

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: PHÓ GIÁO SƯ
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:; Chuyên ngành:

A. THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Họ và tên người đăng ký: Trần Văn Đạt
 2. Ngày tháng năm sinh: 22/09/1982 ; Nam ☒ ; Nữ ☐ ; Quốc tịch: Việt Nam;
Dân tộc: Kinh ; Tôn giáo: Không
 3. Đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam: ☐
 4. Quê quán (xã/phường, huyện/quận, tỉnh/thành phố): xã Tân Thạnh Đông, huyện Củ Chi, Thành phố Hồ Chí Minh.
 5. Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú (số nhà, phố/thôn, xã/phường, huyện/quận, tỉnh/thành phố): B2-0901, Căn hộ Sarimi, 72 Nguyễn Cơ Thạch, Phường An Lợi Đông, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh
 6. Địa chỉ liên hệ (ghi rõ, đầy đủ để liên hệ được qua Bru điện): Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM, 56 Hoàng Diệu 2, phường Linh Chiểu, Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh
- Điện thoại nhà riêng:; Điện thoại di động: 0903053738;
- E-mail: dattv@buh.edu.vn

Thời gian	Công việc, chức vụ, cơ quan
Từ năm 2014 đến 2015	Giảng viên tập sự, Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh
Từ 2015 đến năm 2017	Giảng viên, Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh
Từ năm 2017 đến nay	Trưởng Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh

Chức vụ: Hiện nay: Trưởng bộ môn Marketing ; Chức vụ cao nhất đã qua: Trưởng bộ môn Marketing

Cơ quan công tác hiện nay: Bộ môn Marketing, khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Ngân hàng TPHCM

Địa chỉ cơ quan: 56 Hoàng Diệu 2, Phường Linh Chiểu, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại cơ quan:.....

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

8. Đã nghỉ hưu từ thángnăm

Nơi làm việc sau khi nghỉ hưu (nếu có):

Tên cơ sở giáo dục đại học nơi hợp đồng thỉnh giảng 3 năm cuối (tính đến thời điểm hết hạn nộp hồ sơ):

9. Trình độ đào tạo:

- Được cấp bằng ĐH ngày 09 tháng 11 năm 2005; số văn bằng: B501093; ngành: Tiếng Trung Quốc, chuyên ngành: Tiếng Trung Quốc; Nơi cấp bằng ĐH (trường, nước): Trường Đại học Dân Lập Hùng Vương, Việt Nam

- Được cấp bằng ThS ngày ... tháng 06 năm 2009; số văn bằng: 10525; ngành: Quản trị kinh doanh; chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Nơi cấp bằng ThS (trường, nước): Trường Đại học Khoa học và Công nghệ Quốc Lập Đệ Nhất Cao Hùng, Đài Loan

- Được cấp bằng TS ngày 31 tháng 01 năm 2014; số văn bằng:; ngành: Quản trị kinh doanh và Công nghiệp; chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Nơi cấp bằng TS (trường, nước): Trường Đại học Công nghệ Quốc gia Đài Bắc, Đài Loan

- Được cấp bằng TSKH ngày ... tháng ... năm; số văn bằng:; ngành:; chuyên ngành:; Nơi cấp bằng TSKH (trường, nước):

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 HĐGS cơ sở: Trường Đại học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh

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:

(i) Quản trị thương hiệu (Brand Management)

(ii) Hành vi khách hàng (Consumer Behavior)

(iii) Marketing số (Digital Marketing)

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

- Đã hướng dẫn (số lượng) NCS bảo vệ thành công luận án TS;
- Đã hướng dẫn (số lượng) 07 HVCH bảo vệ thành công luận văn ThS (ứng viên chức danh GS không cần kê khai nội dung này);
- Đã hoàn thành đề tài NCKH từ cấp cơ sở trở lên: 02 đề tài NCKH cấp cơ sở;
- Đã công bố 38 bài báo khoa học, trong đó 13 bài báo khoa học trên tạp chí quốc tế có uy tín (trong đó 12 bài là tác giả chính)
- Đã được cấp (số lượng) bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích;
- Số lượng sách đã xuất bản 01, trong đó 01 thuộc nhà xuất bản 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:

15. Khen thưởng (các huân chương, huy chương, danh hiệu): Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở năm 2015-2016. 2016-2017

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:

- Về phẩm chất đạo đức: Ứng viên luôn không ngừng rèn luyện, giữ vững bản lĩnh và phẩm chất chính trị; phẩm chất đạo đức tốt; luôn chấp hành tốt mọi chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước. Ứng viên luôn coi trọng và giữ gìn phẩm chất, tác phong của nhà giáo; sống hòa đồng và đoàn kết với đồng nghiệp; cư xử đúng mực với học viên, sinh viên

- Về công tác giảng dạy: Ứng viên luôn nỗ lực phấn đấu trau dồi kiến thức, kỹ năng, phương pháp sư phạm và phương pháp nghiên cứu khoa học để đáp ứng yêu cầu của một giảng viên đại học. Theo sự phân công của Nhà trường, Khoa và Bộ môn, ứng viên luôn đảm nhận giảng dạy chính ở cả bậc đại học và sau đại học. Ở bậc đại học, tôi giảng dạy các học phần Nguyên lý marketing, Quản trị marketing, Quản trị thương hiệu, Marketing số, trong đó học phần Quản trị marketing được giảng dạy bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh. Ở bậc sau đại học, tôi giảng dạy các học phần Quản trị marketing nâng cao, Quản trị thương hiệu nâng cao và Kinh doanh điện tử. Ngoài ra, ứng viên đã tham gia giảng dạy chương trình tiến sĩ với học phần Marketing đương đại. Dù giảng dạy ở bất cứ bậc nào, tôi luôn nỗ lực để cập nhật nội dung, đổi mới phương pháp giảng dạy nhằm hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao

- Về nghiên cứu khoa học: Ứng viên dành nhiều thời gian cho nghiên cứu khoa học, hoàn thành xuất sắc các nhiệm vụ KH&CN được Trường, Khoa, Bộ môn giao phó; chủ động tìm tòi, nghiên cứu các hướng mới. Ứng viên hướng dẫn nghiên cứu sinh, học viên cao học và sinh viên thực hiện đề tài NCKH để tham gia hội thảo, hội nghị và hướng tới công bố trên các tạp chí có uy tín trong và ngoài nước. Ứng viên đã công bố được 38 công trình khoa học, trong đó 14 công trình trên các tạp chí quốc tế có uy tín. Ứng viên đã tích cực tham gia thực hiện nhiều đề tài NCKH các cấp trong đó chủ trì 2 đề tài cấp cơ sở được bảo vệ thành công.

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

- Tổng số 07 năm 1 tháng

- 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	SDH	
1	2016-2017	0	0	0	1	165	75	240/419.25/270
2	2017-2018	0	0	01	1	210	45	255/412.5/216
3	2018-2019	0	0	01	2	225	30	255/398.25/216
03 năm học cuối								
4	2019-2020	0	0	03	2	180	60	240/405/216
5	2020-2021	0	0	02	2	225	60	285/469/216
6	2021-2022	0	0	0	2	180	90	270/495/216

(*) - Trước ngày 25/3/2015, theo Quy định chế độ làm việc đối với giảng viên ban hành kèm theo Quyết định số 64/2008/QĐ-BGDĐT ngày 28/11/2008, được sửa đổi bổ sung bởi Thông tư số 36/2010/TT-BGDĐT ngày 15/12/2010 và Thông tư số 18/2012/TT-BGDĐT ngày 31/5/2012 của Bộ trưởng Bộ GD&ĐT.

- Từ 25/3/2015 đến trước ngày 11/9/2020, theo Quy định chế độ làm việc đối với giảng viên ban hành kèm theo Thông tư số 47/2014/TT-BGDĐT ngày 31/12/2014 của Bộ trưởng Bộ GD&ĐT;

- Từ ngày 11/9/2020 đến nay, theo Quy định chế độ làm việc của giảng viên cơ sở giáo dục đại học ban hành kèm theo Thông tư số 20/2020/TT-BGDĐT ngày 27/7/2020 của Bộ trưởng Bộ GD&ĐT; định mức giờ chuẩn giảng dạy theo quy định của thủ trưởng cơ sở giáo dục đại học, trong đó định mức của giảng viên thỉnh giảng được tính trên cơ sở định mức của giảng viên cơ hữu.

3. Ngoại ngữ:

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

a) Được đào tạo ở nước ngoài: ☒

- Học ĐH ☐ ; Tại nước:; Từ năm đến năm

- Bảo vệ luận văn ThS ☒ ; tại nước: Đài Loan năm 2009

- Bảo vệ luận án TS ☒ ; tại nước: Đài Loan năm 2014

b) Được đào tạo ngoại ngữ trong nước: ☐

- Trường ĐH cấp bằng tốt nghiệp ĐH ngoại ngữ: số bằng:; năm cấp:.....

c) Giảng dạy bằng tiếng nước ngoài: ☐

- Giảng dạy bằng ngoại ngữ:.....

- Nơi giảng dạy (cơ sở đào tạo, nước):

d) Đối tượng khác ☐ ; Diễn giải:

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 NCS hoặc HVCH/CK2/ BSNT	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/C K2/BSNT	Chính	Phụ			
1	Nguyễn Minh Dũng		X	X		2017-2018	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Ngày cấp bằng 19/04/2018, số vào sổ cấp bằng 0003/QTKD, số hiệu A181125
2	Nguyễn Quốc Chí		X	X		2018-2019	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Ngày cấp bằng 18/03/2019, số vào sổ cấp bằng 2050, số hiệu A200759
3	Đinh Thu Quỳnh		X	X		2019-2020	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Ngày cấp bằng 13/05/2020, số vào sổ cấp bằng 52/QTKD, số hiệu M00231
4	Nguyễn Tuấn Đạt		X	X		2019-2020	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Ngày cấp bằng 15/10/2020, số vào sổ cấp bằng 71/QTKD, số hiệu M00341
5	Võ Thị Bích Vân		X	X		2019-2020	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Ngày cấp bằng 15/10/2020, số vào sổ cấp bằng 82/QTKD, số hiệu M00352
6	Đặng Thị Mỹ Bình		X	X		2020-2021	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Ngày cấp bằng 28/12/2021, số vào sổ cấp bằng 122/QTKD, số hiệu M00707
7	Đoàn Quý Phan		X	X		2020-2021	Trường Đại học Ngân	Ngày cấp bằng 05/01/2021, số

							hàng TP.HCM	vào sổ cấp bằng 108/QTKD, số hiệu M00604
--	--	--	--	--	--	--	----------------	--

Ghi chú: Ứng viên chức danh GS chỉ kê khai thông tin về hướng dẫn NCS.

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

TT	Tên sách	Loại sách (CK, GT, TK, HD)	Nhà xuất bản và năm xuất bản	Số tác giả	Chủ biên	Phần biên soạn (từ trang ... đến trang)	Xác nhận của cơ sở GDDH (số văn bản xác nhận sử dụng sách)
I	Trước khi được công nhận PGS/TS						
II	Sau khi được công nhận PGS/TS						
1	Marketing số	TK	Đại học quốc gia TP.HCM, năm xuất bản: 2022	2	Chủ biên	Biên soạn từ chương 1 đến chương 4, từ trang 1 đến trang 134	Giấy Xác nhận số 663/GXN-ĐHNH ngày 27/6/2022

Trong đó: số lượng (ghi rõ các số TT) 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 PGS/TS: [],.....

Lưu ý:

- Chỉ kê khai các sách được phép xuất bản (Giấy phép XB/Quyết định xuất bản/số xuất bản), nộp lưu chiểu, ISBN (nếu có)).

- Các chữ viết tắt: CK: sách chuyên khảo; GT: sách giáo trình; TK: sách tham khảo; HD: sách hướng dẫn; phần ứng viên biên soạn cần ghi rõ từ trang.... đến trang..... (ví dụ: 17-56; 145-329).

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				
II	Sau khi được công nhận TS				
1	Các yếu tố ảnh hưởng đến tài sản thương hiệu Trường Đại học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh	CN	CT-215-138 Cấp cơ sở	8/2021- 8/2022	1608/QĐ-ĐHNH Ngày 20/10/2021
2	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định chấp nhận hoạt động tiếp thị trên điện thoại di động (Mobile Marketing) của giới trẻ thành phố Hồ Chí Minh	CN	CT-2108 - 150 Cấp cơ sở	8/2021- 8/2022	733/QĐ- ĐHNH Ngày 21/4/2022

- 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, báo cáo khoa học, sáng chế/giải pháp hữu ích, giải thưởng quốc gia/quốc tế):

7.1.a. 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 (không tính tự trích dẫn)	Tập, số, trang	Tháng, năm công bố
I Trước khi được công nhận TS								
1.1 Hướng nghiên cứu 1: Quản trị thương hiệu								
1	Relationships among brand experience, brand personality, and customer experiential value	3	Tác giả liên hệ	Contemporary management research (ISSN 1813-5498)		98	9 (3) 247-262	9/2013
1.2 Hướng nghiên cứu 2: Hành vi khách hàng								
1.3 Hướng nghiên cứu 3: Marketing số								
II Sau khi được công nhận TS								
A Tạp chí thuộc danh mục ISI và Scopus								
1.1 Hướng nghiên cứu 1: Quản trị thương hiệu								
2	Sequential combination of consumer experiences and their impact on product knowledge and brand attitude: The moderating role of desire for unique consumer products	5		Internet Research (ISSN 1066-2243)	SSCI, IF 2014: 3.35; IF 2022: 6.91	33	24 (3) 270-291	5/2014
3	The brand authenticity scale: Development and validation	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Contemporary Management Research (ISSN 1813-5498)	Scopus Q4	18	14 (4) 277-291	12/2019
4	The effects of online credible review on brand trust dimensions and willingness to buy:	3	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Cogent Business & Management (ISSN 2331-1975)	Scopus Q2		9 (1) 2038840	2/2022

	Evidence from Vietnam consumers							
1.2	Hướng nghiên cứu 2: Hành vi khách hàng							
5	Assessing the relationship between perceived crowding, excitement, stress, satisfaction, and impulse purchase at the retails in Vietnam	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Cogent Business & Management (ISSN 2331-1975)	ISI (ESCI)/Scopus Q2	6	7 (1) 1858525	12/2020
6	Impact of Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions: Evidence from Convenience Stores in Vietnam	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	The Journal of Asian Finance, Economics and Business ISSN 2288-4645 (Online) - ISSN 2288-4637 (Print)	Tạp chí ISI (ESCI)		7 (9) 517-526	9/2020
7	The relationship among performance risk, safety risk, social risk, psychological risk, satisfaction and intentions to use Grab service in Vietnam amid Covid-19 crisis.	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Journal of Project Management ISSN 2371-8374 (Online) - ISSN 2371-8366 (Print)	Tạp chí ISI (ESCI)	4	5 (2020) 201-210	8/2020
8	The relationship among product risk, perceived satisfaction and purchase intentions for online shopping	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	The Journal of Asian Finance, Economics and Business ISSN 2288-4645 (Online) - ISSN 2288-4637 (Print)	Tạp chí ISI (ESCI)	35	7 (6) 221-231	6/2020
9	Consumer impulse buying behavior: the role of confidence as moderating effect	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Heliyon ISSN: 2405-8440	Scopus Q1, SCIE, IF 2022: 2.85		8 (6) e09672	6/2022
10	The impact of Covid-19 lockdown on intention to follow preventive measures in a developing country: Integrated proction motivation theory and theory planed behavior	3	Tác giả liên hệ	Cogent Business & Management (ISSN 2331-1975)	ISI (ESCI)/Scopus Q2		9 (1) 2054502	3/2022
1.3	Hướng nghiên cứu 3: Marketing số							

11	Inspecting the relationship among E-service quality, E-trust, E-customer satisfaction and behavioral intentions of online shopping customers	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Global Business & Finance Review ISSN 2384-1648 (Online) - ISSN 1088-6931 (Print)	Scopus Q3	22	24 (3) 29-42	9/2019
12	Using mobile food delivery applications during the COVID-19 Pandemic: applying the theory of planned behavior to examine continuance behavior	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Sustainability (ISSN 2071-1050)	SSCI, IF 2021: 3.25	3	13 (21) 12066	11/2021
13	The impact of security, individuality, reputation, and consumer attitudes on purchase intention of online shopping: The evidence in Vietnam	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Cogent Psychology ISSN (Online): 2331-1908	Tạp chí ISI (ESCI)	1	9 (1) 2035530	1/2022
14	Understanding how upward social comparison stimulates impulse buying on image-sharing social commerce platforms: A moderated mediation model of benign envy and self-esteem	3	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Current Psychology ISSN 1936-47330	SSCI, IF 2022: 4.29		Đã được xuất bản online	4/2022
B Tạp chí quốc tế khác								
2.1 Hướng nghiên cứu 1: Quản trị thương hiệu								
15	Relationships among brand experience, customer experiential value and customer satisfaction: An empirical research in Vietnam	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	International Journal of Management and Applied Science (ISSN 2394-7926)			4 (1) 29-32	1/2018
2.2 Hướng nghiên cứu 2: Hành vi khách hàng								
16	Exploring the relationships among social benefits, online social network dependency, satisfaction, and youth's habit formation	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	International Journal of Cyber Society and Education (ISSN 1995-6649)		5	8 (2) 99-114	12/2015
2.3 Hướng nghiên cứu 3: Marketing số								
17	An examination of the effects of service quality and satisfaction on customer behavior intentions in e-shopping:	4	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Journal of applied data science (ISSN 2723-6471)			2 (4) 174-182	12/2021

	An empirical study with comparison of Taiwan and Vietnam							
C	Tạp chí trong nước							
3.1	Hướng nghiên cứu 1: Quản trị thương hiệu							
18	Các yếu tố nhân cách thương hiệu ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng trong ngành hàng tiêu dùng nhanh thời kì hội nhập quốc tế tại Việt Nam	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Tạp chí công thương (ISSN 0866-7756)			Số 6 254-260	4/2020
19	Nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm thương hiệu tại công ty cổ phần nước- môi trường Bình Dương	2		Tạp chí công thương (ISSN 0866-7756)			Số 1 238-243	1/2022
3.2	Hướng nghiên cứu 2: Hành vi khách hàng							
20	Các nhân tố tác động đến việc lựa chọn dịch vụ Grab của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Kinh tế và dự báo (ISSN 0866-7120)			Số 6 (89-92)	3/2020
21	Tác động của so sánh xã hội và truyền thông xã hội đến lòng tự trọng	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Kinh tế Châu Á- Thái Bình Dương			Số cuối tháng (110-111)	12/2020
22	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua khi tiếp xúc thông điệp quảng cáo của các doanh nghiệp thời trang tại TP HCM	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Tạp chí nghiên cứu Tài chính Kế toán (ISSN 1859-4093)			Số 09 (218) 49-52	8/2021
23	Tác động của tính bảo mật, sự riêng tư và niềm tin nhà cung cấp đến ý định mua sắm trực tuyến tại thành phố Hồ Chí Minh	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Tạp chí nghiên cứu Tài chính Kế toán (ISSN 1859-4093)			Số 11 (220) 37-41	11/2021
24	Factors affecting apartment purchase decisions: A case study in Ho Chi Minh City	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Journal of Finance & Accounting Research (ISSN 2588-1493)			Số 05(13) 54-61	12/2021
25	Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, giá trị trải nghiệm, sự hài lòng và khuynh hướng hành vi khách hàng trong ngành hàng thức ăn nhanh tại TP. HCM	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ-Kinh tế-Luật và Quản lý (ISSN 2588-1051)			6 (1) 2247-2256	2/2022

26	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ đối với khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại cổ phần Bảo Việt- Chi nhánh Bình Dương	2		Tạp chí công thương (ISSN 0866-7756)			Số 27 234-239	12/2021
27	Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua căn hộ tại các dự án xanh vùng Đông Nam Bộ	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Tạp chí phát triển bền vững Vùng (ISSN 2354-0729)			Số 1 60-72	3/2022
3.3 Hướng nghiên cứu 3: Marketing số								
28	Các yếu tố ảnh hưởng đến thái độ đối với quảng cáo qua Facebook của giới trẻ thành phố Hồ Chí Minh	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Tạp chí công thương (ISSN 0866-7756)			Số 7 213-219	4/2020
29	Facebook ảnh hưởng đến sự đổ kỵ, sự trầm cảm và mua sắm bốc đồng của sinh viên các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ-Kinh tế-Luật và Quản lý (ISSN 2588-1051)			6 (2) 2787-2799	6/2022
30	Tác động của so sánh xã hội đến lòng tự trọng, sự đổ kỵ và hành vi mua sắm bốc đồng của khách hàng trên các trang mạng xã hội tại thành phố Hồ Chí Minh	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Tạp chí kinh tế và phát triển (ISSN 1859-0012)			Số 296 95-106	2/2022
31	Factors affecting customers' satisfaction shopee Vietnam's e-commerce service	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Journal of Finance & Accounting Research (ISSN 2588-1493)			Số 01(14) 55-60	2/2022
32	The relationship among student's use of social networks, social comparison and depression	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Journal of Finance & Accounting Research (ISSN 2588-1493)			Số 03 (16) 53-58	6/2022
33	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến trên trang thương mại điện tử Shopee của người tiêu dùng tại thành phố Thủ Đức	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Tạp chí Kinh tế và Ngân hàng châu Á (ISSN 2615-9813)			Số 90+91, 81-95	2/2022
D Hội thảo quốc tế và hội thảo quốc gia								
4.1 Hướng nghiên cứu 1: Quản trị thương hiệu								

34	The impact of social customer engagement experience on customer experiential value: The moderating roles of brand types and Self-affirmation	3		The International Conference on Organizational Innovation, the Conference date is July, 26-28 2016 , Beijing, China. (ISBN: 978-986-90744-4-5)			111-123	7/2016
4.2 Hướng nghiên cứu 2: Hành vi khách hàng								
35	The impact of service quality on customer's decision on sharing economy: A case study GRAB service in Ho Chi Minh City	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Hội thảo quốc tế Xu hướng chuyển dịch thương mại và chuỗi giá trị xanh (ISBN: 978-604-360-176-3)			1215-1233	12/2021
36	The relationship between customer co-creation, service recovery, and customer satisfaction with service recovery: Evidence from Vietnam	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	International Conference on Business and Finance 2021 ISBN 978-604-325-669-7			908-919	9/2021
37	The impact of service quality on customers' decisions to use commercial Banks' E-Banking service in Ho Chi Minh City	1	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	4th International conference on Finance, Accounting and Auditing ICFAA 2021 (ISBN: 978-604-330-144-1)			1180-1193	12/2021
4.3 Hướng nghiên cứu 3: Marketing số								
38	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ đặt đồ ăn trực tuyến trên FDA của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh	2	Tác giả đầu và tác giả liên hệ	Kỷ yếu hội thảo quốc gia “Phân tích định lượng các vấn đề kinh tế và xã hội trong môi trường số” (ISBN: 978-604-358-602-2)			470-483	4/2022

- Trong đó: 12 bài báo, các số thứ tự **3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14** đăng trên tạp chí khoa học quốc tế uy tín SSCI/SCIE/ESCI/SCOPUS mà ứng viên là tác giả đầu/tác giả liên hệ sau khi được cấp bằng tiến sĩ

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

TT	Tên bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích	Tên cơ quan cấp	Ngày tháng năm cấp	Tác giả chính/ đồng tác giả	Số tác giả
...					

- Trong đó: số bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích được cấp, là tác giả chính sau khi được công nhận PGS hoặc được cấp bằng TS (ghi rõ số thứ tự):

7.3. 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 huấn luyện, thi đấu TDTT	Cơ quan/tổ chức công nhận	Văn bản công nhận (số, ngày, tháng, năm)	Giải thưởng cấp Quốc gia/Quốc tế	Số tác giả
...					

- Trong đó: số tác phẩm nghệ thuật, thành tích huấn luyện, thi đấu đạt giải thưởng quốc tế, là tác giả chính/hướng dẫn chính sau khi được công nhận PGS hoặc được cấp bằng TS (ghi rõ số thứ tự):

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	Digital marketing	Phó trưởng ban-Phụ trách biên soạn	Số 1761/QĐ-ĐHNH, ngày 10 tháng 9 năm 2020	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Số 1995/QĐ-ĐHNH, ngày 16 tháng 10 năm 2020	
2	Quản trị kinh doanh (chương trình chất lượng cao)	Tham gia	Số 1484/QĐ-ĐHNH, ngày 22 tháng 7 năm 2020	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Số 2006/QĐ-ĐHNH, ngày 19 tháng 10 năm 2020	
3	Quản trị kinh doanh	Tham gia	Số 2475a/QĐ-ĐHNH, ngày 20 tháng 7 năm 2020	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Số 2008a/QĐ-ĐHNH, ngày 22 tháng 10 năm 2020	
4	Thạc sĩ Quản trị kinh doanh	Tham gia	Số 768/KH-ĐHNH, ngày 05 tháng 7 năm 2018	Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	Số 552/QĐ-ĐHNH, ngày 16 tháng 3 năm 2019	

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

a) Thời gian được bổ nhiệm PGS

Được bổ nhiệm PGS chưa đủ 3 năm, còn thiếu (số lượng năm, tháng):

b) Hoạt động đào tạo

- Thâm niên đào tạo chưa đủ 6 năm (UV PGS), còn thiếu (số lượng năm, tháng):

- Giờ giảng dạy

+ Giờ giảng dạy trực tiếp trên lớp không đủ, còn thiếu (năm học/số giờ thiếu):

+ Giờ chuẩn giảng dạy không đủ, còn thiếu (năm học/số giờ thiếu):

- Hướng dẫn chính NCS/HVCH,CK2/BSNT:

+ Đã hướng dẫn chính 01 NCS đã có Quyết định cấp bằng TS (UV chức danh GS) ☐

b) Hoạt động đào tạo

- Thâm niên đào tạo chưa đủ 6 năm (UV PGS), còn thiếu (số lượng năm, tháng):

- Giờ giảng dạy

+ Giờ giảng dạy trực tiếp trên lớp không đủ, còn thiếu (năm học/số giờ thiếu):

+ Giờ chuẩn giảng dạy không đủ, còn thiếu (năm học/số giờ thiếu):

- Hướng dẫn chính NCS/HVCH,CK2/BSNT:

+ Đã hướng dẫn chính 01 NCS đã có Quyết định cấp bằng TS (UV chức danh GS) ☐

Đề xuất CTKH để thay thế tiêu chuẩn hướng dẫn 01 NCS được cấp bằng TS bị thiếu:

.....

+ Đã hướng dẫn chính 01 HVCH/CK2/BSNT đã có Quyết định cấp bằng ThS/CK2/BSNT (UV chức danh PGS) ☐

Đề xuất CTKH để thay thế tiêu chuẩn hướng dẫn 01 HVCH/CK2/BSNT được cấp bằng ThS/CK2/BSNT bị thiếu:

c) Nghiên cứu khoa học

- Đã chủ trì 01 nhiệm vụ KH&CN cấp Bộ (UV chức danh GS) ☐

Đề xuất CTKH để thay thế tiêu chuẩn chủ trì 01 nhiệm vụ KH&CN cấp Bộ bị thiếu:
Không

- Đã chủ trì 01 nhiệm vụ KH&CN cấp cơ sở (UV chức danh PGS) ☐

Đề xuất CTKH để thay thế tiêu chuẩn chủ trì 01 nhiệm vụ KH&CN cấp cơ sở bị thiếu:

- Không đủ số CTKH là tác giả chính sau khi được bổ nhiệm PGS hoặc được cấp bằng TS:

+ Đối với ứng viên chức danh GS, đã công bố được: 03 CTKH ☐ ; 04 CTKH ☐

Đề xuất sách CKUT/chương sách của NXB có uy tín trên thế giới là tác giả chính thay thế cho việc UV không đủ 05 CTKH là tác giả chính theo quy định:

+ Đối với ứng viên chức danh PGS, đã công bố được: 02 CTKH ☐

Đề xuất sách CKUT/chương sách NXB có uy tín trên thế giới là tác giả chính thay thế cho việc UV không đủ 03 CTKH là tác giả chính theo quy định:

d) Biên soạn sách phục vụ đào tạo (đối với ứng viên GS)

- Không đủ điểm biên soạn sách phục vụ đào tạo:

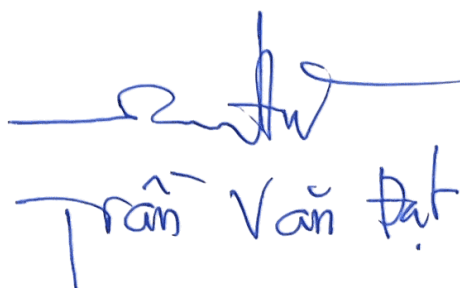
- Không đủ điểm biên soạn giáo trình và sách chuyên khảo:

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.

TP Hồ Chí Minh, ngày 27 tháng 06 năm 2022

NGƯỜI ĐĂNG KÝ


Trần Văn Đạt