

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

---

**BẢN ĐĂNG KÝ XÉT CÔNG NHẬN ĐẠT**  
**TIÊU CHUẨN**  
**CHỨC DANH: PGS**

**Mã hồ sơ: .....**



Đối tượng đăng ký: Giảng viên

Ngành: Kinh tế

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh (Marketing)

**A. THÔNG TIN CÁ NHÂN**

1. Họ và tên người đăng ký: Phạm Văn Tuấn

2. Ngày tháng năm sinh: 28 tháng 3 năm 1978 (Nam) Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh                      Tôn giáo: Không

3. Đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam:

4. Quê quán : Xã Hoằng Hà, Huyện Hoằng Hoá, Tỉnh Thanh Hoá

5. Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú: Tổ 38C, Tập thể Xí nghiệp Xây lắp 1, Phường Thượng Đình, Quận Thanh Xuân Hà Nội

6. Địa chỉ liên hệ: Khoa Marketing, Toà nhà A1, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, số 207 Đường Giải Phóng, Quận Hai Bà Trưng, Hà Nội

Điện thoại nhà riêng: 0989535466 ; Điện thoại di động: 0989725888; E-mail:  
[phamvantuan@neu.edu.vn](mailto:phamvantuan@neu.edu.vn); [tuanmkt5888@gmail.com](mailto:tuanmkt5888@gmail.com)

7. Quá trình công tác (công việc, chức vụ, cơ quan):

Từ 6/2007 đến nay là giảng viên Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, cụ thể như sau:

- Từ 6/2007 đến 5/2018: Giảng viên Khoa Marketing
- Từ tháng 3/2011 đến 5/2011: Visiting Lecturer tại Trường Đại học USQ, Sydney, Australia (Dự án TRIG)
- Từ 12/2017 đến nay: Chi uỷ viên, Chi bộ Khoa Marketing

- Từ 6/2018 đến nay: Phó Trưởng khoa Marketing
- Từ 3/2019 đến 5/2019: Phụ trách Bộ môn Quản trị Bán hàng và Digital Marketing

Chức vụ hiện nay:

- Giảng viên chính, Phó Trưởng khoa Marketing, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
- Chi uỷ viên, Chi bộ Khoa Marketing, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Chức vụ cao nhất đã qua: Phó Trưởng khoa

Cơ quan công tác hiện nay: Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Địa chỉ cơ quan: 207 Đường Giải Phóng, Quận Hai Bà Trưng, Hà Nội

Điện thoại cơ quan: 024-36280280; E-mail: [phamvantuan@neu.edu.vn](mailto:phamvantuan@neu.edu.vn)

8. Đã nghỉ hưu : Chưa

9. Trình độ đào tạo:

- Được cấp bằng ĐH ngày 07 tháng 08 năm 2000

Ngành: Quản trị Kinh doanh

Chuyên ngành: Marketing

Nơi cấp bằng ĐH: Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

- Được cấp bằng ĐH ngày 18 tháng 4 năm 2017

Ngành: Tiếng Anh

Nơi cấp bằng ĐH: Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội

- Được cấp bằng ThS ngày 17 tháng 3 năm 2006

Ngành: Quản trị Kinh doanh (Marketing)

Nơi cấp bằng ThS: Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

- Được cấp bằng TS ngày 16 tháng 3 năm 2015

Ngành: Kinh tế

Nơi cấp bằng TS: Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

10. Đã được bổ nhiệm/công nhận chức danh PGS ngày tháng năm ngành:

11. Đăng ký xét đạt tiêu chuẩn chức danh PGS tại HDGS cơ sở:

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội

12. Đăng ký xét đạt tiêu chuẩn chức danh Phó Giáo sư tại HDGS ngành: Kinh tế

### **13. Các hướng nghiên cứu chủ yếu:**

- *Hành vi khách hàng (cá nhân và tổ chức).*
- *Digital Marketing.*
- *Kinh tế ngành và liên ngành (Marketing trong lĩnh vực Y tế và Dược phẩm; Marketing Ngân hàng và tổ chức tài chính; Phát triển bền vững trong kinh doanh và quản lý).*

### **14. Kết quả đào tạo và nghiên cứu khoa học:**

- Đã hướng dẫn 03 NCS làm luận án Tiến sĩ, trong đó:
  - + Hướng dẫn phụ 02 NCS (có 01 NCS đã bảo vệ luận án cấp cơ sở và đang gửi phản biện kín).
  - + Hướng dẫn chính 01 NCS đang thực hiện luận án đúng tiến độ.
- Hướng dẫn: 06 học viên cao học (đã nhận bằng thạc sỹ).
- Chủ biên và thành viên 08 đề tài NCKH các cấp:
  - + Chủ nhiệm 01 đề tài cấp Thành phố Hà Nội đã nghiệm thu.
  - + Chủ nhiệm 01 đề tài nhánh thuộc đề tài cấp Nhà nước đã nghiệm thu.
  - + Chủ nhiệm 02 đề tài cấp cơ sở đã nghiệm thu.
  - + Thư ký khoa học 01 đề tài cấp Bộ đã nghiệm thu.
  - + Thành viên 02 đề tài cấp Thành phố đã nghiệm thu.
  - + Chủ nhiệm 01 đề tài nhánh thuộc đề tài cấp Nhà nước, đang nghiệm thu.
- Đã công bố **36 bài báo khoa học** trên các tạp chí khoa học trong nước và quốc tế, các kỷ yếu hội thảo khoa học trong nước và quốc tế có phản biện; bao gồm: **10 bài trên các tạp chí quốc tế có uy tín thuộc danh mục Scopus (có 07 bài là tác giả duy nhất/chính)**; 08 bài đăng trên kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế; 18 bài trên tạp chí và hội thảo khoa học quốc gia có uy tín.
- Số lượng sách đã xuất bản: **05 (01 chủ biên, 02 đồng chủ biên và 02 tham gia)** trong đó 04 cuốn thuộc nhà xuất bản có uy tín ở Việt Nam.

#### **\* 05 công trình khoa học tiêu biểu nhất:**

- **1. Chủ nhiệm đề tài NCKH cấp Thành phố:** Một số giải pháp quản lý đối với hoạt động kinh doanh hàng hoá, dịch vụ qua các trang mạng xã hội trên địa bàn Thành phố Hà Nội đến năm 2025. Mã số : 01X-10/01-2017-3. Bảo vệ thành công 05/7/2019.

- **2. Van Tuan, P**, Research on Vietnamese consumer's purchase intention for functional food, using tra and TPB models, Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems, Volume 12, Issue 3 Special Issue, 2020, Page 658-666; ISSN: 1943- 023X. Online at <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12SP3/20201304>. **Publisher:** Institute of Advanced Scientific Research, Inc (Scopus, Q3). H-index:17;
- **3. Van Tuan, P**, Factors influencing patients' intention to bypass to higher-level hospitals in northern Vietnam; International Journal of Psychosocial Rehabilitation Volume 24, Issue 8, 2020, Page 3078-3092, ISSN: 1475-7192 (Scopus). Online at <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I8/PR280326>; **Publisher:** Hampstead Psychological Associates (Scopus). H-index: 7;
- **4. Van Tuan, P; Thong, V.H.** The relationships between satisfaction, loyalty and repeat purchase of fashion products in vietnamese market, under the impact of ego involvement, Test Engineering and Management Volume 83, 20 April 2020, Pages 13631-13644, ISSN: 0193 - 4120, **Publisher:** Mattingley Publishing (Scopus). H-index: 5;
- **5. Sách chuyên khảo:** Marketing Dược – Nguyên lý và thực tiễn (509 trang) NXB ĐH Kinh tế Quốc dân, 2020. ISBN: 978-604-946-820-9. **ĐỒNG CHỦ BIÊN:** TS. Phạm Văn Tuấn và GS.TS Nguyễn Thanh Bình.

#### **15. Khen thưởng (các huân chương, huy chương, danh hiệu):**

- Bằng khen của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo các 02 năm (QĐ: 863/QĐ-BGDĐT, ngày 21/03/2017; QĐ: 4713/QĐ-BGDĐT, ngày 09/12/2019).

- Danh hiệu Chiến sĩ thi đua cơ sở, các 03 năm (QĐ: 1188/QĐ-ĐHKQTĐ, ngày 10/10/2014; QĐ: 2131/QĐ-ĐHKQTĐ, ngày 14/11/2018; QĐ: 2266/QĐ-ĐHKQTĐ, ngày 30/10/2019).

- Giấy khen của Hiệu trưởng về thành tích xuất sắc, tiêu biểu, các 03 năm (QĐ: 2588/QĐ-ĐHKQTĐ, ngày 28/12/2016; QĐ: 2132/QĐ-ĐHKQTĐ, ngày 14/11/2018; QĐ: 2268/QĐ-ĐHKQTĐ, ngày 30/10/2019).

- Giấy khen của Công đoàn Trường ĐH Kinh tế Quốc dân, các 02 năm (QĐ: 22/QĐ-CĐT, ngày 6/9/2018; QĐ: 18/QĐ-CĐT, ngày 29/8/2019).

- Nhiều năm liền, liên tục được công nhận danh hiệu Lao động Tiên tiến.

#### **16. Kỷ luật: Không**

### **B. TỰ KHAI THEO TIÊU CHUẨN CHỨC DANH PHÓ GIÁO SƯ**

1. Tự đánh giá về tiêu chuẩn và nhiệm vụ của nhà giáo:

Với trên 12 năm thâm niên nghiên cứu và giảng dạy tại Khoa Marketing, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, tôi luôn cảm thấy may mắn và tự hào được đóng

góp công sức vào quá trình xây dựng và phát triển vững mạnh của Khoa Marketing nói riêng và Trường Đại học Kinh tế Quốc dân nói chung. Trong suốt thời gian công tác, tôi luôn nhận được sự quan tâm của Nhà trường, sự chỉ bảo của thầy cô đi trước, sự ủng hộ của đồng nghiệp để luôn dành hết tâm huyết vào giảng dạy, nghiên cứu, học tập và trau dồi tri thức. Chính vì vậy, tôi luôn hoàn thành tốt và xuất sắc các chức trách, nhiệm vụ được giao: giảng viên, giảng viên chính, Chủ tịch Công đoàn, Chi uỷ viên, Phụ trách Bộ môn và Phó Trưởng khoa.

Tôi tự đánh giá bản thân dựa trên các tiêu chuẩn và nhiệm vụ của nhà giáo như sau:

- **Phẩm chất chính trị:** Tuyệt đối trung thành với Tổ quốc; chấp hành tốt chủ trương, chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước; nội quy, quy chế của Nhà trường; tại địa phương nơi cư trú, gia đình tôi luôn đạt tiêu chuẩn “Gia đình văn hoá”; bản thân là Đảng viên, Chi uỷ viên nên tôi luôn phát huy vai trò tiên phong gương mẫu.

- **Đạo đức, lối sống:** Có phẩm chất đạo đức tốt, tâm huyết với nghề, được người học, đồng nghiệp tôn trọng; lối sống lành mạnh, tích cực tìm tòi và áp dụng phương pháp giảng dạy, nghiên cứu khoa học hiện đại, thường xuyên trau dồi tri thức và rèn luyện kỹ năng, phẩm chất của một nhà giáo, nhà khoa học.

- **Công tác giảng dạy:** Tham gia giảng dạy bậc Đại học và Sau đại học; có nhiều đóng góp trong việc đổi mới chương trình, nội dung, phương pháp dạy học của Bộ môn, Khoa, Trường, cụ thể như:

+ Tham gia xây dựng chương trình đào tạo ngành Marketing, các chuyên ngành và môn học; tham gia đề án xây dựng, thành lập Bộ môn mới (2019): Quản trị Bán hàng & Digital Marketing, phụ trách Bộ môn trong giai đoạn đầu và chuyển giao chức trách cho Trưởng Bộ môn kế nhiệm.

+ Tham gia rà soát, đánh giá hiện trạng và cập nhật chương trình Tiên tiến, Chất lượng cao và POHE của Trường ĐH Kinh tế Quốc dân với 02 tiểu ban: Chuyên ngành Quản trị Marketing CLC và Truyền thông Marketing (POHE).

+ Tham gia Hội đồng tự đánh giá chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân để phục vụ cho công tác kiểm định.

+ Giảng dạy 5 môn học cốt lõi của ngành Marketing cho các hệ đào tạo Đại học (Marketing căn bản, Quản trị Marketing, Quản trị Kênh phân phối, Hành vi khách hàng tổ chức – B2B, Hành vi người tiêu dùng); hệ đào tạo Sau đại học (Quản trị kênh phân phối, Hành vi người tiêu dùng).

- **Công tác nghiên cứu khoa học:** Tôi có niềm đam mê nghiên cứu khoa học, chú trọng và dành nhiều thời gian, tâm sức cho hoạt động nghiên cứu khoa học; đã hoàn thành xuất sắc các nhiệm vụ Khoa học và Công nghệ được Trường, Khoa, Bộ môn giao phó, hàng năm số giờ nghiên cứu khoa học luôn vượt định mức từ 2-3 lần. Tôi tích cực tham gia và chủ trì nhiều đề tài nghiên cứu khoa học ở các cấp khác nhau

(chủ nhiệm: 01 đề tài cấp Thành phố, 02 đề tài nhánh của đề tài cấp Nhà nước và 02 đề tài cơ sở; thư ký khoa học và thành viên của 03 đề tài cấp Bộ; viết và công bố 36 bài báo khoa học tại các hội thảo và tạp chí trong nước và quốc tế có uy tín (Scopus); tham gia phản biện bài viết cho các tạp chí và hội thảo quốc tế. Hơn thế nữa, tôi còn truyền lửa đam mê và yêu thích khoa học cho sinh viên, thông qua các giờ lên lớp truyền đạt kiến thức, lồng ghép kiến thức thực tiễn đã tham gia tư vấn cho doanh nghiệp. Nhiều công trình nghiên cứu khoa học của sinh viên do tôi hướng dẫn đã đạt giải cấp Khoa, cấp Trường; nhiều ý tưởng, giải pháp hữu ích cho cộng đồng, có tính khả thi cao. Bên cạnh đó, tôi tích cực và thường xuyên tham gia hoạt động nghiên cứu, tư vấn cho các cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp.

- **Công tác khác:** Với vai trò (từng là) Chủ tịch Công đoàn Khoa, Chi uỷ viên, phụ trách Bộ môn, Phó Trưởng khoa... tôi luôn luôn hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao, tham gia các hoạt động đoàn thể, tư vấn tuyển sinh, chủ trì hội thảo khoa học quốc gia “Vai trò của tri thức trẻ Việt Nam trong nền kinh tế số” do Đoàn Thanh niên tổ chức; tham gia đào tạo và hướng dẫn giáo viên trẻ v.v..

- **Về sức khoẻ:** Có sức khoẻ tốt, sẵn sàng và hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Căn cứ vào Điều 70 và Điều 72 trong Luật Giáo dục về Nhà giáo và nhiệm vụ của nhà giáo, tôi nhận thấy mình đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn và luôn hoàn thành mọi nhiệm vụ của nhà giáo theo quy định.

2. Thời gian tham gia đào tạo, bồi dưỡng từ trình độ đại học trở lên (\*):

- Tổng số 12 năm thâm niên, liên tục tham gia công tác đào tạo tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

- Dưới đây là số liệu 6 năm học, trong đó có 3 năm học cuối tính đến ngày hết hạn nộp hồ sơ:

TT	Năm học	Số lượng NCS đã hướng dẫn		Số lượng Ths/CK2 / đã hướng dẫn	Số đề án, khóa luận tốt nghiệp ĐH đã HD	Số lượng giờ giảng dạy trực tiếp trên lớp		Tổng số giờ giảng trực tiếp/số giờ quy đổi/ số giờ định mức
		Chính	Phụ			ĐH	SĐH	
1	2014-2015	0	0	0	0	272	0	195/434/270
2	2015-2016	0	0	0	5=75GC	162	33	195/343/270
3	2016-2017	0	0	1	10=150GC	162	33	195/459/270
<b>3 năm cuối:</b>								
4	2017-2018	0	1	1	12=180GC	238	0	238/318/270
5	2018-2019		1	2	9=135GC	195	66	261/531/270
6	2019-2020	1	1=56GC	1	0	240	48	288/416/270

3. Ngoại ngữ:

3.1. Ngoại ngữ thành thạo phục vụ chuyên môn về Quản trị Kinh doanh và Marketing

a) Được đào tạo ở nước ngoài: từ tháng 3 đến tháng 5 năm 2011 tại Australia

b) Được đào tạo ngoại ngữ trong nước:

- Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐH Quốc gia. Số bằng: QC 135986, QĐ 419/QĐ-ĐHNN Năm cấp: 2017. Hạng: Giỏi

3.2. Tiếng Anh: Bằng Đại học Ngoại ngữ - VB2

4. Hướng dẫn NCS, HVCH đã được cấp bằng/có quyết định cấp bằng

TT	Họ tên NCS hoặc HVCH	Đối tượng		Trách nhiệm hướng dẫn		Thời gian hướng dẫn từ ... đến ...	Cơ sở đào tạo	Năm cấp bằng
		NCS	HVCH	Chính	Phụ			
<b>Nghiên cứu sinh</b>								
1	Bùi Thị Hồng Chinh	v			v	Từ 4/2017	ĐHKTQD	Đã bảo vệ xong cấp cơ sở
2	Nguyễn Thị Mai	v			v	Từ 11/2018	ĐHKTQD	Đang thực hiện đúng tiến độ
3	Phan Duy Hùng	v		v		Từ 10/2019	ĐHKTQD	Đang thực hiện đúng tiến độ
<b>Học viên cao học</b>								
4	Hoàng Thị Luyến		v	v		Từ 5/2016	ĐHKTQD	2017
5	Trần Thị Hoà		v	v		Từ 4/2018	ĐHKTQD	2018
6	Ngô Mai Loan		v	v		Từ 4/2018	ĐHKTQD	2018
7	Nguyễn Thị Liễu		v	v		Từ 7/2018	ĐHKTQD	2019
8	Đình Thị Thu Huyền		v	v		Từ 3/2018	ĐH Hồng Đức	2019
9	Nguyễn Khánh Linh		v	v		Từ 5/2019	ĐHKTQD	2020

### 5. Biên soạn sách phục vụ đào tạo đại học và sau đại học

TT	Tên sách	Loại sách (CK, GT, TK, HD)	Nhà xuất bản và năm xuất bản	Số tác giả	Viết MM hoặc CB, phần biên soạn	Xác nhận của CS GDDH (Số văn bản xác nhận sử dụng sách)
<b>Trước khi bảo vệ LATS</b>						
1	Marketing căn bản	GT	NXB ĐHKTQD, 2013	7	Tham gia biên soạn, viết 3 chương 6, 7, 9 (273-362; 405-472)	Trường Đại học KTQD
<b>Sau khi bảo vệ LATS</b>						
2	Quản lý hoạt động kinh doanh qua mạng xã hội	CK	NXB ĐHKTQD, 2020	4	<b>Chủ biên</b> Sách có 6 chương và 339 trang, một mình viết chương 1,2,3,4	Trường Đại học KTQD

					(20-181) và tham gia viết chương 5 chương 5, 6 (182-339)	
3	Marketing tới khách hàng tổ chức	CK	NXB GDVN, 2015	3	<b>Đồng Chủ biên</b> Viết 3 chương: Chương 2, 5, 6 (59-108; 178-229)	Trường Đại học KTQD
4	Marketing Dược – Nguyên lý và thực tiễn	CK	NXB ĐH KTQD, 2020	3	<b>Đồng Chủ biên</b> Sách có 9 chương và 509 trang. Một mình viết 4 chương 2,3,4,7 (75-230; 314-374), tham gia viết chương 1, 8, 9 (24-75; 314-509)	Trường Đại học KTQD và Trường Đại học Dược Hà Nội
5	Các yếu tố ảnh hưởng tới ứng dụng công nghệ trồng nông nghiệp tại Việt Nam	CK	NXB LĐXH, 2019	Nhiều tác giả	Tham gia biên soạn, viết chương 1 và chương 5 (12-29; 113-163)	Trường Đại học KTQD

## 6. Thực hiện nhiệm vụ khoa học và công nghệ đã nghiệm thu

TT	Tên nhiệm vụ khoa học và công nghệ (CT, ĐT...)	CN/PCN/TK	Mã số và cấp quản lý	Thời gian thực hiện	Thời gian nghiệm thu (ngày, tháng, năm)
<b>A. Giai đoạn trước khi bảo vệ LATS</b>					
1	Định hướng và giải pháp phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành cơ điện tử trên địa bàn Hà Nội	TV	Đề tài cấp thành phố Hà Nội/01X-10-2012-2	2012-2013	12 tháng, nghiệm thu 20/12/2013
<b>B. Giai đoạn sau khi bảo vệ LATS</b>					
2	Áp dụng mô hình TRA và TPB để nghiên cứu ý định mua thực phẩm chức năng của người tiêu dùng ở đô thị Việt Nam	CN	Cấp cơ sở ĐHKQTĐ/V2017.68	2017-2018	12 tháng, nghiệm thu 22/12/2017
3	Một số giải pháp quản lý đối với hoạt động kinh doanh hàng hoá, dịch vụ qua các trang mạng xã hội trên địa bàn thành phố Hà Nội đến năm 2025	CN	Cấp Thành phố Hà Nội 01X-10/01-2017-3	2017-2019	24 tháng, nghiệm thu 30/6/2019
4	Nghiên cứu đề xuất giải pháp chính sách hỗ trợ phát triển các tổ chức trung gian của thị trường khoa học và công nghệ VN	CN đề tài nhánh cấp nhà nước	Cấp QG TTKHCN.ĐT.01-20	2020-2021	12 tháng. Đang thực hiện



5	Nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn của việc kết nối kinh tế giữa Việt Nam và Nhật bản trong bối cảnh hội nhập kinh tế khu vực	CN đề tài nhánh cấp Nhà nước	Cấp QG KX01.13/16-20	2017-2019	24 tháng, nghiệm thu ngày 29/4/2020
6	Yếu tố cản trở hành vi mua sắm thực phẩm sạch và an toàn của người dân trong các đô thị VN	Thư ký khoa học	Cấp Bộ B2017.KHA.16	2017-2019	24 tháng, nghiệm thu ngày 29/8/2019
7	Ảnh hưởng của nhận thức rủi ro tác động đến ý định mua hàng trên mạng xã hội	CN	Cấp cơ sở KTQD/2019.14	2018-2019	12 tháng, nghiệm thu ngày 11.6.2020
8	Hoạt động của các tổ chức phi lợi nhuận cung ứng dịch vụ xã hội trên địa bàn thành phố Hà Nội – Thực trạng và giải pháp	TV	Cấp thành phố 01X-11/02-2017-2	2017-2019	24 tháng, nghiệm thu ngày 29/6/2019

**Các chữ viết tắt:** CT: Chương trình; ĐT: Đề tài; CN: Chủ nhiệm; PCN: Phó chủ nhiệm; TK: Thư ký.

### **7. Kết quả nghiên cứu khoa học và công nghệ đã công bố (bài báo khoa học, sáng chế/giải pháp hữu ích, giải thưởng quốc gia/quốc tế)**

(Tách thành 2 giai đoạn: Trước và sau khi bảo vệ luận án TS đối với UV chức danh PGS; trước và sau khi được công nhận chức danh PGS đối với UV chức danh GS)

Ghi chú:

- Ứng viên sắp xếp theo thứ tự tạp chí theo các mục: Tạp chí quốc tế, Hội thảo Quốc tế, Tạp chí và Hội thảo trong nước.
- Tác gia chính là tác giả đứng tên đầu tiên trong bài báo (trừ khi trong bài có viết các tác giả đóng góp bằng nhau – the authors contributed equally)
- Mã nhà khoa học ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0001-7331>
- Chỉ số trích dẫn lấy từ google scholar : Phạm Văn Tuấn với email: [phamvantuan@neu.edu.vn](mailto:phamvantuan@neu.edu.vn).  
<https://scholar.google.com/citations?hl=vi&user=eiaYJwcAAAAJ>
- Danh mục công trình trong Scopus lấy từ Scopus.com : <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=13609747600>

## 7.1. Bài báo khoa học đã công bố

TT	Tên bài báo/báo cáo KH	Số tác giả	Là tác giả chính	Tên tạp chí hoặc kỷ yếu khoa học/ ISSN hoặc ISBN	Loại Tạp chí quốc tế uy tín: ISI/ Scopus (IF, Qi)	Số lần trích dẫn (không tính tự trích dẫn)	Tập/số, trang	Năm công bố
<b>Trước khi bảo vệ luận án TS</b>								
1	Một số vấn đề về quản lý giá, thuốc phải kê đơn trên cơ sở nghiên cứu mô hình hành vi mua của khách hàng	1	<b>Tác giả duy nhất</b>	Kinh tế và Phát triển /ISSN: 1859-0012			5/55-58	2011
2	Thương hiệu trong kinh doanh	1	<b>Tác giả duy nhất</b>	Tạp chí Công nghiệp /ISSN: 1859-3984			7/22-24	2011
3	Đào tạo Marketing tại Việt Nam: Hai mươi năm nhìn lại và định hướng tương lai	3	<b>Tác giả chính</b>	Kỷ yếu Hội thảo Quốc gia: Đào tạo Marketing theo nhu cầu xã hội ở VN			22-46	2011
4	Mối quan hệ giữa sự thoả mãn, lòng trung thành và mua lặp lại dưới sự tác động của phong cách thời trang tại VN	2	<b>Tác giả chính</b>	Hội thảo Quốc tế/ISBN-13:978-604-75-0131-1			809-904	2014
5	Sự lôi cuốn trong quá trình mua của khách hàng	2	<b>Tác giả chính</b>	Tạp chí Công thương/ISSN: 0866-7756			72-74	2014
<b>Sau khi bảo vệ luận án TS</b>								
<b>TẠP CHÍ QUỐC TẾ</b>								
6	Research on Vietnamese consumer's purchase intention for functional food, using TRA and TPB models	1	<b>Tác giả duy nhất</b>	Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems /1943023X	<b>Scopus H Index 17</b>		12(3)/658-666	2020
7	Factors influencing patients' intention to bypass to higher-level hospitals in northern Vietnam	1	<b>Tác giả duy nhất</b>	International Journal of Psychosocial Rehabilitation /1475-7192	<b>Scopus H Index 7</b>		24(8)/3078-3092	2020

8	Factors contributing to the development of the retail banking services in Hanoi, Vietnam	3	Tác giả phụ	Asian Social Science/1911-2017	<b>Scopus H Index 25</b>	3	11(18)/364-368	2015
9	Analysis of Victory Index at Telecommunications companies in Vietnam	4	Tác giả phụ	Asian Social Science/1911-2017	<b>Scopus H Index 25</b>		11(27)/256-263	2015
10	The effects of benefit cognition to food supplements buying intention of Vietnamese consumer, under the influence from government management activities	3	<b>Tác giả chính</b>	Intertional Journal applied business and economic reseach /0972-7302	<b>Scopus H Index 18</b>		15/213-226	2017
11	The Relationships Between Satisfaction, Loyalty and Repeat Purchase of fashion Products in Vietnamese Market, Under The Impact of Ego Involvement	2	<b>Tác giả chính</b>	TEST: Test Engineering and Management/0193 - 4120	<b>Scopus H Index 5</b>		83/13631-13644	2020
12	Factors Hindering the Behavior of Purchasing Hygiene and Safe Food by Residents of Metropolitan Areas in Vietnam	5	<b>Tác giả chính</b>	Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems /1943023X	<b>Scopus H Index 17</b>		12(3)/999-1006	2020
13	The Evaluation of Impacts of Seven Factor Model on NVB Stock Price in Commercial Banking Industry in Vietnam-And Roles of Discolosure of Accouting Policy in Risk Management	3	Tác giả phụ	International Journal of Entrepreneurship /1570-7385	<b>Scopus H Index 11</b>		24(1)	2020
14	Influences Of Purchase Involvement On The Relationship Between Customer Satisfaction And Loyalty In Vietnam	1	<b>Tác giả duy nhất</b>	Springer International Publishing AG /1860-949X	<b>Scopus H Index 62</b>		Đang in (có giấy chứng nhận chấp nhận đăng bài)	2020

15	The Suggestion of Limited Corporate Governance Standards in Nigeria and South Africa – Implications for Management and Governance in Developing Countries	2	<b>Tác giả chính</b>	International Journal of Mechanical and Production Engineering Research and Development (IJNPERD)/2249-6890; 2249-8001	<b>Scopus H Index 16</b>		10(3)/1645-1652	2020
<b>HỘI THẢO QUỐC TẾ</b>								
16	Mạng xã hội và hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội trong kỷ nguyên marketing số- Tình huống nghiên cứu điển hình trên Facebook tại VN	1	<b>Tác giả chính</b>	NXB Lao động Xã hội /978-604-65-4526-2			474-500	2019
17	Relationship between satisfaction, loyalty and repurchase behavior of consumer under the impact of fashion style for shirt product market in Vietnam.	2	<b>Tác giả chính</b>	Khon Kaen University			11-19	2014
18	Facebook marketing to approach young customers for mobifone	3	Tác giả phụ	Da Nang Publishing House/978-604-84-1836-6			226-239	2016
19	Hygienic and safe food: Issues for research on consumer behavior in Viet Nam	5	Tác giả phụ	NXB ĐH Kinh tế Quốc dân /9786049460845			40	2017
20	The Influence of Risk Perception on Online shopping Intention	2	<b>Tác giả chính</b>	Da Nang Publishing House /978-604-84-1836-6			8	2018
21	Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 và sự phát triển nền kinh tế số ở VN: Cơ hội và thách thức	2	Tác giả phụ	NXB Lao động Xã hội /978-604-65-4526-2			48-61	2019
22	Building a research model on switching intention from buying offline to online B2C in Vietnam, case of consumer electronics	2	<b>Tác giả chính</b>	National Economics University (CIEMB) Publishing House /978-604-946-741-7			1340-1372	2019

<b>TẠP CHÍ TRONG NƯỚC</b>								
23	Mối quan hệ giữa sự thoả mãn, lòng trung thành và mua lặp lại đối với sản phẩm áo sơ mi may sẵn	2	<b>Tác giả chính</b>	Tạp chí Kinh tế và Phát triển /1859-0012			200/122-129	2014
24	Kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố ảnh hưởng, thái độ và ý định mua sắm thực phẩm chức năng	3	<b>Tác giả chính</b>	Tạp chí khoa học & Đào tạo Ngân hàng/1859-011X			185/24-33	2017
25	Sự lồi cuốn trong quá trình mua tác động tới mối quan hệ giữa sự thoả mãn và lòng trung thành	2	<b>Tác giả chính</b>	Tạp chí Châu Á- Thái Bình Dương/0868-3808			500/107-110	2017
26	Nhận thức rủi ro ảnh hưởng đến ý định quyên góp cho các hoạt động gây quỹ từ thiện tự phát trên Facebook	2	<b>Tác giả chính</b>	Tạp chí Kinh tế và Dự báo/0866-7120			27/51-56	2019
27	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới ý định mua thực phẩm chức năng của người tiêu dùng tại thị trường Hà Nội	2	<b>Tác giả chính</b>	Tạp chí Châu Á- Thái Bình Dương/0868-3808			544/17-19	2019
28	Ý định chuyển đổi mua từ offline sang online B2C tích hợp thái độ và thói quen trên khung PPM cho nhóm hàng điện tử tiêu dùng	4	<b>Tác giả chính</b>	Tạp chí Kinh tế và Dự báo/0866-7120			3/57-61	2020
29	Một số vấn đề kinh tế xã hội phát sinh từ hoạt động kinh doanh hàng hoá dịch vụ trên mạng xã hội trong bối cảnh công nghiệp 4.0	1	<b>Tác giả duy nhất</b>	Tạp chí Công Thương/0866-7756			2/116-123	2020
30	Tác động của truyền miệng điện tử (eWOM) đến ý định mua hàng của người tiêu dùng trên nền tảng thương mại trực tuyến tại thị trường VN	1	<b>Tác giả duy nhất</b>	Tạp chí Khoa học Thương mại /1859-3666			141/30-38	2020

<b>HỘI THẢO TRONG NƯỚC</b>								
31	Cơ điện tử trên địa bàn Hà Nội: Thực trạng và định hướng giải pháp	1	<b>Tác giả duy nhất</b>	NXB ĐH Kinh tế Quốc dân /9786049278013			54-64	2013
32	Quản lý hoạt động kinh doanh hàng hoá, dịch vụ qua trang mạng xã hội và những vấn đề bất cập	1	<b>Tác giả duy nhất</b>	Nhà xuất bản Lao động - Xã hội /9786046541615			314-331	2019
33	Nghiên cứu ảnh hưởng của dính líu cá nhân trong tác động của sự thoả mãn đến lòng trung thành và hành vi mua lặp lại: ứng dụng trong xây dựng chiến lược cho doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ	3	<b>Tác giả chính</b>	NXB ĐH Kinh tế Quốc dân /9786049278013			240-250	2014
34	Hoạt động “Kết nối Nhà trường – Doanh nghiệp” của khoa marketing – Đại học Kinh tế Quốc dân với định hướng đào tạo theo nhu cầu xã hội	3	<b>Tác giả chính</b>	NXB ĐH Kinh tế Quốc dân /9786049460845			28-35	2016
35	Cơ hội và thách thức trong đào tạo và ứng dụng marketing tới khách hàng tổ chức ở VN	3	<b>Tác giả chính</b>	NXB ĐH Kinh tế Quốc dân /9786049460845			170-182	2016
36	Những đóng góp của kinh doanh qua mạng xã hội tới phát triển Kinh tế - Xã hội	2	Tác giả phụ	Nhà xuất bản Lao động - Xã hội/9786046541615			420-431	2019

## **7.2. Bảng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích**

<b>TT</b>	<b>Tên bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích</b>	<b>Tên cơ quan cấp</b>	<b>Ngày tháng năm cấp</b>	<b>Số tác giả</b>
1	Chứng nhận đăng ký kết quả thực hiện nhiệm vụ KHCN sử dụng ngân sách Nhà nước. KX.01.13/16-20, mã số 2020-52-496/KQNC	Cục thông tin và KHCN QG, Bộ Khoa học và Công nghệ	08/06/2020	22
2	Chứng nhận đăng ký kết quả thực hiện nhiệm vụ KHCN sử dụng ngân sách Nhà nước, 01X-	Trung tâm Thông tin và Thống kê KHCN,	16/08/2019	11

	10/01-2017-3, mã số 2019-23-NS-ĐKKQ	Sở Khoa học và Công nghệ Hà Nội		
3	Chứng nhận đăng ký kết quả thực hiện nhiệm vụ KHCN sử dụng ngân sách Nhà nước, 01X-11/02-2017-2, mã số 2019-34-NS-ĐKKQ	Trung tâm Thông tin và Thống kê KHCN, Sở Khoa học và Công nghệ Hà Nội	01/11/2019	17

- Trong đó, các số TT của bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích được cấp sau khi được công nhận PGS hoặc được cấp bằng TS: 03

### 7.3. Giải thưởng quốc gia, quốc tế:

TT	Tên giải thưởng	Cơ quan/tổ chức ra quyết định	Số quyết định và ngày, tháng, năm	Số tác giả
1				
2				
...				

- Trong đó, các số TT giải thưởng quốc gia, quốc tế sau khi được công nhận PGS hoặc được cấp bằng TS: .....

### 7.4. Tác phẩm nghệ thuật, thành tích huấn luyện, thi đấu thể dục thể thao đạt giải thưởng quốc gia, quốc tế

TT	Tên tác phẩm nghệ thuật, thành tích	Cơ quan/tổ chức công nhận	Văn bản công nhận (số, ngày, tháng, năm)	Cấp Quốc gia/Quốc tế	Số tác giả
1					
2					
...					

- Trong đó, các số TT tác phẩm nghệ thuật, thành tích huấn luyện, thi đấu đạt giải thưởng quốc gia, quốc tế sau khi được công nhận PGS hoặc được cấp bằng TS: .....

### 8. Chủ trì hoặc tham gia xây dựng, phát triển chương trình đào tạo hoặc chương trình nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ của cơ sở giáo dục đại học

- Là thành viên Ban chỉ đạo và các tiểu ban rà soát, đánh giá và cập nhật chương trình tiên tiến, chất lượng cao và POHE của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (Theo Quyết định số 504/QĐ-ĐHKTQD ngày 16 tháng 05 năm 2019).

- Là thành viên Hội đồng tự đánh giá chương trình đào tạo ngành Marketing của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (Theo Quyết định số 114/QĐ-ĐHKTQD ngày 17 tháng 02 năm 2020).

- Là thành viên tiểu ban chuyên môn xét tuyển cho ứng viên dự tuyển trình độ tiến sĩ tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (Theo Quyết định số 2202/QĐ-ĐHKTQD ngày 15 tháng 08 năm 2018).

9. Các tiêu chuẩn không đủ so với quy định, đề xuất công trình khoa học (CTKH) thay thế\*:

**C. CAM ĐOAN CỦA NGƯỜI ĐĂNG KÝ XÉT CÔNG NHẬN ĐẠT TIÊU CHUẨN CHỨC DANH:**

Tôi cam đoan những điều khai trên là đúng, nếu sai tôi xin chịu trách nhiệm trước pháp luật.

*Hà Nội, ngày 29 tháng 6 năm 2020*

**NGƯỜI ĐĂNG KÝ**

(Ký và ghi rõ họ tên)



**Phạm Văn Tuấn**