

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:



(Nội dung đúng ở ô nào thì đánh dấu vào ô đó: ☒; Nội dung không đúng thì để trống: ☐)

Đối tượng đăng ký: Giảng viên ☒ ; Giảng viên thỉnh giảng ☐

Ngành: **Kinh tế**

Chuyên ngành: **Quản trị Kinh doanh**

A. THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Họ và tên người đăng ký: **Nguyễn Thị Phương Thảo**

2. Ngày tháng năm sinh: **04/12/1983**; Nữ ☒; Quốc tịch: Việt Nam;

Dân tộc: Kinh

Tôn giáo: Không

3. Đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam: ☒

4. Quê quán: Vĩnh Tân – Vĩnh Linh – Quảng Trị

5. Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú: 2 Huỳnh Thúc Kháng, Phường 4, TP. Đà Lạt, Lâm Đồng

6. Địa chỉ liên hệ: Nguyễn Thị Phương Thảo, Số 2 Huỳnh Thúc Kháng, Phường 4, TP. Đà Lạt, Lâm Đồng.

Điện thoại di động: 0903879393;

E-mail: thaontp@dlu.edu.vn

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

- Từ tháng 6/2005 đến tháng 2/2007: Giảng viên, Khoa Quản trị Kinh doanh, Đại học Đà Lạt.
- Từ tháng 3/2007 đến tháng 2/2009: Học thạc sĩ QTKD tại Đại học Quốc gia Andong, Hàn Quốc.
- Từ tháng 3/2009 đến tháng 2/2014: Giảng viên, khoa Kinh tế - Quản trị Kinh Doanh, Đại học Đà Lạt.
- Từ tháng 3/2014 đến tháng 2/2017: Nghiên cứu sinh tiến sĩ tại Đại học Hanyang, Hàn Quốc.
- Từ tháng 3/2017 đến tháng 1/2020: Giảng viên, Khoa Kinh tế - Quản trị Kinh doanh, Đại học Đà Lạt.

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước

- Từ tháng 2/2020 đến 3/2020: Giảng viên Chính, khoa Kinh tế - Quản trị Kinh doanh, Đại học Đà Lạt.
- Từ tháng 3/2020 đến nay: Giảng viên Chính, Trưởng Bộ môn Quản trị Doanh nghiệp, Khoa Kinh tế - Quản trị Kinh Doanh, Đại học Đà Lạt
- Từ tháng 11/2021 đến nay: Giảng viên chính, Trưởng Bộ môn Quản trị Doanh nghiệp, Khoa Kinh tế - Quản trị Kinh Doanh; Phó Giám đốc Trung tâm Hỗ trợ Khởi nghiệp, Đại học Đà Lạt.

Chức vụ hiện nay: Phó giám đốc Trung tâm hỗ trợ Khởi nghiệp; Trưởng Bộ môn Quản trị Doanh Nghiệp; Chức vụ cao nhất đã qua: Trưởng Bộ môn, Trường Đại học Đà Lạt.

Cơ quan công tác hiện nay: Trường Đại Học Đà Lạt

Địa chỉ cơ quan: 01 Phù Đồng Thiên Vương, Phường 8, Tp. Đà Lạt, Tỉnh Lâm Đồng

Điện thoại cơ quan: 02633.822.246

Thỉnh giảng tại cơ sở giáo dục đại học (nếu có):

8. Đã nghỉ hưu: chưa

9. Trình độ đào tạo:

- Được cấp bằng ĐH ngày **15** tháng **05** năm **2005**; số văn bằng: **C631347**;

Ngành: **Kinh tế**, chuyên ngành: **Quản trị Kinh doanh**

Nơi cấp bằng ĐH: **Trường Đại học Đà Lạt, Việt Nam.**

- Được cấp bằng ThS ngày **20** tháng **02** năm **2009**; số văn bằng: Không có

Ngành: **Quản trị Kinh doanh**; chuyên ngành: **Quản trị Kinh doanh**;

Nơi cấp bằng ThS: **Trường Đại học Quốc gia An Đông, Hàn Quốc.**

- Được cấp bằng TS ngày **17** tháng **02** năm **2017**; số văn bằng: không có;

Ngành: **Quản trị Kinh doanh**; chuyên ngành: **Marketing**;

Nơi cấp bằng TS: **Trường Đại học Hanyang, Hàn Quốc.**

10. Đã được bổ nhiệm/công nhận chức danh PGS: Chưa

11. Đăng ký xét đạt tiêu chuẩn chức danh Phó Giáo Sư tại HĐGS cơ sở: **Trường Đại học Đà Lạt.**

12. Đăng ký xét đạt tiêu chuẩn chức danh **Phó Giáo Sư** tại HĐGS ngành, liên ngành: **Kinh tế**

13. Các hướng nghiên cứu chủ yếu:

- Trách nhiệm xã hội của Doanh nghiệp (Corporate social responsibility).

- Thương mại điện tử (E-commerce, mobile commerce).

- Sự hài lòng của khách hàng.

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

- Đã hướng dẫn **07** HVCH bảo vệ thành công luận văn ThS;
- Đã hoàn thành đề tài NCKH từ cấp cơ sở trở lên:

Chủ nhiệm: 03 đề tài KH & CN cấp cơ sở (hoàn thành, nghiệm thu)

Thành viên: 02 đề tài KH & CN cấp bộ (hoàn thành, nghiệm thu)

Thành viên: 01 đề tài KH & CN cấp trường trọng điểm (hoàn thành, nghiệm thu)

- Đã công bố **35** bài báo khoa học, trong đó **07** bài báo khoa học trên tạp chí quốc tế có uy tín;
- Số lượng sách đã xuất bản **05**, trong đó **05** thuộc nhà xuất bản trong nước có uy tín;
- Số lượng tác phẩm nghệ thuật, thành tích huấn luyện, thi đấu thể dục, thể thao đạt giải thưởng quốc gia, quốc tế: Không

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

Danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở (Các năm học 2011-2012; 2012-2013; 2017-2018);

16. Kỷ luật (hình thức từ khiển trách trở lên, cấp ra quyết định, số quyết định và thời hạn hiệu lực của quyết định): Không

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

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

Trong gần 18 năm công tác tại Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh trường Đại học Đà Lạt tôi tự đánh giá bản thân đủ tiêu chuẩn và hoàn thành tốt nhiệm vụ của một nhà giáo. Cụ thể như sau:

Về tiêu chuẩn của nhà giáo: Tôi luôn thực hiện nghiêm túc các quy định về đạo đức nhà giáo và luôn ý thức tự rèn luyện phong cách nhà giáo mẫu mực. Có ý thức giữ gìn danh dự và đạo đức của nhà giáo, có tác phong nghiêm túc, lối sống lành mạnh thân ái và hòa đồng với đồng nghiệp. Về chuyên môn, nghiệp vụ, tôi luôn nêu cao tinh thần chủ động và tự giác không ngừng nâng cao năng lực chuyên môn, nghiệp vụ đáp ứng yêu cầu đổi mới trong giảng dạy; Tôi luôn ý thức tham gia xây dựng môi trường giáo dục tại vị trí công tác, thể hiện được những giá trị văn hóa giáo dục. Bản thân là người có lối sống lành mạnh, chấp hành tốt chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước, chấp hành nghiêm quy định của Nhà trường.

Về nhiệm vụ của nhà giáo: Bản thân luôn phấn đấu thực hiện tốt các nhiệm vụ của nhà giáo.

Về hoạt động đào tạo, tôi luôn hoàn thành nhiệm vụ giảng dạy được phân công, đạt và vượt định mức giờ giảng quy định hằng năm. Về hoạt động nghiên cứu khoa học, tôi đặc biệt chú trọng công tác nghiên cứu khoa học và công bố quốc tế và đã hoàn thành vượt mức giờ NCKH quy định hằng năm.

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước
 Tôi đã xuất bản bốn sách chuyên khảo và một giáo trình để phục vụ công tác giảng dạy đại học. Đến nay, tôi đã hướng dẫn 07 học viên cao học bảo vệ thành công luận án thạc sĩ. Ngoài ra, tôi đã công bố được 39 công trình khoa học trên các tạp chí và hội thảo trong nước và quốc tế.

Song song với nhiệm vụ đào tạo và nghiên cứu khoa học tôi cũng tham gia những công việc khác nhằm phục vụ các bạn sinh viên với vai trò là Phó giám đốc trung tâm hỗ trợ sinh viên, tham gia các hoạt động khác như rà soát, điều chỉnh và cải tiến chương trình đào tạo theo chuẩn đầu ra CDIO, tham gia hội đồng tự đánh giá 5 chương trình đào tạo theo bộ tiêu chuẩn của AUN-QA và tham gia phản biện độc lập cho các tạp chí khoa học quốc tế có uy tín như International Marketing Review (SSCI) nhằm thể hiện tinh thần trách nhiệm và phục vụ cộng đồng của một giảng viên, một nhà khoa học.

2. Thời gian, kết quả tham gia đào tạo, bồi dưỡng từ trình độ đại học trở lên:

- Tổng số **≈18** năm (từ tháng **6/2005** đến nay).

- Khai cụ thể ít nhất 06 năm học, trong đó có 03 năm học cuối liên tục tính đến ngày hết hạn nộp hồ sơ (ứng viên GS chỉ khai 3 năm cuối liên tục sau khi được công nhận PGS):

TT	Năm học	Số lượng NCS đã hướng dẫn		Số lượng ThS/CK2/BSNT đã hướng dẫn	Số đồ án, khóa luận tốt nghiệp ĐH đã HD	Số lượng giờ giảng dạy trực tiếp trên lớp		Tổng số giờ giảng trực tiếp/giờ quy đổi/Số giờ định mức(*)
		Chính	Phụ			ĐH	SĐH	
1	2011-2012				1	315	0	315/482/221
2	2012-2013				1	225	0	225/323/238
3	2017-2018				1	415	90	505/688/123
4	2018-2019			01	1	106	135	241/374/171
03 năm học cuối								
4	2019-2020			02	1	278	90	368/657/199
5	2020-2021			02	1	402	135	537/1141/194
6	2021-2022			02	1	372	90	462/713/216

3. Ngoại ngữ:

3.1. Tên ngoại ngữ thành thạo phục vụ chuyên môn: **Tiếng Anh**

a) Được đào tạo ở nước ngoài: ☒

- Bảo vệ luận văn **Thạc sĩ**; tại nước **Hàn quốc**; năm **2008**

- Bảo vệ luận án **Tiến sĩ**; tại nước: **Hàn Quốc**; năm **2016**.

b) Được đào tạo ngoại ngữ trong nước: ☐

c) Giảng dạy bằng tiếng nước ngoài: ☐

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước
d) Đối tượng khác ☐ ;

3.2. Tiếng Anh (văn bằng, chứng chỉ):

4. Hướng dẫn NCS, HVCH/CK2/BSNT đã được cấp bằng/có quyết định cấp bằng

TT	Họ tên HVCH	Đối tượng		Trách nhiệm hướng dẫn		Thời gian hướng dẫn từ ... đến ...	Cơ sở đào tạo	Ngày, tháng, năm được cấp bằng/có quyết định cấp bằng
		NCS	HVCH	Chính	Phụ			
1	Phạm Thị Thúy An		X	X		7/2018 - 5/2019	Trường Đại học Đà Lạt	02/8/2019
2	Phan Thị Phước		X	X		10/2019- 6/2020	Trường Đại học Đà Lạt	20/7/2020
3	Nguyễn Thị Lan Chi		X	X		10/2019- 6/2020	Trường Đại học Đà Lạt	20/7/2020
4	Nguyễn Thị Lê Na		X	X		1/2020- 9/2020	Trường Đại học Đà Lạt	20/10/2020
5	Phan Lê Vân Nhung		X	X		1/2020- 9/2021	Trường Đại học Đà Lạt	20/10/2020
6	Nguyễn Thị Quỳnh Thy		X	X		10/2020- 10/2021	Trường Đại học Đà Lạt	31/12/2021
7	Trương Bảo Quỳnh Trâm		X	X		10/2020- 10/2021	Trường Đại học Đà Lạt	31/12/2021

5. Biên soạn sách phục vụ đào tạo từ trình độ đại học trở lên:

TT	Tên sách	Loại sách	Nhà xuất bản và năm xuất bản	Số tác giả	Chủ biên	Phản biên soạn (từ trang ... đến trang)	Xác nhận của cơ sở GDĐH (số văn bản xác nhận sử dụng sách)
I	Trước khi được công nhận TS						
II	Sau khi được công nhận PGS/TS						
1	Bài tập tình huống trong Marketing	CK	NXB Đại học Cần Thơ – 2018 ISBN: 978-604-965-078-9	02	Chủ biên	Tình huống 01 đến 14, Từ trang 01 đến trang 30	Giấy chứng nhận sử dụng sách/ giáo trình phục vụ đào tạo số 627/ĐHDL, ngày 16/6/2022
2	Thị Trường Chứng Khoán	CK	NXB Đại học Cần Thơ – 2018 ISBN: 978-604-919-980-6	02	Chủ biên	Chương 1-4, Từ trang 01 đến trang 88	Giấy chứng nhận sử dụng sách/giáo trình phục vụ đào tạo số 628/ĐHDL, ngày 16/6/2022
3	Nguyên lý marketing	CK	NXB Đại học Cần Thơ -- 2018	01	Chủ biên	Viết một mình	Giấy chứng nhận sử dụng sách/giáo trình phục vụ đào

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước

			ISBN: 978-604-965-078-9				tạo số 629/ĐHĐL, ngày 16/6/2022
4	Quản trị Marketing	CK	NXB Đại học Cần Thơ – 2018 ISBN: 978-604-965-078-9	01	Chủ biên	Viết một mình	Giấy chứng nhận sử dụng sách/giáo trình phục vụ đào tạo số 630/ĐHĐL, ngày 16/6/2022
5	Marketing dịch vụ	GT	NXB Đà Nẵng – 2022 ISBN: 978-604-84-6679-4	02	Đồng chủ biên	Chương 8-14	Giấy chứng nhận sử dụng sách/giáo trình phục vụ đào tạo số 631/ĐHĐL, ngày 16/6/2022

Trong đó: số lượng sách chuyên khảo do nhà xuất bản có uy tín xuất bản và chương sách do nhà xuất bản có uy tín trên thế giới xuất bản, mà ứng viên là chủ biên sau TS: **04 [1, 2, 3, 4]**.

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)/Xếp loại KQ
I	Trước khi được công nhận TS				
1	Nghiên cứu các phương thức quảng cáo và bán hàng trực tuyến cho các cửa hàng thời trang	Chủ nhiệm	Đề tài NCKH cấp cơ sở [Trường ĐH Đà Lạt]	4/2009 – 12/2009	12/2009 Xếp loại: Tốt
2	Đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo tại trường đại học Đà Lạt	Chủ nhiệm	Đề tài NCKH cấp cơ sở [Trường ĐH Đà Lạt]	1/2012 – 12/2012	12/2012 Xếp loại: Khá
3	Khảo sát ý kiến khách hàng về điểm mạnh, điểm yếu của du lịch Đà Lạt, Lâm Đồng	Thành viên	Cấp Bộ/B14-28-2009	2009 - 2011	12/2011 Xếp loại: Khá
4	Các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ tại các điểm tham quan du lịch tại Đà Lạt	Thành viên	Cấp Bộ/B2010-05	2010 - 2012	12/2012 Xếp loại: Khá
II	Sau khi được công nhận TS				
5	Các yếu tố ảnh hưởng đến nhận biết thương hiệu và hoạt động truyền miệng cho sản phẩm trà Oolong Cầu Đất Farm – Lâm Đồng	Chủ nhiệm	Đề tài NCKH cấp cơ sở [Trường ĐH Đà Lạt]	4/2019-12/2019	12/2019 Xếp loại: Khá

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

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước

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

7.1. Bài báo khoa học, báo cáo 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	Tập, số, trang	Tháng, năm công bố
I	Trước khi được công nhận TS							
1	The effect of South Korea Wave and Country Image on Evaluation and Purchase Intention for SK Products – Focus on Vietnamese Market	02	Tác giả chính	Hội thảo quốc tế: 11 th ISMD international Conference on Beyond Global Markets			26, 1-17	8/2010
2	Momentum and contrarian strategies evidence in VietNam Stock Market	02	Tác giả chính	Tạp chí Khoa học Đà Lạt [0866-787X]			04, 65 – 75	11/2012
3	Đo lường sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng khách sạn tại TP. Đà Lạt.	03		Tạp chí Khoa học Đà Lạt [0866-787X]			05, 55 – 67	3/2013
4	Sự hài lòng trong công việc của giảng viên tại các trường Đại học và cao đẳng trên địa bàn Lâm Đồng	02		Tạp chí Kinh tế & Dự báo [0866-7120]			Số chuyên đề, 19-21	2014
5	Effect of Authenticity and Transparency of NPO on Intention to Donate: Mediating Effect of Trust	04		Korean NPO Review [1598-5806]	Tạp chí quốc tế khác	4	14(2), 3-22	12/2015
6	Antecedents of intention and usage toward	03		Journal of Global Scholars of Marketing Science	[Taylor & Francis group]	34	26 (2), 129-151	3/2016

	customers' mobile commerce: Evidence in Vietnam			[2163-9159]	ISI-ESCI			
7	The Study of Intention to Donate to NPO by Using Conjoint Analysis	04		Journal of the Korea Service Managemant Society [1598-1150]	Tạp chí quốc tế khác	1	17(1), 23-41	3/2016
8	Why Consumers Use Mobile Commerce? International Comparative Study of M-Commerce Model	03		Asia Marketing Journal [2765-6500]	[Korean Marketing Association – Korea] Tạp chí quốc tế khác [DOAJ]		18(3), 65-88.	12/2016
II	Sau khi được công nhận TS							
9	The role of transparency on intention to donate money to charitable organizations-combination of multiple correspondence analysis and conjoint analysis.	03		Tạp chí Khoa học Đà Lạt [0866-787X]			7(1), 3-22	3/2017
10	Effects of Consumer Perception of CSR Activities and Technology Acceptance on Intention to Adopt Mobile Banking: Evidence in Vietnam	03	Tác giả chính	Hội thảo quốc tế: ICFE 2017 - The 4th International Conference on Finance and Economics. Published by: Libuše Macáková – Melandrium ISBN: 978-80-87990-11-7			1, 470-496	9/2017
11	The Role of Animosity on Purchasing Foreign-made Products: Evidence in the relationship	02	Tác giả chính	Hội thảo quốc tế: MICA 2018 Proceeding – The second international conference:			1, 429-451	10/2018

	between Vietnam and China			Marketing in the connected age ISBN: 978-604-84-3471-7				
12	Mối quan hệ giữa niềm tin và sự sẵn lòng tham gia vào nền kinh tế chia sẻ - Nghiên cứu tại Việt Nam.	03		Tạp chí kinh tế và Dự báo			33, 53-57.	11/2018
13	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định của khách hàng đối với việc chấp nhận marketing mạng xã hội tại Đà Lạt.	02	Tác giả chính	Tạp chí Kinh tế và Dự báo [0866-7120]			36, 130 – 134.	12/2018
14	Nghiên cứu mức độ hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính công tại Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Lâm Đồng.	02	Tác giả chính	Tạp chí Công thương [0866-7756]			5, 178-183	4/2019
15	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực y tế thuộc các bệnh viện tuyến tỉnh tại Lâm Đồng.	02	Tác giả chính	Tạp chí Kinh tế và Dự báo [0866-7120]			12, 77-80	04/2019
16	Ảnh hưởng đến nhận biết thương hiệu và hoạt động truyền miệng cho sản phẩm trà Oolong Cầu đất Farm, tỉnh Lâm Đồng	02	Tác giả chính	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế [0866-7489]			10(497), 76-86	10/2019
17	Impact of corporate social responsibility on reputation, trust, loyalty of the customers in the banking sector–	03	Tác giả chính	Science & Technology Development Journal- Economics-Law and Management [2588-1051]		6	3(3), 220-235	12/2019

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HDGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HDGS nhà nước

	Evidence in Dalat city.							
18	Ứng dụng chỉ số hài lòng khách hàng Hoa Kỳ tại Việt Nam—Một nghiên cứu trong lĩnh vực dịch vụ viễn thông di động	02		Tạp chí nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á [2515-964X]		5	30(12), 36-54	3/2020
19	Ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội đến lòng trung thành của khách hàng tại Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam	02	Tác giả chính	Tạp chí Kinh tế và Dự báo [0866-7120]			15, 166-170	05/2020
20	Các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng	02	Tác giả chính	Tạp chí Kinh tế và Dự báo [0866-7120]			18, 50-54	06/2020
21	Tác động của căng thẳng nơi làm việc đến cảm xúc lao động và định hướng khách hàng: một nghiên cứu trong lĩnh vực khách sạn tại Việt Nam.	02		Tạp chí Khoa học Thương Mại [1859-3666]			147, 53-61	10/2020
22	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua nhà chung cư trên địa bàn Tp. Vũng Tàu.	02	Tác giả chính	Tạp chí Kinh tế – Châu Á Thái Bình Dương			577, 68-70.	11/2020
23	Tác động của không gian dịch vụ đối với chất lượng dịch vụ và ý định hành vi khách hàng – Nghiên cứu tại các chuỗi quán	02		Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ – Economics-Law and Management [2588-1051]			4(4), 1093-1103	11/2020

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước

	cả phê ở Việt Nam							
24	Behavioral Intention Of Young Consumers Towards The Acceptance Of Social Media Marketing in Emerging Markets.	02	Tác giả chính	Management-Poland [1429-9321]	ISI - ESCI	2	24(2), 69 - 93	12/2020
25	An Integrated Model of CSR Perception and TAM on Intention to Adopt Mobile Banking	02	Tác giả chính	Journal of Asian Finance, Economics and Business [2288-4637]	ISI - ECSI Scopus (Q3)	11	2(12), 1073-1087	12/2020
26	Đánh giá sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ công trực tuyến - Góc nhìn từ những người đã sử dụng dịch vụ	02	Tác giả chính	Tạp chí Khoa học Thương Mại [1859-3666]			149&150, 156-166	1/2021
27	The relationship of corporate social responsibility to customer loyalty - A study in Vietnam market	02		Science & Technology Development Journal - Economics - Law and Management [2588-1051]			5(1), 1299-1313	2/2021
28	Nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng đối với dịch vụ tại điện lực Bà Rịa	02	Tác giả chính	Tạp chí Kinh tế và Dự báo [0866-7120]			9, 120-123	03/2021
29	Ứng dụng chỉ số hài lòng khách hàng Châu Âu – Nghiên cứu trong lĩnh vực Viễn	02		Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế [0866-7489]			3 (514), 24-37	03/2021

	thông Di động tại Việt Nam							
30	The Role of Trust Factors Toward Technological Innovation in Explaining the Effects of CSR Concerns on Mobile Banking Adoption: A Comparative Study Between Vietnam and South Korea	03	Tác giả chính	ACADEMY OF ASIAN BUSINESS REVIEW [2384-3454]	Academy of Asian Business, Korea Tạp chí quốc tế khác		7(1), 11-36	6/2021
31	Impact of CSR activities towards adoption of Mobile Banking	02	Tác giả chính	Cogent Business & Management [2331-1975]	ISI – ESCI Scopus - Q2		8(1), 1962486	8/2021
32	Corporate Social Responsibility In Building Customer Trust And Corporate Reputation – Evidence In Emerging Market,	02	Tác giả chính	Hội thảo quốc tế: ICBF 2021 - The International Conference on Business and Finance. Published by: Nhà xuất bản lao động			2, 996-1008	9/2021
33	Servicescape in Delivering Values to Customer to Enhance Service Quality and Behavioural Intention	02	Tác giả chính	Journal of Distribution Science [1738-3110]	Scopus – Q4		19(9), 29-39	9/2021
34	Entrepreneurial culture and innovative work behaviour: the mediating effect of psychological empowerment	05		Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies [2053-4604]	Emeral Publishing ISI - ESCI Scopus-Q1		Online first https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0132	11/2021
35	Trách nhiệm xã hội góp phần xây dựng niềm tin khách hàng và	01	Tác giả chính	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế [0866-7489]			11(522), 84-97	11/2021

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước

	đanh tiếng doanh nghiệp - Một góc nhìn của người tiêu dùng Việt Nam.							
36	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tham gia vào nền kinh tế chia sẻ của người tiêu dùng Việt Nam thông qua nền tảng Airbnb.	02	Tác giả chính	Tạp chí Khoa học Thương mại [1859-3666]			160, 25-35.	2021
37	Áp dụng hoạt động đổi mới sáng tạo trong trung tâm Hỗ trợ khởi nghiệp của trường Đại học Đà Lạt	03	Tác giả chính	Hội thảo Khoa học Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo năm 2021 (ISSC2021). NXB: Đại học Công nghiệp TP.HCM. ISBN: 978-604-920-136-3.			1,19-31	12/2021
38	Corporate social responsibility, customer trust and corporate reputation in the COVID-19 pandemic: Evidence in the car industry in Vietnam market.	02	Tác giả chính	Science & Technology Development Journal - Economics - Law and Management [2588-1051]			6(2)	5/2022
39	Consumer Psychology About Animosity And Ethnocentrism On Judgment And Reluctance To Buy Foreign-Made Products	02	Tác giả chính	Journal of Positive Psychology and Wellbeing	Scopus-Q1		6(1), 3690 – 3708	6/2022

- Trong đó: số lượng và thứ tự bài báo khoa học đăng trên tạp chí khoa học quốc tế uy tín mà UV là tác giả chính sau khi được cấp bằng TS: **04 [các số thứ tự 24, 31, 33, 39]**

7.2. Bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích: Không

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

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước

8. Chủ trì hoặc tham gia xây dựng, phát triển chương trình đào tạo hoặc chương trình/dự án/đề tài nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ của cơ sở giáo dục đại học đã được đưa vào áp dụng thực tế:

TT	Chương trình đào tạo, chương trình nghiên cứu ứng dụng KHCN	Vai trò UV (Chủ trì/ Tham gia)	Văn bản giao nhiệm vụ (số, ngày, tháng, năm)	Cơ quan thẩm định, đưa vào sử dụng	Văn bản đưa vào áp dụng thực tế	Ghi chú
1	Rà soát, điều chỉnh, cải tiến chương trình đào tạo bậc đại học theo chuẩn đầu ra CDIO	Thành viên	Quyết định số 127/QĐ-ĐHĐL, ngày 28/2/2020 của Hiệu Trưởng Trường Đại học Đà Lạt	Trường Đại học Đà Lạt	Quyết định số 463/QĐ-ĐHĐL, ngày 22/6/2020 của Trường Đại học Đà Lạt	Ủy viên ngành Quản trị kinh doanh
2	Tự đánh giá 5 chương trình đào tạo theo Bộ tiêu chuẩn của AUN-QA	Thành viên	Quyết định số 75/QĐ-ĐHĐL, ngày 02/02/2020 của Hiệu Trưởng Trường Đại học Đà Lạt			Ủy viên ngành Quản trị kinh doanh

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

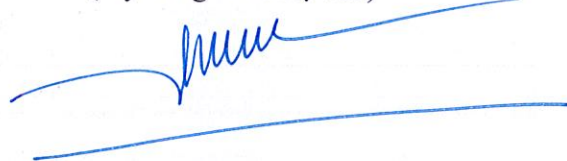
C. CAM ĐOAN CỦA NGƯỜI ĐĂNG KÝ XÉT CÔNG NHẬN ĐẠT TIÊU CHUẨN CHỨC DANH:

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

Lâm đồng, ngày 25 tháng 06 năm 2022

NGƯỜI ĐĂNG KÝ

(Ký và ghi rõ họ tên)


Nguyễn Thị Phương Thảo