thế bởi phần đông gen Z và cuối gen Y. Tuy “sinh sau đẻ muộn” nhưng được tiếp xúc với MXH từ sớm nên họ có tư duy cởi mở, hiện đại, tính cộng đồng cao và luôn khao khát khám phá, tìm kiếm những điều mới lạ.

M ÉONÀ CĂN O MIU NÀO

Cuộc chiến giữa các nền tảng trực tuyến & truyền thống

Trong khoảng một thập kỷ vừa qua, viễn cảnh các nền tảng trực tuyến sẽ thống trị ở mọi lĩnh vực đã không còn xa lạ trên những mặt báo hay những trang phân tích chuyên sâu. Nhưng phải đến gần đây, chúng ta mới thật sự nhìn nhận đủ thấu đáo sự lớn mạnh khủng khiếp của các nền tảng trực tuyến và tiềm năng khổng lồ có thể tiếp tục khai thác ở chúng.



Các nền tảng truyền thông bị “đề bẹp”

Làn sóng cách ly xã hội lan rộng trên toàn thế giới như một loại chất xúc tác thúc đẩy phản ứng tăng trưởng của các nền tảng trực tuyến. Điều này đã thúc đẩy xu hướng làm việc, học tập và giải trí online lên mức trần của thang tăng trưởng.

Những ông lớn của nền tảng streaming (video, music, game,...) như Netflix, Disney+, Spotify, Apple Music, Twitch,... đón nhận chỉ số tăng trưởng đáng kinh ngạc. Điển hình, theo số liệu được thu thập, Netflix trong quý đầu của năm nay đã tăng trưởng doanh thu 29% so với cùng kỳ năm ngoái. Các nền tảng này đang dần thay thế dịch vụ truyền hình truyền thống, người tiêu dùng cũng thay đổi thói quen đến các rạp chiếu phim do ảnh hưởng của dịch bệnh.

Song song, các dịch vụ music streaming đang dần thay đổi thói quen nghe nhạc của người dùng. Khi ngành công nghiệp âm nhạc dần được số hóa, mọi sản phẩm đều được phát hành trên nền tảng số thay cho những bản cứng. Người tiêu dùng chuyển sang mua nhạc online thông qua các ứng dụng. Nhưng hiện tại, điều này đã thay đổi. Nền tảng music streaming nổi lên, với điển hình là Spotify, đã biến người dùng từ những người sở hữu nhạc, thành những người đi thuê, sử dụng thư viện nhạc của hãng streaming, miễn là họ có tài khoản trả phí định kỳ.

Tuy vẫn tồn tại những khuyết điểm cố hữu như vấn đề bảo mật, sự tập trung của người dùng hay vấn đề về công nghệ, không thể phủ nhận việc học tập và làm việc trực tuyến đã phát triển qua từng ngày. Thậm chí còn đánh bật việc học tập và làm việc truyền thống ở các khía cạnh như sự tiện lợi và tính đa dụng.

Lời giải của sự áp đảo

Sẽ là sai lầm khi đánh giá sự tăng trưởng của các nền tảng trực tuyến là hệ quả của sự bất ổn do bệnh dịch. Việc các nền tảng trực tuyến nở rộ và đè nén các nền tảng truyền thống là một mệnh đề được dự đoán từ một thập kỷ trước, khi các nền tảng trực tuyến “trúng nước” xuất hiện và hoàn thiện sản phẩm dịch vụ theo thời gian.

Tiếp tục xét đến Netflix, nền tảng từng được ví với cỗ máy đốt tiền khét tiếng phố Wall. Theo CNN, Netflix đã “đốt” tổng cộng 3 tỷ USD trong năm 2018 cho việc đầu tư nội dung sản phẩm và hoạt động truyền thông. Rõ ràng để có được vị thế hiện tại, Netflix đã có một kế hoạch dài hơi và đầy mạo hiểm để chiếm thị phần lớn nhất có thể. Bên cạnh đó, việc các đối thủ cạnh tranh trực tiếp liên tục xuất hiện và cũng có những động thái “đốt tiền” nhằm bảo vệ lợi thế của Netflix và tăng sức cạnh tranh của thị trường, tiêu biểu như Disney+ và Apple+.

Việc các nền tảng trực tuyến nổi trội hơn còn nằm ở việc chú trọng vào phát triển dịch vụ và sản phẩm. Netflix, Disney+ với số lượng kịch bản gốc khổng lồ, nội dung hấp dẫn và độ nhận diện thương hiệu lớn dễ dàng đánh bật nền tảng truyền thống. Ngoài ra, với việc phát triển thuật toán “đọc vị người dùng”, Spotify hay các nền tảng khác luôn biết cách chiều lòng người dùng bằng dịch vụ chất lượng cao.

Hướng đi tiềm năng

Với việc nền tảng streaming nở rộ, thu hút lượng người xem lớn tại từng thời điểm, đơn cử như Youtube hay Twitch, việc khai thác những nền tảng này cho các chiến dịch marketing là điều khả thi.

Các nền tảng music streaming phát triển đã tác động nhiều tới thói quen nghe nhạc và thói quen sống của người dùng. Trong thời gian tới, người dùng sẽ dành nhiều thời gian hơn cho những khoảnh khắc không-màn-hình (screenless moments). Điều này sẽ mở ra cơ hội để doanh nghiệp sử dụng music marketing để đến gần với khách hàng mục tiêu tại những thời điểm mà quảng cáo hình ảnh thông thường chưa tiếp cận được và nhiều giải pháp khác rơi vào tình trạng bão hòa.

Tạm kết

Không thể phủ nhận các nền tảng trực tuyến đang tăng trưởng với tốc độ phi mã, trong khi đó, những nền tảng truyền thống chưa thể vạch ra tầm nhìn cũng như định hướng dài hạn cho bản thân, cho thấy một sự yếu thế hoàn toàn.

Jovis Academy được thành lập vào năm 2019 với sứ mệnh cung cấp các giải pháp trực quan hóa thông tin và dữ liệu tại Việt Nam. Qua đó, bạn sẽ được biết những bí kíp để truyền tải thông tin theo nhiều cách khác biệt, sáng tạo, sinh động và dễ hiểu hơn. Cụ thể, hiện tại Jovis đang triển khai 3 khóa học chính. Đó là: Powerpoint và thiết kế Slide chuyên nghiệp dành cho doanh nghiệp; sáng tạo Video chuyển động đồ họa với tư duy mới; làm chủ Excel và công nghệ VBA.

“Bạn có đang thiết kế Slide Powerpoint theo cách cũ?”

Khi phải làm việc trong môi trường chuyên nghiệp, bạn phải sử dụng Powerpoint để báo cáo hay thuyết trình. Nếu là người chưa có kinh nghiệm thì những sản phẩm Slide do bạn tạo ra sẽ bị lộn xộn và thiếu thẩm mỹ. Vậy nếu bạn muốn có 1 lộ trình học thiết kế Slide có hiệu quả, muốn bổ sung tư duy thiết kế Slide chuyên nghiệp hay sở hữu bộ công cụ siêu việt giúp thiết kế Slide nhanh hơn gấp 70% so với thông thường thì hãy đến với Jovis Academy.



“Bạn là người đam mê sáng tạo với những hoạt cảnh đồ họa chuyển động nhưng chưa tìm được cách hiện thực hóa nó?”

Bạn đang có ý định tạo ra những video vô cùng sáng tạo và ấn tượng để truyền thông cho một sản phẩm hay sự kiện nhưng lại không biết công cụ nào để thực hiện nó. Vậy bạn có biết, đâu cần dùng đến các phần mềm chuyên nghiệp như After Effects thì Powerpoint đơn giản đã giúp bạn tạo ra được những video đồ họa chuyển động theo một cách khác biệt. Vì vậy, Jovis Academy cung cấp tới bạn khóa học Sáng tạo video đồ họa chuyển động với lộ trình bài bản từ A-Z. Qua đây, học viên nắm được tư duy về Motion Graphic, có thể tự lên kịch bản, tự sáng tạo nhanh các chuyển động với bộ công cụ siêu việt từ Jovis.



“Bạn mong muốn một công cụ giúp bạn xử lý và tự động hóa quy trình làm việc của mình với dữ liệu?”

Để giúp bạn nâng cao năng suất và tự động hóa công việc của mình, Jovis hiện đang triển khai khóa học Excel và VBA chuyên nghiệp. Khóa học hướng tới đối tượng là người làm việc trong các lĩnh vực liên quan đến kế toán, tài chính, hành chính nhân sự, kế hoạch sản xuất. Sau khóa học, bạn có thể làm gì?

- Thành thạo các hàm Excel và tự tay lập trình một số hàm đơn giản để ứng dụng vào công việc thực tế.
- Tự động hóa công việc hành chính, kỹ thuật với VBA:
 - Tổng hợp dữ liệu từ nhiều file về 1 file.
 - Tách dữ liệu từ file gốc ra thành nhiều file, nhiều worksheet, tự tay lập trình các hàm đơn giản phục vụ công việc thực tế.

Ngoài ra, nếu bạn là học sinh, sinh viên hay người đi làm, bạn mong muốn có một bài thuyết trình xuất sắc, hay bạn mong muốn có một video hoạt hình sáng tạo để truyền thông thì bạn không thể bỏ lỡ dịch vụ tại Jovis Academy. Với điểm khác biệt là tính cá nhân hóa cùng tốc độ thiết kế Slide siêu tốc, Jovis Academy cung cấp dịch vụ thiết kế Slide thuyết trình và video truyền thông dành cho bạn.

JOVIS
ACADEMY

Jovis Academy - Your Vision, Your Visualization

Địa chỉ: 21 Đặng Tiến Đông, Đống Đa, Hà Nội

Website: jovis.edu.vn

Hotline: 0333855628



**GIFT
VOUCHER**

THỜI GIẠN SỬ DỤNG 3 THÁNG



jovis.edu.vn

(+84) 33 237 6733

info@jovis.vn

Chứng chỉ CFA® – lợi thế cạnh tranh trong “thế giới phẳng”

#1: Bạn biết gì về CFA®

CFA® là viết tắt của Chartered Financial Analyst®, là một chứng chỉ nghề nghiệp và được xem là tiêu chuẩn vàng đánh giá đạo đức và năng lực của các chuyên gia tài chính, được cấp bởi Viện CFA Hoa Kỳ (www.cfainstitute.org). Chương trình CFA® được công nhận trên toàn cầu bởi tính thực tiễn cao, cung cấp nền tảng kiến thức và các nguyên tắc hoạt động của thị trường đầu tư toàn cầu. Các nhà tuyển dụng luôn đánh giá cao các ứng cử viên học CFA®, trong các thông báo tuyển dụng đưa ra luôn có “yêu cầu đồ CFA® level 1 trở lên” hoặc “có CFA® level 1 là một lợi thế”

#3: Tại sao nên học CFA® tại amiCoach

amiCoach là tổ chức duy nhất tại Việt Nam được cả Viện CFA và Hiệp hội GARP công nhận.

13 năm đào tạo với gần 20.000 giờ giảng, hơn 6.000 lượt học viên, amiCoach cũng là tổ chức đi đầu về kinh nghiệm đào tạo online CFA®, FRM®, Financial Modeling tại Việt Nam.

Khóa học tại amiCoach được xây dựng bởi các giảng viên chất lượng nhất, có khả năng biến những điều phức tạp trở nên vô cùng đơn giản và dễ hiểu.

Học viên được toàn quyền sắp xếp lịch học theo lịch cá nhân, học mọi lúc mọi nơi, học bất cứ khi nào bạn muốn.

Học viên được học theo tiến độ phù hợp với mình, không phải theo tiến độ của cả lớp.

Hình thức học online qua videos giúp người học được tua đi tua lại bài học, đặc biệt là những vấn đề khó để hiểu kỹ hơn.

Học viên được giải đáp bài vở online với các giảng viên, đây là công cụ tuyệt vời hỗ trợ các bạn học viên trong suốt quá trình học mà không nơi nào đào tạo CFA®, FRM® có được.

#2: Lĩnh vực nghề nghiệp dành cho các bạn học CFA®

Quản lý danh mục đầu tư (Portfolio management)
Nghiên cứu và phân tích (Research and Analysis)
Ngân hàng đầu tư (Investment banking)
Quản lý tài sản (Wealth management)
Khối nguồn vốn (Treasury)
Phân tích và quản trị rủi ro (Risk analysis and risk management)
Tài chính doanh nghiệp (Corporate finance)
Tư vấn tài chính (Financial Advisory)
Kế toán/Kiểm toán (Accounting and auditing)
.....

#4: Một vài chia sẻ thú vị về FTUers với CFA®

FTUers biết đến chương trình CFA® từ rất sớm, năm 2009 khi chương trình CFA® còn khá mới ở Việt Nam, đặc biệt trong cộng đồng sinh viên khối ngành kinh tế, thì trong lớp CFA® level 1 tại amiCoach đã có đến 1/3 học viên là sinh viên FTU.

FTUers có thành tích thi rất đáng tự hào, rất nhiều sinh viên FTU đã đỗ các kỳ thi CFA® với kết quả xuất sắc (dựa trên thống kê các FTUers theo học tại amiCoach).

FTUers nhiều năm liền lọt vào chung kết cuộc thi CFA Institute Research Challenge tổ chức tại Việt Nam, trong đó có 3 năm liên tiếp, đội FTU2 đạt giải quán quân và đại diện cho Việt Nam tham gia vòng khu vực Châu Á – Thái Bình Dương.



Vui lòng gửi email đến daotao@amicoach.edu.vn với tiêu đề
Đăng ký học thử miễn phí kèm theo họ tên, điện thoại liên hệ

(*) Thời lượng tối đa lên đến 12 giờ





“Đam mê CHỈ LÀ MỘT CHUYỆN, CÁI CẦN LO LÀ nhiều chuyện khác!”

Tôi gặp Quốc Anh ở ngay chính văn phòng nơi anh làm việc, khi thành phố đã lên đèn từ lâu. Trong suốt cuộc trò chuyện, không ít lần anh phải dừng lại để trả lời những tin nhắn công việc và liên tục xin lỗi chúng tôi về sự bất tiện của mình. Nhưng điều thực sự khiến tôi nhớ mãi về buổi phỏng vấn hôm ấy là dáng vẻ vội vã quay trở lại bàn làm việc của anh sau khi tiễn chúng tôi ra về.

Đứng sau hàng loạt những video với lượng view “khủng”, sở hữu lượng theo dõi đông đảo trên các trang mạng xã hội, Quốc Anh WeLax đang thực sự là một gương mặt tiềm năng với sức ảnh hưởng lớn. Nhưng điều khiến anh thực sự khác biệt, nổi bật giữa hàng ngàn KOL ngoài kia không phải nằm ở những thành tựu mà ở chính con người anh, một chàng trai trẻ với tư duy đột phá và đầy trí tuệ.

PROFILE

Bùi Quốc Anh, sinh viên K53 CTTT Kinh tế Đối ngoại, Đại học Ngoại thương Hà Nội

- Cựu Chủ tịch CLB Tiếng Anh EC
- Bằng TOEFL với số điểm 109/120
- Content Leader của WeLax
- Trực tiếp đứng sau sản xuất hơn 50 clip triệu view, 4 clip chục triệu view và 20 clip quảng cáo triệu view cho các nhãn hàng
- Sở hữu nút bạc Youtube với hơn 100.000 lượt subscribe
- Sở hữu Fanpage cá nhân với gần 50.000 lượt theo dõi

Chạy thật mau để không bỏ lỡ bình minh

Biết mình giỏi điều gì đã khó, biết mình muốn gì, cần gì lại càng khó hơn. Đối với Quốc Anh, truyền thông giải trí cũng không phải là một đam mê mà anh nuôi dưỡng từ khi còn bé. Trên thực tế, anh đặt nguyện vọng ở Ngoại thương một cách ngẫu nhiên và giống như bao sinh viên khác, anh loay hoay trong việc xác định bản thân đang thực sự tìm kiếm điều gì.

Đối với anh, dường như không có quyết định nào là sai lầm. Phát hiện ra đam mê của mình vào năm ba ở một ngôi trường không có ngành Truyền thông, anh chưa từng hối hận và thay vào đó là cố gắng tận dụng mọi cơ hội mình được trao tặng. "Có nhiều khi mình chỉ cảm thấy 20% kiến thức của môn học hay và thú vị. Mình sẽ cố gắng nhớ kỹ 20% ấy, bởi mình biết đó có thể chính là yếu tố giúp mình tìm thấy đam mê thực sự và đạt được nhiều thành công trong sự nghiệp."

Cơ hội giống như bình minh, nếu chờ quá lâu sẽ bỏ lỡ nó. Mà tôi thì cảm thấy Quốc Anh là một kẻ thức thơi đầy trí tuệ. Trên con đường của mình, anh đang tìm mọi cách để chạy thật nhanh, để bắt lấy những cơ hội và để không vượt mất bình minh.

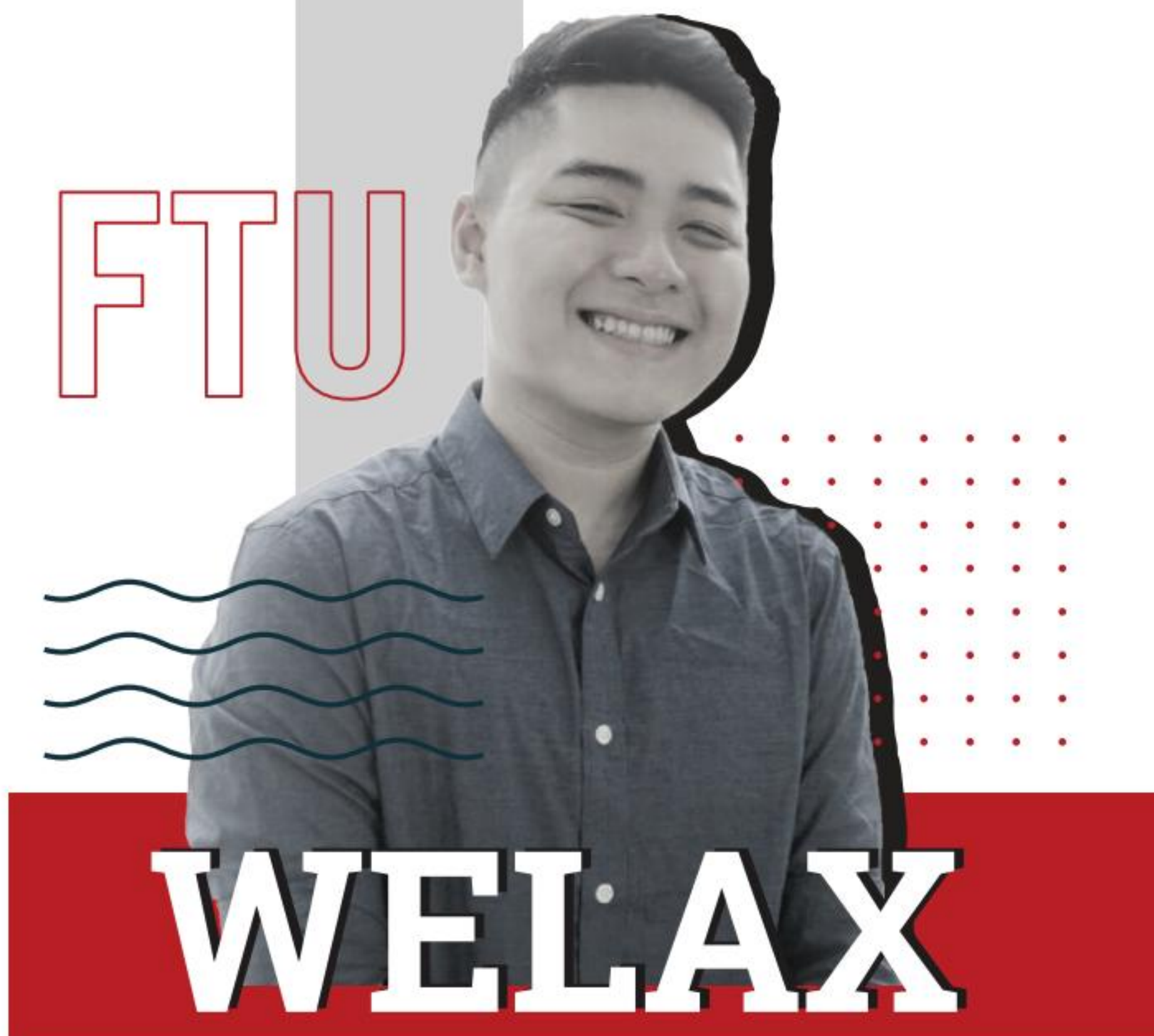
Nhặt mảnh ghép nhỏ, dựng bức tranh lớn

Khi anh nhận ra đam mê của mình và quyết định theo đuổi nó, chính những điều tưởng như không cần thiết mà anh tích góp được ở ngôi trường kinh tế đã đưa anh đi vượt xa cái mác của một diễn viên hài. "Mình thừa nhận bản thân có năng khiếu bẩm sinh, và mình phải có kế hoạch dài hạn để phát triển năng khiếu ấy lên cũng như áp dụng triệt để những điều mình đã được học ở Ngoại thương. Ngoài kia có rất nhiều KOLs, Micro-Influencers nhưng họ không biết cách phát triển một cách công nghiệp. Họ không thể tạo ra nhiều doanh thu cũng như khó để bút phá khỏi vị trí của mình."

Anh nói tiếp: "Kể cả khi những nơi khác mời mình sang làm việc, họ sẽ mong muốn mình đem theo cả hệ thống đã xây dựng, không phải chỉ là hình ảnh hài hước của cá nhân nữa. Để phát triển được như thế yêu cầu cả sự cố gắng và học hỏi. Nếu chỉ dựa vào khiếu hài hước bẩm sinh, mình sẽ mãi chỉ là một KOL mà thôi."

Trong những năm tháng ở Ngoại thương, anh đã từng chút một gom nhặt những mảnh ghép tưởng chừng vô dụng, tưởng chừng nhỏ bé. Để rồi khi những hồi nhạc hiệu vang lên, anh tự ghép nên bức tranh hoàn mỹ cho cuộc đời mình. Để làm được điều đó, tôi dám chắc điều Quốc Anh có không chỉ là năng khiếu. Thứ anh sở hữu thực sự là sự kiên trì, miệt mài, tầm nhìn xa rộng và một tư duy khác biệt.





Tạo bước đột phá trên cái gốc vững vàng

Trong suốt buổi trò chuyện, bỏ qua những lúc gián đoạn bởi công việc, Quốc Anh luôn mang một thái độ nghiêm túc và tập trung hoàn toàn với tôi. Anh luôn nhìn thẳng vào mắt tôi và những câu trả lời tương chừng nhẹ nhàng của anh luôn chứa đựng sự kiên định đầy trọng lượng.

Tôi hỏi anh về hành trình theo đuổi đam mê, về những dấu mốc trong đời đưa anh tới con đường hiện tại. Để đưa ra được những quyết định quan trọng, hẳn người ta phải trải qua những điều to lớn lắm, tôi đã nghĩ vậy khi chờ đợi một câu trả lời từ anh.

"Chẳng có điểm nút nào đưa mình tới những quyết định của bản thân. Khi quyết định chuyển hướng theo đuổi ngành này, cả gia đình và thầy cô, những người xung quanh đều không ủng hộ. Họ đều lo rằng con đường mình đi quá chênh vênh và không đủ vững vàng. Nhưng mình nhìn thấy, thấy rất rõ tương lai của nó. Vì thế, mình quyết tâm theo đuổi bằng được đam mê này."

Ở Quốc Anh luôn có một niềm tin mãnh liệt vào chính mình. Anh không cố gắng để tìm cho mình những lối đi. Anh tự tạo ra nó. Và anh kiên định với lối đi của mình. "Mình phải có màu sắc riêng và khác biệt, không thể vì nghe theo mọi người mà thay đổi bản thân. Đây là bài học lớn nhất trong cuộc đời này."

Trong vòng tròn xoay chuyển không ngừng của ngành truyền thông giải trí lắm thị phi, nhiều biến động, muốn trụ vững chẳng phải điều dễ dàng. Nhưng đứng trước những

thách thức ấy, dường như Quốc Anh lại chẳng có chút lo ngại nào. "Mình luôn cố gắng nghiên cứu thật sâu và thật kỹ để nội dung vừa khác biệt, hợp thời lại tạo được hiệu ứng bền vững. Mình không thể chờ đợi để bị loại bỏ được. Xây dựng một cái gốc khác biệt, mình sẽ thu hút được sự chú ý."

Vậy còn động lực để anh cố gắng và kiên trì lâu tới vậy?

"Mình chỉ muốn chứng minh cho mọi người thấy, việc là một sinh viên Ngoại thương đi làm trong ngành truyền thông giải trí không phải điều gì đáng xấu hổ. Mình theo đuổi đam mê nhưng vẫn cố gắng mang lại giá trị cho trường và những con người nơi đây."

Anh trả lời những câu hỏi của tôi điềm tĩnh và đầy tự tin. Tôi hiểu, anh đã tự gây dựng cho bản thân một cái gốc vững chãi, vững tới mức, đứng trên đó anh có đủ tự tin để dám thừa nhận chính mình.

Tôi tìm đến Quốc Anh với tâm thế tìm đến một KOL đang lên, một diễn viên hài trẻ triển vọng. Nhưng những điều anh để lại cho tôi sau cuộc trò chuyện tối muộn ấy đã bỏ xa ấn tượng ban đầu của tôi về anh - một người thủ lĩnh trẻ với nội hàm mạnh mẽ. Ở tuổi 24, anh xứng đáng với những thành công đang có. Bởi vì, hơn ai hết, anh sở hữu một cái gốc khác biệt, cái gốc do chính anh tạo dựng nên.

Chân thành cảm ơn anh Bùi Quốc Anh đã nhận lời tham gia bài phỏng vấn này!

Cánh Cụt - Hà My



NGƯỜI XƯA NÓI KHÔNG NÊN ĐÁNH GIÁ MỘT QUYỂN SÁCH CHỈ QUA TRANG BÌA CỦA NÓ VÀ ĐÚNG LÀ NHƯ VẬY

Từ nhỏ chúng ta đã được dạy: “Không nên đánh giá một quyển sách chỉ qua trang bìa và không nên đánh giá một con người chỉ qua vẻ bề ngoài”. Rõ ràng, việc nhìn nhận và đánh giá bất cứ thứ gì trên cuộc đời này đều không phải việc đơn giản và nhanh chóng. Vậy giả dụ bạn là một quyển sách, liệu bạn có tò mò muốn khám phá đó là một quyển sách như thế nào?

1. Vào một buổi tối đẹp trời, một vị thần từ hư vô bỗng xuất hiện trong phòng ngủ của bạn. Ngài đề nghị đưa bạn đến một nơi mà bạn muốn, đó sẽ là:

- A. Một đồng cỏ xanh được phủ bởi bầu trời sao đêm đầy lãng mạn
- B. Một mê cung rộng lớn và cực kỳ “khoaai sẵn”
- C. Một thư viện ngăn nắp và không gian tuyệt vời
- D. Một nơi cực kỳ, cực kỳ, cực kỳ quan trọng với bạn

2. Bạn cùng vị thần vô danh đó đã thống nhất được địa điểm. Lúc này, vị thần gợi ý bạn có thể chọn một người bất kỳ làm bạn đồng hành. Bạn sẽ chọn:

- A. Người bạn đang thích thầm bấy lâu
- B. Thanos
- C. Doctor Strange
- D. Groot

3. Trong tích tắc, bạn đã đặt chân tới địa điểm yêu cầu. Lúc này, hành động đầu tiên nảy ra trong suy nghĩ của bạn là:

- A. Tận hưởng bầu không khí và cảm xúc mà nó đem lại
- B. Đi xem xét kỹ lưỡng mọi thứ xung quanh trước khi làm bất cứ điều gì
- C. Tuân thủ hướng dẫn và luôn theo sát người đã đưa mình tới đây
- D. Đi khám phá những thứ khiến bản thân hứng thú

4. Di chuyển nhiều như vậy hẳn bạn cũng khá đói rồi, cùng lựa chọn món ăn lót dạ nhé! Lựa chọn của bạn là:

- A. Bít tết
- B. Hamburger
- C. Phở
- D. Bún đậu mắm tôm



5. Và rồi bạn nhận ra, mình đang ở thời điểm đẹp nhất trong năm, đó là:

- A. Xuân
- B. Hạ
- C. Thu
- D. Đông



6. Vị thần đưa cho bạn bốn lá bài và chỉ được chọn một, bạn sẽ chọn:

- A. Lá bài có hình nữ hoàng trên tay cầm một quả tim máu
- B. Lá bài có hình 2 thanh gươm
- C. Lá bài có hình 1 cánh cổng
- D. Lá bài có hình đôi bàn tay

7. Được biết, lá bài là một vật sẽ ảnh hưởng tới cuộc sống sau này của bạn. Bạn nên cất giữ nó một cách cẩn thận, nơi đó là:

- A. Luôn giữ trên tay và trong tầm mắt.
- B. Để trong túi áo khoác.
- C. Cất trong túi đựng đồ dùng.
- D. Cất giữ trong một chiếc hộp.

8. Đột nhiên vị thần biến mất, kéo theo toàn bộ mọi thứ và bạn lại ở trong căn phòng ngủ quen thuộc. Theo bạn, những điều vừa xảy ra, tất cả là:

- A. Một phép màu có thật
- B. Chỉ là một thứ ảo giác
- C. Là do bạn ngủ mê
- D. Là một kí ức trong quá khứ



Bây giờ hãy cùng xem kết quả nhé! Hãy dựa vào đáp án mà bạn lựa chọn nhiều nhất khi trả lời các câu hỏi:

A - Một áng ngôn tình lãng mạn: Bạn là một người bay bổng và sở hữu sự lãng mạn trong mình. Bạn trải nghiệm cuộc sống bằng cách tận hưởng những cung bậc cảm xúc mà nó đem lại. Bạn còn là người luôn tích cực trong cuộc sống và giàu sức sáng tạo.

B - Một tác phẩm trinh thám: Bạn là một người sở hữu sự logic và quyết đoán trong suy nghĩ và hành động. Mọi hành động, cử chỉ của bạn đều có ý nghĩa riêng và ít có thứ gì là thừa. Bên cạnh đó, bạn ưa những thứ mới lạ và đây cũng là những thứ duy nhất có thể thỏa mãn bạn.

C - Một quyển sách giáo khoa: Bạn có những tôn chỉ riêng cho cuộc sống của bản thân, chuẩn chỉ như sách giáo khoa. Bạn nổi tiếng với vốn hiểu biết sâu rộng, thấu hiểu bản thân và cả những người xung quanh. Đối nhân xử thế tốt và cứng nhắc có thể là những thứ bẩm sinh trong bạn.

D - Một quyển sách tự lực: Bạn là người có tâm lý vị kỷ và luôn muốn hoàn thiện bản thân một cách tốt nhất có thể. Bạn cũng là người có xu hướng nội tâm và sở hữu một nội tâm phong phú. Người khác đôi khi sẽ cảm thấy bạn khó gần nhưng khi tiếp xúc đủ lâu, họ sẽ nhận ra rằng đó chỉ là lớp vỏ bọc cảm xúc mà bạn vô tình tạo ra.

Tạm kết

Hy vọng sau khi hoàn thành bài trắc nghiệm, bạn sẽ nhận ra được nhiều thứ hơn ở bản thân và những người xung quanh cũng có cơ hội để hiểu sâu hơn về bạn, chứ không chỉ dừng lại ở việc cảm nhận qua tấm bìa sách.

Lộc Lương - Vịt



Chuyện du học mùa dịch: “Bố mẹ đừng lo, con vẫn ổn”



Những ngày cách ly xã hội vừa qua chắc chắn là những ngày đáng nhớ của bất cứ ai. Người ta có thêm thời gian dành cho bản thân, cho gia đình và những người yêu thương. Cũng là cách ly, song khác ở chỗ - không có gia đình bên cạnh, nhiều người đã phải trải qua cuộc sống vốn đã khó khăn, nay lại càng thiếu thốn. Trong số đó, có cả những du học sinh cùng với những cảm xúc không thể nào quên nơi xứ người.

Cô đơn

"Trong suốt hai năm ở Nhật, chưa có thời điểm nào mình cảm thấy cô đơn như lúc này. Kí túc xá vắng tanh, chỉ còn lác đác mấy bạn du học sinh giống như mình. Trường phân lại riêng cho mỗi đứa ở một phòng, chỉ gặp được nhau mỗi lúc ăn hoặc học bài chung, thi thoảng thì cùng đi siêu thị. Ở Nhật, người ta vốn đã tôn trọng sự riêng tư cá nhân, nay lại càng khó để mở lòng. Chẳng thể biết những người mình gặp có nhiễm bệnh không, hoặc mới từ vùng nào đến. Càng e ngại nên càng đề phòng. Dịch lại xảy ra đúng mùa anh đào nở năm nay nên là tiếc lắm. Song vẫn biết cách ly là cần thiết, mình chỉ mong dịch sớm qua để mọi thứ quay về với nhịp độ bình thường."



"Ở Nhật, người ta vốn đã tôn trọng sự riêng tư cá nhân, nay lại càng khó để mở lòng."

Hồng Hương, K56 - Fukuoka Women's University, Nhật Bản



"Những chuyện như này hội người Việt bên đây cũng nói nhiều rồi, thành ra không còn quá lạ lẫm."

Hà Anh, K57 - Algonquin College, Canada

Bức xúc

"Khi dịch bùng phát, cả thành phố phải đóng cửa. Một người bạn của mình là người châu Á đã bị những kẻ thiếu học thức lăng mạ khi đi xe buýt. Bọn họ ném đồ về phía cậu ấy, còn vài người vô gia cư bên đường thì gào lên. Phân biệt đối xử không phải chỉ là những câu chuyện trên mạng nữa. Nó hoàn toàn có thể xảy ra với bất kỳ ai, kể cả mình. Đó thực sự là một trải nghiệm kinh khủng tại quốc gia đa sắc tộc này."

- Anh Tuấn bức xúc chia sẻ.

"Chính mình đã bị một gã đàn ông trạc tuổi xúc phạm trên một chuyến tàu. Hắn ta có thành kiến với người Trung Quốc và tưởng nhầm mình là người Trung, nên đã văng tục trước mặt tất cả mọi người rồi bỏ đi. Mình không phản ứng gì. Một phần vì mình không thể làm được gì. Phần vì, những chuyện như này hội người Việt bên đây cũng nói nhiều rồi, thành ra không còn quá lạ lẫm."

- Hà Anh tâm sự.



*"Mình biết bố mẹ chỉ có thể yên tâm khi nghe mình nói:
"Con vẫn ổn" mà thôi."*

Thanh Vân, K58 - Tasmania University, Australia

#Ổn

"Mình đã đặt vé máy bay trở về nước vào ngày 24/3. Chuẩn bị xong xuôi hết thì chuyến bay bị hủy chỉ trước có một ngày. Lúc ấy mình vừa tức vừa buồn, chỉ muốn khóc thôi ấy. Ở nhà chắc mọi người cũng buồn, song vẫn phải an ủi mình. Gia đình mình sẽ luôn gọi cho nhau vào một khung giờ cố định mỗi ngày. Có cả ông bà mình nữa. Như vậy mình biết là mọi người ở nhà vẫn ổn, và mình cũng vậy. Dù cho cách nhau vài chục giờ bay cũng chẳng còn là vấn đề." - Hà Anh hào hứng kể lại.

"Mình lựa chọn ở lại Úc vì thời điểm ấy Việt Nam vẫn đang trong đỉnh dịch. Là bố mẹ thì ai chẳng lo lắng, nhưng họ không khuyên nhủ hay giục giã mình quay về mà tôn trọng quyết định của mình. Nhưng bên này thông tin không được cập nhật sát sao như ở nhà, nên hàng ngày cả nhà mình vẫn gọi cho nhau. Thật ra, mình biết bố mẹ chỉ có thể yên tâm khi nghe mình nói: "Con vẫn ổn" mà thôi." - Thanh Vân chia sẻ.

#Hài lòng

Đối với Vân, “Cuộc sống chẳng đảo lộn nhiều lắm, thậm chí còn có mặt tích cực. Hồi trước nếu đeo khẩu trang ra đường thì mình sẽ bị nhìn như một sinh vật lạ. Nhưng giờ ai cũng đeo, nên mình lại là một người bình thường.”

Hường thì thích thú kể: “Các bác quản lý người Nhật rất quan tâm tới bọn mình. Biết bọn mình ở trong ký túc xá buồn tẻ, các bác hay cho đồ ăn, bánh kẹo, có hôm còn đặt cả thùng to tướng trước sảnh, hôm lại được phát thêm cơm. Mình vui lắm, vì cảm nhận được chút ít không khí gia đình trong những ngày tháng không dễ dàng này.”

Tuấn tâm sự: “Một người nhập cư tốt bụng đã tặng mình 5000 đô khi biết mình làm mất tiền học phí. Mình không thể cảm kích hơn được nữa. Hóa ra dù ở đâu cũng vẫn có người này người khác. Hạn chế tiếp xúc xã hội không hề đánh mất sự tốt bụng và thân thiện của những con người nơi đây.”

Dù không thể về nước, mình vẫn may mắn được ở với chú di bên này. Và mình còn có những người bạn nước ngoài tuyệt vời nữa. Mình không giả vờ ồn để bố mẹ an tâm. Mình thật sự hài lòng với cuộc sống và con người bên này, dù có đang trong dịch bệnh hay không.” - Hà Anh thổ lộ.



“Hạn chế tiếp xúc xã hội không hề đánh mất sự tốt bụng và thân thiện của những con người nơi đây.”

Anh Tuấn, K57 - Minerva Schools at KGI, Mỹ

#Tạm kết

Dù ở phương trời nào, những du học sinh vẫn tìm được cách thích nghi với cuộc sống độc lập. Dù khổ khăn nhân thêm nhiều lần trong thời kỳ dịch bệnh, họ vẫn luôn duy trì một thái độ lạc quan và tích cực đóng góp cho cộng đồng. Dẫu không có người thân bên cạnh, họ vẫn nhận được những tình cảm đặc biệt của con người tứ xứ. Đại dịch, ở nhiều góc độ, vẫn tồn tại mặt tích cực. Khi dịch qua đi, những trải nghiệm khó quên này chắc chắn sẽ giúp mỗi người thêm mạnh mẽ và trưởng thành.

Chân thành cảm ơn sự chia sẻ của các nhân vật trong suốt quá trình phỏng vấn.

Tùng Lâm - Thanh Minh

LÀ CON TRAI THÌ KHÔNG ĐƯỢC YẾU ĐUỐI!



"Đấu tranh giành quyền bình đẳng giới không còn gói gọn trong phái nữ, mà nam giới cũng cần được quan tâm."

Chúng kiến những hành động thân mật như nắm tay hay ôm ấp giữa hai cô gái, hầu hết mọi người chỉ cảm thấy đó là biểu hiện của sự thân thiết. Nhưng nếu hành vi tương tự xuất hiện giữa hai người đàn ông, khả năng cao họ sẽ phải nhận lấy những lời phán xét, miệt thị. Mặc dù việc đấu tranh cho bình đẳng giới đang ngày một mạnh mẽ, định kiến đặt trên vai nam giới vẫn có một sức nặng nhất định.

Những định kiến này có xu hướng biến đổi mạnh mẽ nhất trong ngành thời trang và nghệ thuật, mà mới đây là với show diễn Thu - Đông của nhà mốt Gucci. Hình những chàng trai để tóc dài, diện váy baby doll hay quần ống loe bóng loáng được đưa lên sàn catwalk, truyền đi thông điệp cấp tiến về bản sắc giới và phản đối những biểu hiện của "tính nam độc hại". Nhưng đó là câu chuyện dưới ánh đèn sân khấu, còn trong thực tế xung quanh chúng ta thì sao?

"Là con trai thì không được yếu đuối!" – Ngay từ khi chưa có đủ khả năng nhận thức, các cậu bé đã bị áp đặt tiêu chuẩn về sự nam tính. Những tiêu chuẩn có thể cực đoan đến mức họ không được phép tiếp xúc với những thứ được coi là "nữ tính", từ màu hồng đến các chương trình truyền hình có những cô gái là nhân vật chính. Ở một khía cạnh nào đó, họ bị tước đoạt một phần thiết yếu trong tính cách của bản thân.

Như thể hiệu ứng Domino, trong suốt cuộc đời mình, nam giới tiếp tục phải đối diện với ảo tưởng về "câu lạc bộ những người đàn ông đích thực" nơi họ buộc phải tuân thủ các quy tắc ngầm: thực hiện hành vi bạo lực để thể hiện sức mạnh, có nhu cầu cao trong chuyện chăn gối và phải biết giấu nhem đi những cảm xúc của mình. Nếu không đáp ứng được những tiêu chuẩn đó, họ sẽ bị chế giễu là "ẻo lả", "bóng lộn" hay tệ hơn là "thằng đàn bà" – một danh từ khiếm nhã với cả hai giới tính. Đôi

khi, trong một nỗ lực đầy bất an nhằm tránh khỏi sự miệt thị và khinh thường, họ sẵn sàng đánh đổi rủi ro về sức khỏe để chứng minh "sự đàn ông" của mình. Chẳng phải ngẫu nhiên nam giới là đối tượng chủ yếu tìm đến rượu bia, thuốc lá hay những trò chơi mạo hiểm.

Việc bị cầm tù cảm xúc trong một khoảng thời gian dài cũng khiến những người đàn ông - thực - thụ gặp khó khăn trong việc tìm kiếm sự giúp đỡ với những vấn đề của bản thân. Họ dễ bị tổn thương hơn khi cơ thể không được bảo vệ vì "con trai không bị đau". Có khó không để tin một người đàn ông bị ép buộc quan hệ, thay vì những bình luận như kiểu: "Sướng thế mà còn bày đặt"; "Làm gì có chuyện con trai bị cưỡng hiếp". Tổn thương nhân đôi về cả thể chất lẫn tinh thần, họ lại càng giấu diếm và thu mình lại, tiếp tục trở thành nạn nhân câm lặng của xã hội.

Áp lực về vai trò, trách nhiệm đối với gia đình, cộng đồng cũng trở thành những hòn đá tảng đè nặng lên vai họ. Quan niệm "đàn ông phải là trụ cột gia đình", "đàn ông phải làm nên nghiệp lớn" dường như được coi là nghiêm nhiên ở hầu hết các nền văn hóa. Giống như áp suất trong chiếc nồi hơi kín bưng, họ không thể giải phóng những cảm xúc, căng thẳng trong lòng ra ngoài một cách tự nhiên nhất bởi những tiêu chuẩn về sự mạnh mẽ.

Đấu tranh giành quyền bình đẳng giới không còn gói gọn trong phái nữ, mà nam giới cũng cần được quan tâm. Bỏ qua những quy chụp về chuẩn mực giới tính, sự bình đẳng thực sự phải nằm ở việc thừa nhận bản chất tự nhiên cố hữu của con người. Bất kể nam hay nữ, họ đều có quyền mạnh mẽ, quyền yếu đuối, quyền được sống, được là chính mình. Điều chúng ta nên làm không phải là kêu gọi cho bình đẳng giới, mà là chấp nhận sự thật, rằng ai cũng xứng đáng được thừa nhận, tôn trọng và yêu thương.

Từ câu nói "Learning Today, Leading Tomorrow" cho đến hành động

Là một FTUers hay bất kể một sinh viên nào khác thì việc thành thạo 2 ngôn ngữ trở lên đều là một lợi thế. Nhà báo lỗi lạc Samuel Smiles cho rằng: "Gieo suy nghĩ gặt hành động, gieo hành động gặt thói quen, gieo thói quen gặt tính cách, gieo tính cách gặt số phận". Quả thực khi chúng ta bắt đầu từ những suy nghĩ nhỏ nhất đã là một sự thay đổi lớn đối với cả quãng đường dài phía sau cũng giống như việc sớm nhận thức việc học IELTS để như cách chúng ta chế biến một món ăn vậy.

EFUN CENTER

IELTS CHỈ LÀ CHUYỆN NHỎ

"Make Your Future Ready" là một câu khẩu hiệu không còn xa lạ đối với bất kỳ học viên nào khi đến với EFun Center. Sở dĩ EFun Center nhận được nhiều sự yêu mến và đồng hành của học viên đến vậy là bởi giá trị cộng đồng mà EFun mang lại. Đem Tiếng Anh và các chứng chỉ như IELTS, TOEIC,... gần hơn tới tay các bạn Sinh viên là sứ mệnh của EFun Center, thông qua đó giúp các bạn hội nhập quốc tế, vững hành trang để trở thành công dân toàn cầu. Tham gia ngay với EFun Center nhé!



Hãy lựa chọn EFun là nơi khởi nguồn cho sự đam mê ngôn ngữ toàn cầu, khởi nguồn của một cuộc sống hội nhập. EFun Center luôn đồng hành cùng Sinh viên Việt trên con đường chinh phục giấc mơ!

"Never stop learning because life never stop teaching"



GIFT VOUCHER

TRUNG TÂM NGOẠI NGỮ EFUN

LUYỆN THI IELTS

Cam kết đảm bảo đầu ra
Chất lượng hàng đầu
Tiết kiệm thời gian và chi phí

15%

VALUE

DÀNH CHO TẤT CẢ CÁC KHÓA HỌC TẠI EFUN

Phương pháp đào tạo đạt chuẩn linh hoạt với từng học viên

Chương trình đào tạo của EFun Center được thiết kế độc quyền bởi hội đồng chuyên môn kỳ cựu, uy tín với hơn 12 năm kinh nghiệm giảng dạy Tiếng Anh, luyện thi IELTS, TOEIC, TOFEL,... đến từ các trường Đại học Quốc Gia Hà Nội, Đại học Ngoại ngữ. Chính vì vậy, các học viên có trình độ khác nhau sẽ được thiết kế những chương trình giảng dạy riêng phù hợp với nhu cầu cá nhân đó.

Mô hình lớp nhỏ

Sẽ thật khó kiểm soát chất lượng của từng học viên nếu như sĩ số quá đông. Hiểu được điều đó, tại EFun mỗi lớp chỉ tối đa 8 học viên để đảm bảo chất lượng đầu ra. Ngoài ra, đội ngũ trợ giảng luôn sẵn sàng 24/24 để giải đáp, hỗ trợ thắc mắc của các học viên khi cần thiết.

Cộng đồng vững mạnh

Duy trì mô hình Câu Lạc bộ Tiếng Anh IELTS A-Z là giá trị nhân văn nhất chúng tôi mong muốn mang lại cho cộng đồng người Việt thông qua các hoạt động giao lưu, chữa bài, luyện thi, luyện phát âm miễn phí.

Đảm bảo kết quả đầu ra

Học phí phải chăng mà chất lượng lại được cam kết, ngại gì mà không thử đúng không nào các bạn!



EFUN CENTER - ĐẠI SỨ IELTS
Địa chỉ: Số 2, ngõ 97 Vương Thừa Vũ, Thanh Xuân, HN
Fanpage: fb.com/tienganhquocite.Efun
Hotline: 0834 781 424

BIẾT THIẾT KẾ LÀ MỘT LỢI THẾ



ColorME

Lớp học thiết kế cho người mới bắt đầu

- ★ Chi phí hợp lý
- ★ Tiết kiệm thời gian
- ★ Giảng viên nhiệt tình
- ★ Giáo trình ứng dụng

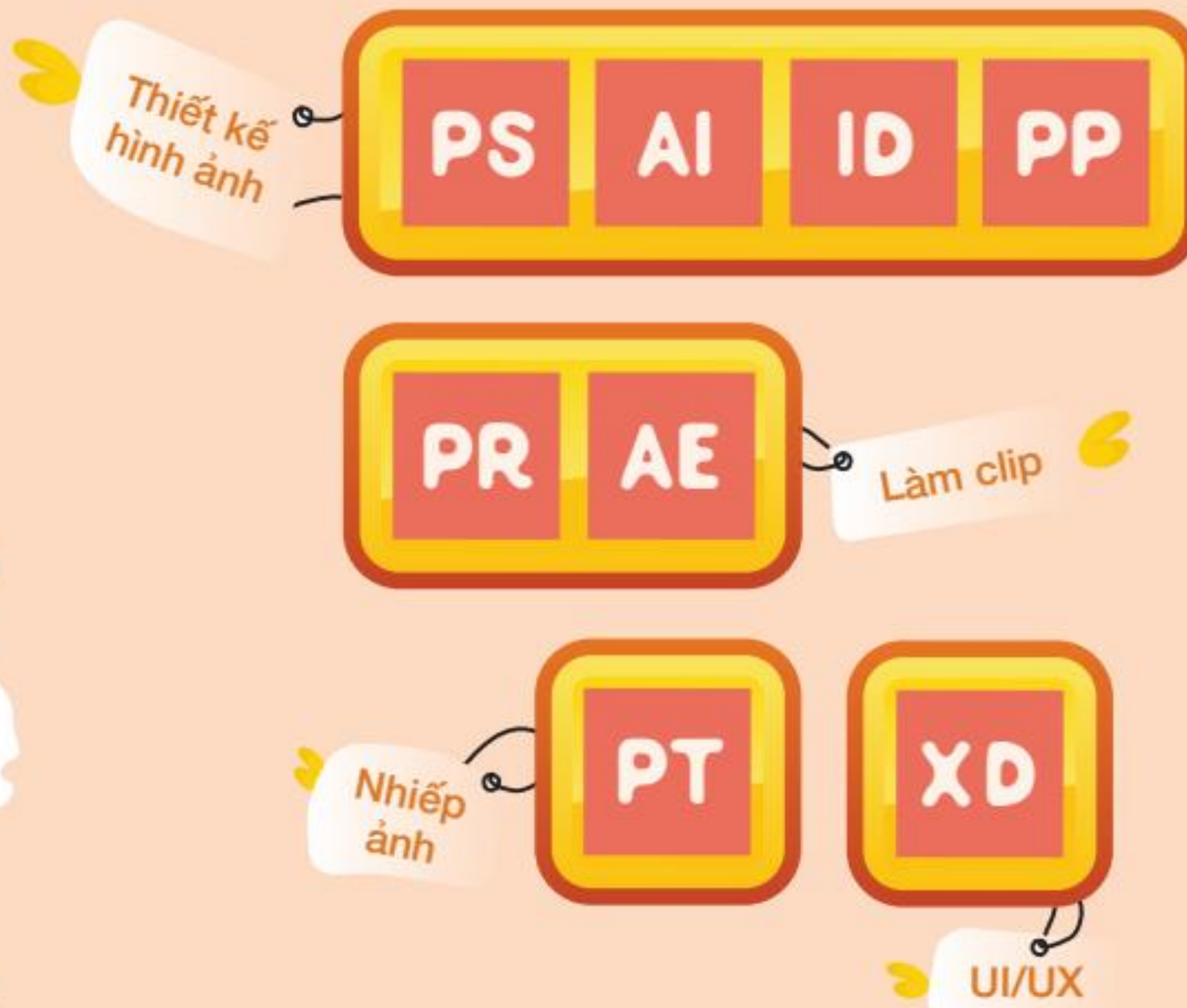
ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
FOREIGN TRADE UNIVERSITY

Thông tin liên hệ

Fanpage: Color ME
Hotline: 024 3550 0333
Website: <http://colorme.vn/>

– STUDY PACK –

TRỌN BỘ 8 KHÓA - CHỈ TỪ 3TR3



- ▶ **CS 1:** Số 175 Chùa Láng, Đống Đa, HN.
- ▶ **CS 2:** Số 116 Trường Chinh, Đống Đa, HN.
- ▶ **CS 3:** Tầng 2, Tòa nhà Trung Yên 1, 58A Trung Kính, HN

Năm Covid thứ nhất

Nghệ thuật khẳng định giá trị bằng những thông điệp tích cực

Dạo quanh một vòng nghệ thuật thế giới trong khoảng thời gian gần đây, không khó để có thể tìm ra những tác phẩm vừa mang đậm tính nhân văn vừa có sức lan tỏa lớn. Bởi lẽ rằng, với ý nghĩa sâu xa xuất phát từ bản chất, gốc rễ của xã hội, nghệ thuật đã và đang sở hữu những tác động, ảnh hưởng tích cực đến các cá nhân và cộng đồng.

Nghệ thuật thế giới: Lời cổ vũ toàn cầu

Ở những nước phương Tây, nơi ý thức phòng ngừa dịch bệnh của người dân còn ở mức thấp, coi nhẹ việc đeo khẩu trang, nghệ thuật đường phố đã tác động nhất định trong việc thay đổi nhận thức của người dân. Ở mọi con phố, ngõ đường, dễ dàng tìm thấy những bức họa với thông điệp kêu gọi người dân đeo khẩu trang, hay ở trong nhà và hạn chế di chuyển. Ấn tượng nhất, có thể kể đến bức họa nàng Mona Lisa đeo khẩu trang trên một con phố của Catania, Italy. Và bên cạnh việc truyền tải thông điệp phòng dịch, còn đó là những bức họa vinh danh, tri ân những "chiến sĩ áo trắng" ở tuyến đầu cuộc chiến.

Còn trong âm nhạc, phong trào "chế" lại những bài hát nổi tiếng nhanh chóng trở nên phổ biến. Những ca khúc được

được sáng tạo lại phần lời theo chủ đề dịch bệnh dễ dàng nổi tiếng trên Youtube và thu hút hàng triệu lượt xem. Tiêu biểu phải kể đến *Hello (from the inside)* và *Stay home* của giọng ca The Voice Mỹ 2012 - Chris Mann hay *Social Distance* của Clay Agnew. Qua cách truyền tải hóm hỉnh và gần gũi, những bài hát "chế" đã giúp truyền tải nhiều thông điệp tích cực và cổ vũ người dân toàn cầu.

Việc sử dụng những tác phẩm nghệ thuật nổi tiếng và làm mới lại chúng dựa trên thông điệp muốn truyền tải rõ ràng sẽ hấp dẫn và ấn tượng hơn với người xem. Bởi lẽ, không gì dễ len lỏi vào suy nghĩ và cảm xúc của con người bằng nghệ thuật.



Nghệ thuật Việt Nam: Tính nhân văn tích cực trong từng loại hình nghệ thuật

Trong suốt thời gian qua, không khó để nhận ra rằng nghệ thuật Việt Nam đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong việc lan tỏa những thông điệp phòng chống dịch bệnh hiệu quả. Tiêu biểu như trong âm nhạc, với sự cộng hưởng của giai điệu bắt tai và "vũ điệu rửa tay" gây sốt toàn cầu, bài hát "Ghen Cô Vy" đã khơi mào cho làn sóng tuyên truyền trong giới văn nghệ sĩ. Tiếp nối "Ghen Cô Vy", hàng loạt những ca khúc mới được sáng tác hoặc chế biến lại, có thể kể đến như "Sao anh chưa về nhà", "Để Mị nấu cho mà xem",... Hiếm có khi nào, ngồi chễm chệ trên đầu các bảng xếp hạng âm nhạc cùng tần suất xuất hiện dày đặc trên các kênh truyền thông lại toàn những bài hát đậm tính thời sự như thế.

Trong điện ảnh, không thể không nhắc đến tác phẩm "Những ngày không quên" của VFC. Đây là bộ phim đầu tiên về đề tài phòng chống dịch bệnh, được xây dựng lại dựa trên cốt truyện có sẵn của "Về nhà đi con" và "Cô gái nhà người ta". Bằng việc lồng ghép tinh tế những nội dung, tin tức thời sự cập nhật trong từng phân đoạn, bộ phim đã tái hiện lại chi tiết và sống động những sự kiện diễn ra trong xã hội thời gian vừa qua, như việc người dân đổ xô đi mua đồ, tích trữ lương thực hay việc trục lợi từ việc bán nước sát khuẩn giả...

Trong hội họa, những bức tranh cổ động đã bày tỏ tấm lòng của mỗi người dân gửi gắm đến những con người ở tuyến đầu chống dịch. Những vất vả, gian truân, gánh nặng đã được những họa sĩ thể hiện một cách chân thực qua từng bức vẽ. Với nhóm ký họa Hà Nội, họ đã tạo nên những bức vẽ ghi lại từng chi tiết nhỏ bé, bình dị, đáng yêu của thủ đô từ việc người dân sử dụng khẩu trang, đến hình ảnh những chai nước rửa tay được đặt ở nơi công cộng,... Mỗi nghệ sĩ, xét cho cùng đều gửi gắm những ý nghĩa nhân văn và thông điệp tích cực đằng sau những tác phẩm được đầu tư nhiều thể - trí - tâm lực của mình.

Tạm kết

Nghệ thuật phản ánh bản chất xã hội. Không có xã hội đồng nghĩa với việc nghệ thuật không tồn tại. Tin chắc rằng những tác phẩm nghệ thuật chân chính, mang tính thời sự và nhân văn, có những tác động tích cực đến hành vi, thái độ của con người sẽ luôn được đánh giá cao và giữ được sức sống lâu bền, xứng đáng với giá trị mà nó đã đem lại.

Thanh Minh - Tùng Lâm



Một mối quan hệ phức tạp

Cơ thể đau nhức, mệt nhoài, tôi sà xuống chiếc nệm ấm áp ôm trọn lấy những gì thoải mái nhất. Cửa sổ kêu cọt két mỗi lần gió mát xin lên vào. Ngoài kia đêm buông xuống, cả thành phố chìm vào sự thông thả của mùa thu. Đây sẽ là lần cuối tôi ở lại trường lâu đến thế này. Đã 8 giờ tối nhưng cái bụng đói chưa đủ phiền để khiến tôi nhắc mấy ngón chân dậy nấu cơm. Tôi mở khóa điện thoại, thở dài, vào tin nhắn, điều buồn nhất nằm ở sự thật tôi đã suy đoán suốt những ngày qua.

- Cậu có bạn gái rồi à?

- Ừ...

Đó là Nguyên - mối tình đầu của tôi - một mối quan hệ khó giải thích, dù là khi đó hay bây giờ, mỗi ngày.

Khi tôi và cậu đều là 16, chúng tôi gặp nhau. Ở cùng một khu phố, cậu và tôi đi cùng một con đường, nói chuyện và trêu đùa. Rồi cậu sẽ là người duy nhất che chở và ở bên đỡ dành. Tuổi 16 của tôi chưa đủ cứng cáp để không vấp phải thứ tình cảm nhiều hơn một người bạn thân. Nhưng chúng tôi chỉ có thể là bạn. Đến năm 18, hai đứa cùng đỗ chung một trường, nhưng rồi cuộc thi vẫn chỉ là tôi, một mình theo đuổi cậu. Khi trần trụi với sự thật là cậu có bạn gái, tôi chọn giận hờn. Block cậu, tôi để sự ghen tuông nhấn chìm trong giấc ngủ.





Tỉnh giấc vào một ngày mới. Nhưng chỉ mới 3:00 sáng. Bâng quơ với lấy chiếc điện thoại, dòng chữ nhắc nhở tôi có buổi hẹn với câu lạc bộ quay phim vào ngày hôm nay. Được rồi, bất kể tâm trạng có như thế nào thì giấc ngủ cũng không phải là liều thuốc tốt.

- Dậy thôi nào. Dậy làm điều mình thích nào.

Chuẩn bị bữa sáng, ăn vận chỉnh chu mà gà vẫn chưa gáy, mặt trời vẫn chưa lên. Mở điện thoại lần nữa. Không nói chuyện được với tôi trên Messenger nhưng cậu vẫn còn Instagram.

- Này!

- Gì?

- Lên sân thượng trường mình ngắm mặt trời mọc đi.

- Đến đón tớ đi.

- Cậu cứ đến trước đi, tớ có chút việc rồi đến liền.

Trước đây tôi có hàng ngàn cơ hội để ngồi sau yên xe cậu. Tôi đã quen có cậu rủ ra đường ngắm tìm vẻ đẹp của thành phố khi nó trở mình giao buổi. Hai đứa biết Hà Nội đẹp nhưng vẫn muốn tìm, tìm nữa, tìm mãi những cái đẹp chưa bao giờ được định nghĩa. Và mỗi lần ngồi phía sau lưng cậu, tôi mãi ngân nga giai điệu về tâm tư của tôi. Nhưng thứ tình cảm ấy là một bản nhạc không lời, nên có hát mãi thì cậu vẫn không nghe thấy.



Giờ thì khác. Cậu đã có người cần quan tâm hơn tôi. Vẫn là ngồi sau cậu nhưng cảm xúc lúc này thật khác với bao lần. Đi qua con ngõ nhỏ trước nhà, đèn đường bị lu mờ trước cái ánh nhìn màu hồng tím của bầu trời thu. Bình thường tầm này con đường vốn đã vắng, nay nghe tin có cô gái thần thờ đi qua thì hẳn nó sẽ còn ảm đạm hơn. Dự đoán hẳn là đúng. Bằng chứng là những chiếc lá vàng cứ lia cành rồi rơi xuống phát phơ. Trên kia chim chiu dậy sớm để hót cố sao mặt trời vẫn chưa chịu lên. Tôi nghĩ vẫn vợ, tự cho mình được mặc kệ không gian để đi theo một thứ đã không còn: kí ức.

Đó là vào buổi sáng ngày đầu tiên tôi đi học cấp Ba ở đây. Bước ra đường, bộ đồng phục mới khiến tôi tự tin là một phần của thành phố này. Con hẻm nhỏ có tiếng người nói to. Cô bán xôi mời chào hàng buổi sáng. Đạp chân trên mặt đất, tôi rảo bước theo lối nhỏ. Trong thâm tâm lúc ấy, tôi không có gì ngoài một cảm giác bình thường, về một ngày bình thường mới, cho đến khi... tôi gặp cậu, tựa lưng vào nền gạch phai, hút điếu thuốc còn nóng đầu điếu. Tôi ghét cậu của bấy giờ rất nhiều. Tôi ghét cái vẻ suy tư chất chứa ấy của cậu. Nhưng tôi không ghét được sự vô tư mà cả cậu và tôi dành cho nhau.

- Sao vậy? Cậu nhìn gì thế? Tôi đẹp trai quá à?
- Trời ơi! Con trai Hà Nội tự tin vậy luôn đó hả!

Cứ thế chúng tôi thân nhau nhờ mấy lần cùng đi chung một đường tới trường. Dậy cùng một khung giờ, đi trên một con hẻm, ăn bữa sáng với món cả hai cùng thích.

- Hôm nay Thảo muốn ăn gì?
- Hả? Mới có 9 giờ sáng mà?
- Gì? Cậu vừa bảo là mới có 9 giờ sáng đó à? - Đôi mắt cậu mở to như chú cá nhỏ bơi ngoài đại dương gặp phải một con cá lớn.
- Tớ thấy là 11 giờ ở Hà Nội người ta còn đi ăn sáng được nữa là!

Bây giờ nghĩ lại, tôi của hồi ấy thật ngây thơ, không biết là, tình yêu dễ nảy sinh trong cái đẹp của tình bạn như vậy. Nên có lẽ, tôi sẽ không để cho những lần cậu đối xử tốt với tôi làm trái tim tôi lại rung động thêm nữa.

- Gia Thảo, uống trà chanh đi cho sáng khoái hai con mắt còn đi học nào.

Tôi hớp một ngụm, nuốt trôi xuống cổ họng, ngược sang nhìn Nguyên.

- Đây là trà chanh hả? Cứ như là nước trà bỏ ít đường thêm chanh ý!
- Thật hả? Vậy mà đây là quán trà chanh đông khách nhất khu phố này luôn. Tớ đã cất công đạp xe ra đó mua về đấy.
- Ngộ nề.
- Ủ. Ngộ cái đầu cậu.



Trên sân thượng, cái bụi bặm của xã hội đều nằm ở dưới chân. Hai đứa nằm lẩn trên sàn xi măng lạnh ngắt ngẫm nhìn cái cách mà thế giới này vận hành. Một bóng người đổ trên khuôn mặt tôi, tôi nhòe dậy. Thấy bình minh, và Nguyễn.

- Chà! Mặt trời lên rồi kia.
- Tưởng cậu sẽ rủ cả Hương?
- Hương là bạn gái cậu.
- Không, tớ có hẹn với người bạn thân nhất của mình mà. Tôi ngơ ngác.
- Dù có thêm ai xuất hiện, cậu vẫn mãi là người bạn thân nhất của tớ. Thật đấy.
- Nguyễn nói tiếp.
- Ừ...

Gió khẽ lướt, nâng những chiếc lá trên sân nhẹ nhàng bay lên rồi lại hạ xuống, cứ thế tạo ra thứ âm thanh xào động mùa thu. Buổi hẹn với câu lạc bộ cũng sắp tới. Có lẽ tôi nên rời đi. Ừ thì làm bạn. Mặt trời cũng đã lên cao, nhưng mối quan hệ của hai đứa không thể đi quá xa lưng chừng mấy tòa nhà trước mặt.

Tiếng ồn ào mỗi sáng của hai đứa, hàng xóm đã quen. Lúc nào cũng có thể cười, cũng có thể chọc nhau đến hết con hẻm, hết con đường tới trường mà không thấy nhạt. Cho tới bây giờ, chúng tôi chẳng thay đổi là mấy. Buồn cười thật.

- Này, đừng buồn nha.
- Sao?
- Cứ uống trà chanh đi đã.
- Nhưng sao lại nói vậy.
- Thì chuyện mấy đứa con gái cùng lớp ấy. Đừng bận tâm tới chúng nó làm gì, mệt lắm! - Cậu vỗ nhẹ lên vai tôi - Đừng buồn, muốn ăn gì thì cứ nói, tớ mua cho, miễn sao cậu hết buồn là được.

Cứ như thế, cậu trở thành mối tình đầu của tôi từ khi nào, đến tận bây giờ, mỗi ngày.

Tiếng rao buổi sớm đèo tôi về hiện tại. Thu Hà Nội trong xanh và mát lạnh. Cổng trường đã ở trước mặt nhưng tâm trí tôi hẫng còn ở con ngõ nhỏ trước nhà. Ngẫm lại thì cuộc sống đại học với chúng tôi không khác là mấy. Hai đứa cùng lớn lên trong sự bình phàm. Đến cả cái nắng của bao mùa thu cũng không làm phai nổi phong thái sống ấy của hai đứa trẻ.

Tiểu Anh

Artwork: Xuanlocxuan



Cho tôi xin một vé đi khắp thế gian...

Vào một chiều mùa hạ, cảnh vật như đang tắm trong sự thân thương của nắng. Dạo từng bước chẳng hối hả, cậu kể tổ nghe về câu chuyện ở những nơi xa xôi cậu từng đi tới. Nay vẫn một chiều hạ nắng chói, tổ như đang trên chuyến tàu tốc hành trở về quá khứ. Nhưng lần trở về này quá đổi khác lạ, vì quá khứ mà tổ đi qua lại là của cậu.



Anh quốc

Anh quốc nổi tiếng với thứ thời tiết thất thường. Nắng mưa không rõ, thu hè cũng không định. Nhịp sống đất này có thể lên tới hàng triệu dặm mỗi giờ. Đặc biệt vào những ngày Chủ nhật, khi ngày cứ vùn vụt qua vì người ta thường nói thời gian trôi nhanh hơn khi con người vui vẻ. Đó là những ngày tổ không quên lên phố hẹn hò với bản thân, lắng nghe âm nhạc tí tách của vài chàng nghệ sĩ đường phố và lưu giữ hình ảnh của đường phố London trong những cuộn phim máy ảnh.

Có một lần tớ may mắn được đặt chân đến Ý và ngồi trên con thuyền dọc theo những con kênh của một Venice đầy huyền bí. "Venice" trong tiếng Latin cũng có nghĩa là tình yêu. Thì ra ngay từ cái tên ta đã có thể thấm thấu được vẻ đẹp thơ mộng, lãng mạn của thành phố. Có phải vậy mà tớ đã say về một nước Ý lãng mạn? Say một Venice màu nước xanh, một Venice thanh bình trong hình hài của những khu phố mang đặc trưng kiến trúc La Mã đầy mê hoặc.



Italia



Nhật Bản

Có một câu nói "Những năm tháng của tuổi trẻ nông cuồng nên để khói trà sưởi ấm ít nhất một lần". Cốc trà hoa anh đào thơm ngọt tự nhiên hôm đó đã hóa giải được cái nặng trong tâm hồn tớ. Chẳng biết bao giờ mới được đến Nhật lần nữa để lấy lại thú cảm giác sáng khoái của khi ấy.



Những con phố sầm uất về cuối ngày rực rỡ như cái cách thanh xuân của tớ nở rộ khi ở độ mười tám, hai mươi. Chẳng có hai đêm nào giống nhau. Đêm nọ tớ được ngắm pháo hoa, màn biểu diễn để dành tặng cho những người không sợ đánh đổi, tỏa sáng một lần duy nhất mặc cho sau đó sẽ tan vào hư vô.

Trung Quốc

Thức dậy vào một buổi sáng ở Hàn Quốc. Khi ấy tớ chỉ có một mình và mùi vị cô đơn từ đêm qua vẫn còn mắc kẹt trong không khí. Nhưng tớ không bận tâm về điều đó. Vì bất kỳ thứ cảm giác nào khi gặp tiết trời se lạnh ở Hàn Quốc thì đều dễ quên, dễ tan biến. Và dấu cho cả thế giới có nhìn sang thì tớ vẫn tiếp tục nhảy múa dưới cơn mưa tuyết đầu tiên của cuộc đời.



Hàn Quốc



Việt Nam

Việt Nam với những xế chiều người người chen nhau về nhà. Mây bay lơ lửng. Những vật nắng nhạt màu. Sinh viên ngồi lại bên quán chè ven đường thì thầm to nhỏ về những điều không ai đoán được. Có thêm chút hương cốm vẩn vương vào tuổi hồng của người con nơi đây. Tổ của những lúc ấy vu vơ sà vào lòng đất mẹ ấm áp vô cùng.

NTDT - Vịt



DỪNG CHÂN TRƯỚC

vạch kẻ đường

Để đáp ứng nhu cầu được gỡ rối tâm tư tuổi "hậu mẫn teen", anh Sẻ (con của ông Sứ và bà Trè) đã ra mắt trong số 64 này. Hy vọng, anh Sẻ sẽ đem đến cho FTUer và FTUer-wannabe góc nhìn hóm hỉnh cũng như những giải đáp tận tình nhất từ một người anh từng trải.

Q Anh Sẻ ơi em thấy mệt mỏi quá. Càng đến gần ngày thi, những áp lực từ mọi phía lại càng đè nặng lên em. Trong khi điểm số của em chỉ dậm chân tại chỗ, thì những kỳ vọng quá cao của bản thân cũng như của bố mẹ, và cả khoảng cách với điểm số của bạn bè, chỉ càng làm em thấy thất vọng về mình. Em không biết làm sao để thoát ra khỏi những suy nghĩ tiêu cực ấy và cải thiện mọi thứ nữa anh ạ!

A Chào em!

Câu chuyện về áp lực trở nên quen thuộc hơn với những ai đã và đang đi qua tuổi 18. Đứng trước một bước ngoặt lớn trong cuộc đời, tất cả mọi người, kể cả em và anh của nhiều năm về trước, không thể tránh khỏi những áp lực đè nén lên bản thân. Là những tiêu chuẩn vô hình của xã hội về trường tốt, người giỏi. Là những kỳ vọng về tương lai của gia đình. Là những ganh đua điểm số với bè bạn cùng trang lứa. Đối diện với vô số áp lực, lời động viên anh nghe được nhiều nhất đó là: "Hãy cố lên, rồi mọi nỗ lực sẽ được đền đáp."

Sự đền đáp, hay nói cách khác là thành quả cho những công sức em bỏ ra, nghe rất cụ thể và tốt đẹp. Là một điểm thi xứng đáng. Là trở thành sinh viên của ngôi trường danh tiếng nào đó. Là viễn cảnh tương lai có vẻ rộng mở hơn. Nhưng trong số ấy, có điều mà em thật sự thích, thật sự cần hay không?

Cả em và anh đều giống cô bé Alice trong cuốn tiểu thuyết kinh điển "Alice's Adventures in Wonderland" của Lewis Carroll. Khi mới đặt chân tới vùng đất kỳ bí, Alice đứng trước một ngã ba đường và không biết phải đi về hướng nào. Cô hỏi chú mèo điên Cheshire: "Tôi phải đi con đường nào?" và Cheshire đã trả lời: "Điều đó tùy thuộc vào nơi mà cô muốn tới. Nếu cô không biết mình muốn đi đâu, thì con đường nào cũng không quan trọng."

Biết mình muốn đạt được điều gì, rồi mới nỗ lực để đạt được nó. Đó là điều mà Alice, cũng như anh, nhận được qua câu nói của Cheshire.



Nếu như trước kia, hình tượng "con nhà người ta" luôn là một nhân vật hoàn hảo, thì nay đã có những kẻ "con nhà người ta" khác nổi loạn hơn. Điển hình của sự so sánh phải kể đến hai tỷ phú công nghệ Bill Gates và Mark Zuckerberg - những sinh viên bỏ học ở độ tuổi gần giống em bây giờ. Anh không cố vũ cho chuyện bỏ học, và bản thân Gates hay Zuckerberg cũng vậy. Điểm chung nhất giữa những người được đem ra so sánh ấy đó là: họ biết mình muốn theo đuổi điều gì và nỗ lực theo đuổi nó đến cùng, thay vì làm những điều mọi người cho là đúng.

Khi đã là sinh viên đại học, anh nhận ra không nhiều người biết mình cần làm gì tiếp theo. Trong khi tất cả họ đều đã vượt qua bước ngoặt chuyển cấp với những kết quả xứng đáng. Lối động viên phía trên hóa ra không còn đúng nữa, nếu như mình chẳng biết nỗ lực vì điều gì.

Nhưng may mắn hơn Alice, trước mỗi giao lộ, em có 30 giây để dừng trước vạch kẻ đường. Phía trước em là rất nhiều ngã rẽ. Có đại lộ nằng và gió. Có những lối nhỏ nhiều bóng râm. Có con phố đông đúc tấp nập và có cả những con đường thông thoáng ít người lại qua. 30 giây kết thúc, đèn chuyển xanh, dù có hay không lựa chọn cho riêng mình, em vẫn phải đi tiếp. Và có một điều chắc chắn, con đường được quá nhiều người lựa chọn, dù rộng đến đâu cũng là đường tắc.

Dù kỳ thi đã đến rất gần, nhưng giống như 30 giây trước giao lộ, anh tin em vẫn kịp để chọn cho mình một lối đi riêng. Đừng vội vượt, chậm lại một chút để biết nơi mình cần tới, sau đó tăng tốc cho đích đến mang tên bản thân em.

Chúc em đạt được mọi điều mong muốn!

Anh Sẻ

Sức trẻ

Chịu trách nhiệm nội dung

Thầy Hoàng Tuấn Dũng

Phụ trách ấn phẩm

Bích Loan - Bảo Hân

Phụ trách biên tập

Hữu Lộc - Tùng Lâm

Phụ trách truyền thông

Minh Hằng, Đức Mạnh, Duy Khương, Phương Linh

Biên tập viên

Hà My, Phương Linh, Tùng Lâm, Hữu Lộc, Thanh Minh, Thảo Anh

Thiết kế mỹ thuật

Kim Thúy, Duy Khương, Bùi Hà, Phương Anh, Đăng Duy, Minh Hằng, Ngọc Hoa, Đức Mạnh, Hà Mi, Hà My, Thúy Ngân, Minh Ngọc, Minh Thành, Dương Thương, Ngọc Dung, Bảo Huy, Bảo Long, Phương Linh

NỘI SAN SỨC TRẺ SỐ 64

Phát hành ngày 15.06.2020

Đơn vị thực hiện

CLB Truyền thông ĐH Ngoại thương
Young Media Club (YMC)

Tòa soạn

Văn phòng H103, ĐH Ngoại thương, 91 Chùa Láng
Đống Đa, Hà Nội

Website: <https://news.ymconline.com>

Email: styn.ymc@gmail.com

Fanpage: <http://facebook.com/ymc.ftu>

Liên hệ quảng cáo

096 567 0135 (Ms. Quyên)

Xin chân thành cảm ơn các đơn vị đã tài trợ cho số Nội san này.

Mọi ý kiến đóng góp xin gửi về email styn.ymc@gmail.com hoặc gọi theo số 0967 383 104 (Mr. Tùng Lâm)

LƯU HÀNH NỘI BỘ



QUÁ TRÌNH TẠO NÊN SỨC TRẺ 64

1. LÊN Ý TƯỞNG



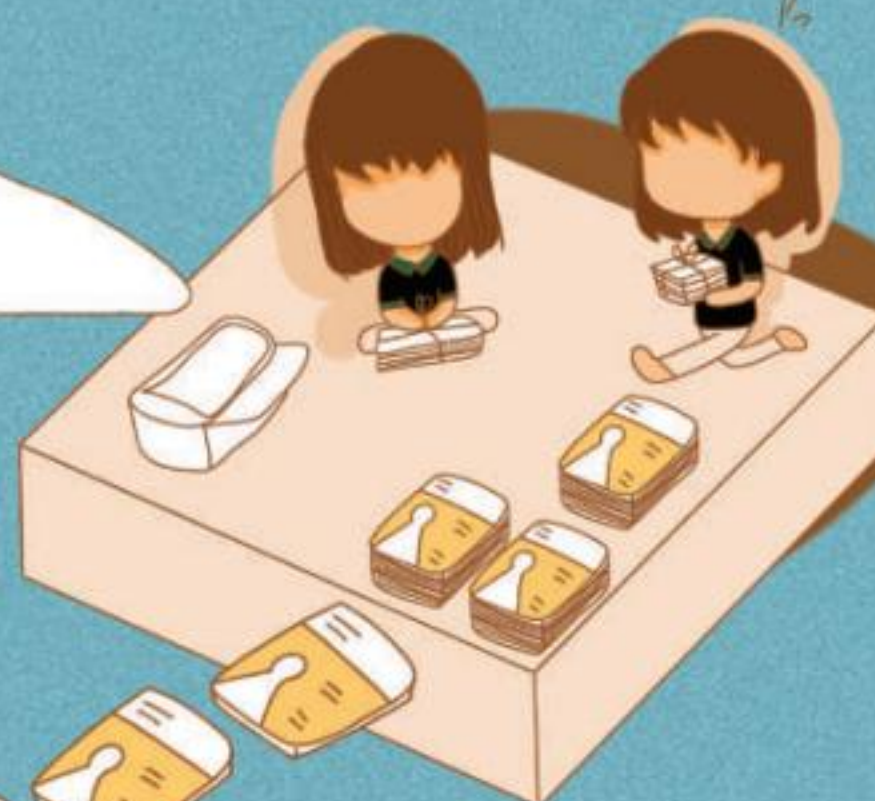
2. VIẾT BÀI



3. THIẾT KẾ



4. IN ẤN



5. MANG TỚI TAY K59WANNABE & FTUERS

