

**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: 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;

Ngành: Kinh tế; Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh.

**A. THÔNG TIN CÁ NHÂN**

1. Họ và tên người đăng ký: NGUYỄN HOÀNG VIỆT

2. Ngày tháng năm sinh: 26/04/1980; Nam;  Nữ;  Quốc tịch: Việt Nam;

Dân tộc: Kinh; Tôn giáo: Không

3. Đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam:

4. Quê quán: Xã Xuân Sơn – huyện Đô Lương – tỉnh Nghệ An.

5. Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú: Căn hộ 602 – Tòa A – Khu Mandarin Garden – Đường Hoàng Minh Giám – Phường Trung Hòa – Quận Cầu Giấy – Hà Nội.

6. Địa chỉ liên hệ: Căn hộ 602 – Tòa A – Khu Mandarin Garden – Đường Hoàng Minh Giám – Phường Trung Hòa – Quận Cầu Giấy – Hà Nội.

Điện thoại nhà riêng; Điện thoại di động: 0904394488;

E-mail: nhviet@tmu.edu.vn

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

- Từ tháng 1/2006 đến tháng 11/2007: Giảng viên Bộ môn Quản trị chiến lược - Khoa Thương mại điện tử - Trường ĐH Thương Mại

- Từ tháng 11/2007 đến tháng 7/2009: Phó Trưởng bộ môn Quản trị chiến lược - Khoa Thương mại điện tử - Trường Đại học Thương mại.

- Từ tháng 7/2009 đến tháng 8/2016: Trưởng bộ môn Quản trị chiến lược - Khoa Quản trị kinh doanh - Trường Đại học Thương mại.

- Từ tháng 8/2016 đến tháng 4/2021: Trưởng Phòng Quản lý Khoa học - Trường Đại học Thương mại.

- Từ tháng 4/2021 đến nay: Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại.

- Chức vụ hiện nay: Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại.

- Chức vụ cao nhất đã qua: Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại.

- Cơ quan công tác hiện nay: Trường Đại học Thương mại

- Địa chỉ cơ quan: 79 Hồ Tùng Mậu – Cầu Giấy – Hà Nội.

- Điện thoại cơ quan: (024) 3764 3219.

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

8. Đã nghỉ hưu: Không

9. Trình độ đào tạo:

- Được cấp bằng ĐH ngày 8/7/2003; số văn bằng: PARI 3740668; ngành: Kinh tế, chuyên ngành: Kinh tế và quản lý doanh nghiệp; Nơi cấp bằng ĐH: Trường Đại học Paris 1 – Pantheon – Sorbonne – Cộng hòa Pháp. *(Công nhận văn bằng ĐH ngày 17/6/2020 của Cục Quản lý chất lượng – Bộ Giáo dục & Đào tạo, đăng ký số 014713/CNVB-ĐH).*

- Được cấp bằng ThS ngày 14/2/2006; số văn bằng: PARI 5491533; ngành: Kinh tế; chuyên ngành: Hội nhập và hợp tác quốc tế của các quốc gia đang phát triển; Nơi cấp bằng ThS: Trường Đại học Paris 1 – Pantheon – Sorbonne – Cộng hòa Pháp. *(Công nhận văn bằng Ths ngày 17/6/2020 của Cục Quản lý chất lượng – Bộ Giáo dục & Đào tạo, đăng ký số 014714/CNVB-Ths).*

- Được cấp bằng TS ngày 28/6/2011; số văn bằng: 000089; ngành: Kinh tế; chuyên ngành: Kinh doanh thương mại; Nơi cấp bằng TS: Trường Đại học Thương mại.

10. - Được công nhận đạt tiêu chuẩn chức danh PGS ngành Kinh tế ngày 1/11/2013;

- Được bổ nhiệm chức danh PGS ngành Kinh tế ngày 15/1/2014 tại Trường Đại học Thương mại.

11. Đăng ký xét đạt tiêu chuẩn chức danh GS tại Hội đồng Giáo sư (HĐGS) cơ sở Trường Đại học Thương mại.

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

### 13. Các hướng nghiên cứu chủ yếu:

- *Hướng nghiên cứu 1: Quản trị và phát triển chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam.*

Gắn với nhiệm vụ được phân công giảng dạy ở Bộ môn Quản trị chiến lược (Trường Đại học Thương mại), nghiên cứu về Quản trị chiến lược của doanh nghiệp Việt Nam là một hướng nghiên cứu có tính bao trùm, chủ đạo trong suốt thời gian công tác từ khi về trường đến nay. Quản trị chiến lược là một lĩnh vực quản trị rất rộng, qua thực tế nghiên cứu và tìm hiểu, tôi đã lựa chọn tiêu điểm của hướng nghiên cứu này ở 2 khâu: Hoạch định chiến lược và phát triển chiến lược, tập trung ở cấp chiến lược kinh doanh (business strategy) gắn với các đơn vị kinh doanh chiến lược (SBUs) của doanh nghiệp. Về ngoại diện tập trung nghiên cứu chiến lược kinh doanh thương mại và chiến lược kinh doanh điện tử, chiến lược kinh doanh nội địa và quốc tế của các doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng, các doanh nghiệp thương mại và dịch vụ. Một số kết quả đạt được:

+ Số bài báo và báo cáo khoa học đã công bố là 45 bài, cụ thể theo STT: [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [12], [14], [15], [16], [17], [19], [20], [21], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [31], [32], [33], [42], [46], [57], [58], [61], [65], [67], [70], [71], [72], [74], [75], [76], [77], [84], [87], [89].

+ Số lượng và số thứ tự các bài báo khoa học đăng trên tạp chí uy tín là: 04 bài, cụ thể: [42], [46], [57], [58].

+ Số sách chuyên khảo đã xuất bản là 01, cụ thể: [3]

+ Số giáo trình đã xuất bản là 03, cụ thể: [5], [6], [14].

+ Số đề tài NCKH đã nghiệm thu là: 06, cụ thể: [1], [2], [3], [5], [6], [7].

+ Số NCS đã HD chính và có QĐ cấp bằng là: 02, cụ thể: [1], [3].

- *Hướng nghiên cứu 2: Quản trị chiến lược kinh doanh bền vững.*

Quan điểm phát triển kinh tế bền vững có nền tảng và nội hàm quan trọng nhất chính là phát triển kinh doanh bền vững bao gồm: phát triển hành vi tiêu dùng bền vững, phát triển các chiến lược kinh doanh thân thiện môi trường, phát triển các năng lực marketing dựa trên giá trị và trách nhiệm xã hội, phát triển các yếu tố năng lực cạnh tranh của SBUs và của doanh nghiệp để đảm bảo doanh nghiệp có hiệu suất cao về tăng trưởng, đồng thời đảm bảo tính bền vững của môi trường. Đây là chủ đề đã được quan tâm nghiên cứu từ lâu ở các nước phát triển, ở Việt Nam và các thị trường mới nổi cũng đã được sự quan tâm cả trên bình diện chính sách nhà nước và các doanh nghiệp nhưng còn thiếu hụt những luận cứ khoa

học và thực tiễn cần được nghiên cứu và đây cũng là ý tưởng nghiên cứu chủ đạo của tôi giai đoạn sau khi được bổ nhiệm PGS. Một số kết quả đạt được:

+ Số bài báo và báo cáo khoa học đã công bố là 47 bài, cụ thể: [11], [13], [18], [22], [30], [34], [35], [36], [37], [38], [39], [40], [41], [43], [44], [45], [47], [48], [49], [50], [51], [52], [53], [54], [55], [56], [59], [60], [62], [63], [64], [66], [68], [69], [73], [78], [79], [80], [81], [82], [83], [84], [86], [88], [90], [91], [92].

+ Số lượng và số thứ tự của các bài báo khoa học đăng trên tạp chí uy tín là: 21 bài, cụ thể: [36], [37], [38], [39], [40], [41], [43], [44], [45], [47], [48], [49], [50], [51], [52], [53], [54], [55], [56], [59], [60].

+ Số sách chuyên khảo đã xuất bản là 02, cụ thể: [12], [13]

+ Số giáo trình đã xuất bản là 01, cụ thể: [1].

+ Số đề tài NCKH đã nghiệm thu là: 02, cụ thể: [4], [8]

+ Số NCS đã HD chính và có QĐ cấp bằng là: 02, cụ thể: [2], [4].

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

- GVHD 1 của 04 NCS, GVHD 2 của 01 NCS đã bảo vệ thành công luận án TS và được cấp bằng TS; hướng dẫn 45 HVCH bảo vệ thành công luận văn và được cấp bằng Ths.

- Chủ nhiệm 05 đề tài NCKH cấp Bộ và tương đương; 03 đề tài NCKH cấp Trường.

- Đã công bố 92 bài báo khoa học, trong đó 25 bài báo trên các tạp chí quốc tế uy tín.

- Số lượng sách đã xuất bản: 14, trong đó 01 SCK thuộc nhà xuất bản quốc tế uy tín (Springer).

#### 15. Khen thưởng:

- Bằng khen của Thủ tướng Chính Phủ năm 2017;

- Danh hiệu Chiến sỹ thi đua cấp Bộ Giáo dục và Đào tạo năm 2013, 2017;

- Bằng khen của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo năm 2011, 2015, 2018.

#### 16. Kỷ luật: Không.

#### 17. Một số thông tin khác

Google Scholar: <https://scholar.google.com.vn/citations?user=W5Nk8xIAAAAJ&hl=vi>

ResearchGate: [https://www.researchgate.net/profile/Hoang\\_Viet\\_Nguyen](https://www.researchgate.net/profile/Hoang_Viet_Nguyen)

[H-index: 11](#)

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

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

- Luôn rèn luyện, giữ vững bản lĩnh chính trị, có phẩm chất đạo đức tốt, nghiêm túc chấp hành mọi chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước, các quy định của Bộ Giáo dục & Đào tạo, thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ công dân. Có lối sống giản dị, chan hòa, đoàn kết với đồng nghiệp, cư xử đúng mực với người học.

- Hoàn thành xuất sắc các nhiệm vụ giảng dạy, khảo thí, hướng dẫn tốt nghiệp cao học viên, hướng dẫn NCS theo sự phân công của Nhà trường. Tuân thủ nghiêm túc quy định, quy chế về chế độ làm việc, về quản lý đào tạo và khảo thí của Trường.

- Có năng lực giảng dạy tốt, kiến thức vững vàng, hiểu biết thực tế sâu rộng; có khả năng truyền thụ kiến thức, phương pháp tốt; truyền cảm hứng tốt trong giảng dạy và hướng dẫn nghiên cứu khoa học; được đa số học viên đánh giá cao về năng lực chuyên môn, kỷ luật làm việc, phong cách và khả năng sư phạm tốt; được người học đánh giá cao về uy tín học thuật và phương pháp giảng dạy.

- Hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao trong công tác đảm bảo chất lượng chất lượng giáo dục, tham gia (Thư ký/Phó chủ tịch HĐ) xây dựng và phát triển các chương trình đào tạo trình độ đại học, sau đại học của Trường.

- Có năng lực nghiên cứu độc lập, nắm vững các nguyên tắc và phương pháp nghiên cứu, làm chủ các công cụ và phần mềm hỗ trợ trong NCKH; phát huy trách nhiệm và vai trò tích cực đi đầu của một giảng viên, một PGS trong các hoạt động NCKH; khả năng dẫn dắt nhóm nghiên cứu; khả năng hướng dẫn NCS đạt kết quả cao; có nhiều các công bố trên các tạp chí khoa học có uy tín trong nước và quốc tế.

Trong suốt quá trình công tác liên tục tại Trường Đại học Thương mại, tôi luôn nỗ lực nâng cao chất lượng nghiên cứu, đảm bảo liêm chính khoa học và tinh thần cộng tác trong hoạt động giảng dạy và nghiên cứu; không ngừng phấn đấu và rèn luyện bản thân về phẩm chất đạo đức, lối sống, nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ của một nhà giáo, nhiệm vụ và trách nhiệm của PGS theo quy định.

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

- Thâm niên nhà giáo: 15 năm.

- Thâm niên PGS: 9 năm.

- Khai cụ thể 03 năm học cuối liên tục tính đến ngày hết hạn nộp hồ sơ:

TT	Năm học	Số lượng NCS đã hướng dẫn		Số lượng ThS 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 <sup>(*)</sup>
		Chính	Phụ			ĐH	SĐH	
03 năm học cuối								
1	2020-2021	2		5			60	60/240/67,5
2	2021-2022	1		5			75	75/262,5/40
3	2022-2023		1	5			90	90/285/40

(\*) - 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: Anh - Pháp

a) Được đào tạo ở nước ngoài:

- Học ĐH ; Tại nước: Pháp; Từ năm 2000 đến năm 2003.

- Bảo vệ luận văn ThS  hoặc luận án TS  hoặc TSKH  ; tại nước: Pháp năm 2005.

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: Tiếng Anh, Tiếng Pháp

- Nơi giảng dạy: Trường Đại học Thương mại

d) Đối tượng khác  ; Diễn giải:

#### 3.2. Tiếng Anh (văn bằng, chứng chỉ):

4. Hướng dẫn NCS 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	Ngày, tháng, năm được cấp bằng/có quyết định cấp bằng
		NCS	HVCH	Chính	Phụ			
1	Nguyễn Thị Mỹ Nguyệt	X		X		2014-2020	Trường ĐH Thương mại	14/7/2020
2	Phan Đình Quyết	X		X		2016-2021	Trường ĐH Thương mại	21/9/2021
3	Đào Lê Đức	X		X		2015-2021	Trường ĐH Thương mại	27/10/2021
4	Vũ Tuấn Dương	X		X		2019-2022	Trường ĐH Thương mại	14/9/2022
5	Hoàng Thu Ba	X			X	2017-2022	Trường ĐH Thương mại	10/2/2023

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 XB	Số tác giả	Chủ biên	Phản biên soạn (từ trang ... đến trang)	Xác nhận của cơ sở GDDH (số VB xác nhận sử dụng)
<b>Trước khi được công nhận PGS</b>							
1	Marketing thương mại điện tử	GT	Thống kê, 2011 GPXB: 34-2011/CXB/155-152/TK	09	X	C1: 13-53; C2: 54-82; C3: 83-125; C8: 238-265	QĐ số 380/QĐ-ĐHTM ngày 21/3/2023
2	Phát triển chiến lược kinh doanh của các DN ngành may Việt Nam	TK	Thống kê, 2012 GPXB: 114-2012/CXB/172-01/TK	01	X	Một mình: 1-285	Xác nhận của Hiệu trưởng ĐHTM ngày 26/4/2023
3	Phát triển chiến lược thương mại điện tử của các DN Việt Nam	CK	Thông tin và truyền thông, 2013 ISBN: 519-2013/CXB/5-229/TTTT	01	X	Một mình: 1-427	QĐ số 376/QĐ-ĐHTM ngày 21/3/2023
<b>Sau khi được công nhận PGS</b>							
4	Chiến lược doanh nghiệp	TK	Thống kê, 2015 ISBN: 978-604-75-0286-8	06		C3: 45-83; C4: 84-121; C5: 122-148	Xác nhận của Hiệu trưởng ĐHTM ngày 26/4/2023

5	Quản trị chiến lược	GT	Thống kê, 2015 ISBN: 978-604-75-0288-2	07	X	C4:152-198; C5:200-278; C8: 358-400; C10: 423-451	QĐ số 378/QĐ- ĐHTM ngày 21/3/2023
6	Quản trị chiến lược toàn cầu	GT	Hà Nội, 2017 ISBN: 978-604-55-2367-4	12	X	C1:22-71; C5:188-234; C7:279-311	QĐ số 377/QĐ- ĐHTM ngày 21/3/2023
7	Nâng cao năng lực cạnh tranh của các DN Việt Nam đáp ứng điều kiện sản phẩm xuất khẩu thân thiện với môi trường	TK	Thống kê, 2019 ISBN: 978-604-75-1255-3	11		P.IV: 183-204	Xác nhận của Hiệu trưởng ĐHTM ngày 26/4/2023
8	Nghiên cứu hành vi mua thực phẩm hữu cơ ở Việt Nam	TK	Thống kê, 2021 ISBN: 978-604-75-1909-5	08	X	C5: 109-138: C6: 139-148	Xác nhận của Hiệu trưởng ĐHTM ngày 26/4/2023
9	Phát triển dịch vụ logistics cho xuất khẩu hàng hóa qua các cửa khẩu biên giới VN – TQ	TK	Hà nội, 2021 ISBN:978-604-339-425-2	05	X	PII: 63-150 PIII: 151-180	Xác nhận của Hiệu trưởng ĐHTM ngày 26/4/2023
10	Tác động của năng lực cung ứng dịch vụ tới kết quả hoạt động của DN: Nghiên cứu trường hợp các DN logistics trên địa bàn tỉnh Cao bằng	TK	Hà nội, 2021 ISBN: 978-604-339-688-1	02	X	Đồng chủ biên 1-191	Xác nhận của Hiệu trưởng ĐHTM ngày 26/4/2023
11	Chiến lược cạnh tranh của các DN chế biến thực phẩm VN trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0	TK	Hà Nội, 2022 ISBN: 978-604-355-532-5	04	X	C1: 15-52 C5:148-168	Xác nhận của Hiệu trưởng ĐHTM ngày 26/4/2023
12	Environmental sustainability in emerging markets – Consumer, Organisation and Policy perspectives. DOI: 978-981-19-2408-8	CK	Springer, 2022 ISBN 978-981-19-2407-1	5	X	Chapter 2: 23-46. Promoting sustainable renewable energy consumption: government policy drives record rooftop solar adoption in Vietnam (SCOPUS)	QĐ số 375/QĐ- ĐHTM ngày 21/3/2023



13	Phát triển chiến lược và năng lực cạnh tranh marketing của các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại VN	CK	Thông tin và truyền thông, 2022 ISBN: 978-604-80-7179-0	03	X	C1: 1-43; C2: 44-129; C4: 152-198; C5: 199-253; C6: 255-315	QĐ số 374/QĐ-ĐHTM ngày 21/3/2023
14	Quản trị chiến lược (Dùng cho CTĐT sau đại học)	GT	Thống kê, 2023 ISBN: 978-604-75-2437-2	09	X	C1: 1-32 C6: 213-244	QĐ số 379/QĐ-ĐHTM ngày 21/3/2023

Trong đó: số lượng sách chuyên khảo và chương sách do nhà xuất bản có uy tín trên thế giới xuất bản, mà ứng viên là chủ biên sau PGS: [3], [12], [13].

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
<b>Trước khi được công nhận PGS</b>					
1	Giải pháp nâng cao hiệu quả công tác hoạch định chiến lược kinh doanh tại Ngân hàng Ngoại Thương VN	CN	Trường ĐHTM	2006-2007	15/12/2007 Loại: Xuất sắc
2	Ứng dụng ma trận TOWS trong phát triển chiến lược kinh doanh tại Công ty May Việt Tiến	CN	Trường ĐHTM	2007-2008	5/8/2008 Loại: Xuất sắc
3	Phát triển chiến lược thương mại điện tử của các DN thuộc Tổng công ty thương mại Hà Nội	CN	Bộ GD&ĐT Mã số: B2009-07-77	2009-2010	16/3/2011 Loại: Xuất sắc
4	Hoàn thiện chiến lược thâm nhập thị trường Trung Quốc mặt hàng thủy sản đông lạnh - Nghiên cứu điển hình thị trường tỉnh Quảng Đông	CN	Trường ĐHTM Mã số: CS2012-01	2011-2012	5/6/2012 Loại: Xuất sắc
<b>Sau khi được công nhận PGS</b>					
5	Marketing địa phương nhằm thu hút FDI vào các khu công nghiệp trên địa bàn các tỉnh, thành phố Việt Nam	CN	Bộ GD&ĐT Mã số: B2016 – TMA - 01	2016-2017	20/11/2017 Loại: Đạt
6	Phát triển dịch vụ logistics đáp ứng nhu cầu xuất nhập khẩu qua các cửa khẩu của tỉnh Cao Bằng	CN	Tỉnh Cao Bằng Mã số: 116/QĐ- SKHCNCB	2017-2018	3/12/2018 Loại: Đạt
7	Phân tích định lượng hiệu quả các dự án FDI theo định hướng phát triển bền vững nền kinh tế Việt Nam	CN	Bộ GD&ĐT Mã số: B2019- TMA-08	2019-2020	08/04/2021 Loại: Đạt

8	Nghiên cứu các nhân tố thúc đẩy và kìm hãm hành vi mua thịt hữu cơ của người tiêu dùng Việt Nam	CN	NAFOSTED Mã số: 502.02- 2018.303	2019-2020	11/6/2021 Loại: Đạt
---	---	----	---	-----------	------------------------

\* 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

### 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
<b>Trước khi được công nhận PGS</b>								
<b>1. Bài báo đăng tạp chí khoa học không thuộc danh mục ISI/SCOPUS:</b>								
1	Cấu trúc tổ chức thực thi chiến lược tại các DNVN	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 14: 51-57	II/2006
2	Lãnh đạo chiến lược và nhà lãnh đạo chiến lược ở các DNVN giai đoạn sau gia nhập WTO	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 17: 61-65	I/2007
3	Một số cơ sở lý luận về phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của các DN nhà nước CP ngành may VN giai đoạn sau gia nhập WTO	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 25: 29-33	8/2008
4	Phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của các DN Vinatex theo tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu ngành may	2	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 32: 35-40	10/ 2009
5	Phân tích TOWS theo nguyên lý "động" trong phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của các DN ngành may thuộc Vinatex trong giai đoạn hiện nay.	1	X	Khoa học Thương mại ISSN 1859-3666			Số 32: 42-46	12/ 2009
6	Thực trạng và giải pháp phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của các DN nhà nước CP ngành may VN giai đoạn sau gia nhập WTO	1	X	Khoa học Thương mại ISSN 1859-3666			Số 35: 23-29	4/2010
7	Thực trạng và một số vấn đề đặt ra với phát triển chiến lược thương mại điện tử của các DN thuộc Hapro	1	X	Khoa học Thương mại ISSN 1859-3666			Số 40: 19-25	2/2011

8	Quan điểm và giải pháp phát triển chiến lược thương mại điện tử của các DN thuộc Hapro	1	X	Khoa học Thương mại ISSN 1859-3666			Số 41: 41-46	4/2011
9	Quan điểm và giải pháp tái cấu trúc chiến lược thương mại điện tử của các DN thuộc Hapro	1	X	Kinh tế và Phát triển ISSN 1859-0012			Số 167: 37-42	5/2011
10	Phát triển chuỗi cung ứng giá trị của các DN ngành bia Việt Nam	2		Khoa học Thương mại ISSN 1859-3666			Số 43: 24-31	8/ 2011
11	Impacts of Knowledge Creation Capabilities on Corporate Performance in Vietnam today	1	X	Phát triển kinh tế ISSN 1859-1116			Số 205: 52-57	9/2011
12	Phát triển chiến lược thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp ngành may VN	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 44: 16-20	10/2011
13	Nghiên cứu đối sánh ứng dụng các mô thức marketing-mix cho các sản phẩm số	1	X	Khoa học Thương mại ISSN 1859-3666			Số 45: 28-32	12/2011
14	Chiến lược thương hiệu của các DN ngành may VN: Thực trạng và giải pháp phát triển	1	X	Nghiên cứu kinh tế ISSN 0866-7489			Số 406: 50-55	3/2012
15	Phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại trên thị trường trong nước trong bối cảnh hiện nay.	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 47: 15-20	4/2012
16	Nghiên cứu năng lực kinh doanh của các DN VN: Tiêu chí và phương pháp đánh giá	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 48: 44-51	6/2012
17	Chiến lược chào hàng thị trường sản phẩm may Việt nam - Thực trạng và giải pháp phát triển	1	X	Kinh tế và Phát triển ISSN 1859-0012			Số 180: 87-92	6/2012
18	Nghiên cứu tác động của giới tính người tiêu dùng Việt nam đến hành vi mua hàng thời trang	1	X	Phát triển kinh tế ISSN 1859-1116			Số 262: 46-53	8/2012
19	Mối quan hệ giữa hiệu quả xuất khẩu và chiến lược marketing của các DN ngành may Việt nam.	1	X	Kinh tế và Phát triển ISSN 1859-0012			Số 183: 20-26	9/2012
20	Ảnh hưởng của chiến lược marketing tới hiệu quả hoạt động của các DN vừa và nhỏ	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN			Số 50: 28-35	10/2012

	ngành xây dựng VN			1859-3666				
21	Lý thuyết và mô hình tái cấu trúc chiến lược kinh doanh của các doanh nghiệp ngành may VN	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 52: 46-51	12/2012
22	Giá trị cung ứng của chào hàng thị trường trong marketing địa phương nhằm thu hút đầu tư vào các khu, cụm công nghiệp.	2	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 53+54: 36-39	1+2/ 2013
23	Chiến lược cạnh tranh của các khách sạn 3-5* VN	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 55: 42-47	3/2013
24	Phương thức thâm nhập thị trường thủy sản đông lạnh tỉnh Quảng Đông - Trung Quốc. Thực trạng và khuyến nghị	1	X	Những vấn đề kinh tế & Chính trị TG ISSN 0868-2984			Số 204: 45-56	4/2013
25	Nghiên cứu chuỗi giá trị của các DN ngành may VN - Mô hình, thực trạng và giải pháp	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 57: 8-15	5/2013
26	Phát triển năng lực và phong cách lãnh đạo chiến lược của các nhà quản trị cấp cao ở các DNVN	1	X	Nghiên cứu kinh tế ISSN 0866-7489			Số 421: 30-38	6/2013
27	Mô hình chuỗi giá trị của DN và ngành kinh doanh VN	1	X	Kinh tế và Phát triển ISSN 1859-0012			Số 192: 13-20	6/2013
28	Chào hàng thị trường nhằm thu hút đầu tư lấp đầy các khu, cụm công nghiệp địa phương (Nghiên cứu điển hình trường hợp tỉnh Hà Tĩnh)	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 58: 9-16	6/2013
29	Marketing địa phương nhằm thu hút đầu tư vào các khu, cụm công nghiệp ở các tỉnh, thành phố VN - Nghiên cứu điển hình tỉnh Hà Tĩnh.	1	X	Kinh tế và Phát triển ISSN 1859-0012			Số 192: 56-63	6/2013
<b>2. Báo cáo khoa học đăng kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế</b>								
30	Chuỗi cung ứng điện tử: cơ hội và thách thức đối với các DNVN giai đoạn sau ra nhập WTO	2	X	"CNTT & TMĐT trong bối cảnh kinh tế mới"			68-74	11/ 2007
31	Trách nhiệm xã hội của DN theo góc độ tiếp cận phát triển chiến lược kinh doanh	1	X	"Trách nhiệm xã hội của DN: các góc độ tiếp cận - Thực tiễn và giải pháp"			68-73	10/ 2008

32	Tổ chức và thực thi phát triển chiến lược kinh doanh của các DN ngành may VN sau khủng hoảng và suy thoái toàn cầu	1	X	"Tái cấu trúc ngành KT và các DN ngành công thương"			234-241	7/2010
33	Restructuring the business strategies of Vietnam industry - trade sector's enterprises - the principles, actual situation and solutions (Research orientation for Vietnam garment enterprises)	1	X	"Business & Management in the 21st century" – Đà Loan			102-112	10/2010
34	Nghiên cứu tác động của năng lực sáng tạo tri thức đối với hiệu quả hoạt động của các DNVN.	1	X	"Quản trị chiến lược dựa trên tri thức"			80-87	6/2011
35	Các yếu tố tác động đến niềm tin của khách hàng đối với thương hiệu trực tuyến	1	X	"Hội nhập: Cơ hội & thách thức"			126-134	12/2011

**Sau khi được công nhận PGS**

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)	Tạp, số, trang	Tháng, năm công bố
----	----------------------------	------------	------------------	---	---	--	----------------	--------------------

**1. Bài báo đăng trên tạp chí khoa học quốc tế uy tín**

36	Encouraging Vietnamese household recycling behavior: Insights and implications. DOI: 10.3390/su9020179	4		Sustainability ISSN: 2071 -1050	SSCI (IF: 3.88)	50	Vol 9 (2): 1-15	2/2017
37	Green purchase behavior: mitigating barriers in developing countries. DOI: 10.1108/SD-04-2017-0064	4		Strategic Direction ISSN: 0258-0543	SCOPUS (Emerald: Q4)	40	Vol 33 (8):4-6	8/2017
38	Marketing international scholarly journals to Vietnamese researchers. DOI: 10.1007/s12109-017-9542-3	3		Publishing Research Quarterly ISSN 1053-8801	SCOPUS (Springer: Q2)	3	Vol 33: 471-476	9/2017
39	Cash or cashless? : Promoting consumers' adoption of mobile payments in an emerging economy. DOI: 10.1108/SD-08-2017-0126	3		Strategic Direction ISSN: 0258-0543	SCOPUS (Emerald: Q4)	50	Vol 34 (1):1-4	1/2018

40	Organic food purchases in an emerging market: The influence of consumers' personal factors and green marketing practices of food stores. <i>DOI: 10.3390/ijerph16061037</i>	5	FA	International Journal of Environmental Research and Public Health ISSN: 1660-4601	SCOPUS (Q2)	210	Vol 16 (5):1-17	3/2019
41	Evaluating the attributes of online bookstores: Empirical evidence from young consumers in Vietnam. <i>DOI: 10.1007/s12109-019-09652-w</i>	5	FA	Publishing Research Quarterly ISSN 1053-8801	SCOPUS (Springer: Q2)	10	Vol 35 (2): 236–241	4/2019
42	Debunking the myth of foreign direct investment toward long-term sustainability of a developing country: A transaction cost analysis approach. <i>DOI: 10.3390/su11174569</i>	3	FA	Sustainability ISSN: 2071 -1050	SSCI (IF: 3.88)	6	Vol 11 (17): 1-26	8/2019
43	The role of social media in the purchase of books: empirical evidence from Vietnam's publishing industry <i>DOI: 10.1007/s12109-019-09682-4</i>	5	FA	Publishing Research Quarterly ISSN 1053-8801	SCOPUS (Springer: Q2)	9	Vol 35 (4): 704–709	8/2019
44	Demographics of sustainable technology consumption in an emerging market: the significance of education to energy efficient appliance adoption. <i>DOI: 10.1108/SRJ-11-2018-0312</i>	4		Social Responsibility ISSN: 1747-1117	SCOPUS (Emerald: Q1)	33	Vol 15 (6): 803-818	9/2019
45	Some key factors affecting consumers' intentions to purchase functional foods: A case study of functional yogurts in Vietnam. <i>DOI: 10.3390/foods9010024</i>	8	CA	Foods ISSN: 2304-8158	SCIE (IF: 5.56)	50	Vol 9 (1): 1-15	12/2019
46	What is a good journal? Perceptions of Vietnamese early-career and mid-career researchers. <i>DOI: 10.1007/s12109-020-09718-0</i>	5	FA	Publishing Research Quarterly ISSN 1053-8801	SCOPUS (Springer: Q2)	3	Vol 36 (2): 296–303	2/2020

47	A Comprehensive model of consumers' perceptions, attitudes and behavioral intention toward organic tea: Evidence from an emerging economy. <i>DOI: 10.3390/su12166619</i>	4		Sustainability ISSN 2071 -1050	SSCI (IF: 3.88)	10	Vol 12 (16): 1-17	8/2020
48	Online book shopping in Vietnam: The impact of the COVID-19 pandemic situation. <i>DOI: 10.1007/s12109-020-09732-2</i>	6	FA	Publishing Research Quarterly ISSN 1053-8801	SCOPUS (Springer: Q2)	134	Vol 36 (3): 437– 445	9/2020
49	Traditional or fast foods, Which one do you choose? The roles of traditional value, modern value, and promotion focus. <i>DOI: 10.3390/su12187549</i>	5		Sustainability ISSN 2071 -1050	SSCI (IF: 3.88)	14	Vol 12 (18): 1-18	9/2020
50	Sustainable food consumption: investigating organic meat purchase intention by vietnamese consumers. <i>DOI: 10.3390/su13020953</i>	4	FA	Sustainability ISSN 2071 -1050	SSCI (IF: 3.88)	29	Vol 13 (2): 1-15	1/2021
51	Online Book Fairs during the COVID-19 Pandemic: the experience of Vietnam <i>DOI:10.1163/18784712-03104008</i>	5		Logos ISSN: 0957-9656	SCOPUS (Brill: Q2)	2	Vol 32 (1): 37-43	5/2021
52	A moderated mediation study of consumer extrinsic motivation and CSR beliefs towards organic drinking products in an emerging economy. <i>DOI: 10.1108/BFJ-12-2020-1096</i>	5		British Food ISSN: 0007-070X	SCI (IF: 3.22)	16	Vol 124 (4) 1-21	5/2021
53	How does environmental interpretation affect psychological well-being? A study conducted in the context of Covid19 <i>DOI: 10.3390/su13158522</i>	7	FA	Sustainability ISSN 2071 -1050	SSCI (IF: 3.88)	5	Vol 13 (15): 1-15	7/2021

54	Gyms' indoor environmental quality and customer emotion: the mediating roles of perceived service quality and perceived psychological safety. <i>DOI:10.1080/02614367.2021.1975803</i>	7		Leisure Studies ISSN: 0261-4367	SSCI (IF: 2.53)	5	Vol 41 (2): 1-19	9/2021
55	Consumer attitudes toward facial recognition payment: an examination of antecedents and outcomes. <i>DOI: 10.1108/IJBM-04-2021-0135</i>	7		International Journal of Bank Marketing ISSN: 0265-2323	SSCI (IF:5.08)	12	Vol. 40 (3): 511-535.	4/2022
56	Consumers' perceived value and use intention of cashless payment in the physical distancing context: evidence from an asian emerging market. <i>DOI: 10.1108/APJML-05-2022-0408</i>	5		Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics ISSN: 1355-5855	SSCI (IF:4.64)	1	Vol 35 (6): 1513-1531	8/2022
57	Evaluating the impact of e-service quality on customer intention to use video teller machine services. <i>DOI: 10.3390/joitmc8030167</i>	6	FA	J. of open innovation: Technology, market, and complexity ISSN: 2199-8531	SCOPUS (Q1)		Vol 8 (3): 167-	9/2022
58	Understanding audiobook apps's consumption values and their implications for promoting audiobooks. <i>DOI: 10.1007/s12109-022-09934-w</i>	5	FA	Publishing Research Quarterly ISSN 1053-8801	SCOPUS (Springer: Q2)		Vol 39: 61-68	2/2023
59	How financial and Non-financial rewards moderate the relationships between transformational leadership, job satisfaction, and job performance <i>DOI: 10.1080/23311975.2023.2173850</i>	4		Cogent Business & Management ISSN: 2331-1975	SCOPUS (Taylor & Francis: Q2)			3/2023
60	Green hotel practices and consumer revisit intention: a mediating model of consumer promotion focus, brand identification, and green consumption value <i>DOI:10.1177/13567667231164630</i>	5		Journal of Vacation Marketing ISSN: 1356- 7667	SSCI (IF:4.0)			3/2023



<b>2. Bài báo đăng tạp chí khoa học không thuộc danh mục ISI/SCOPUS:</b>								
61	Nghiên cứu năng lực cốt lõi của các DN Việt Nam giai đoạn hiện nay	2	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 62+63: 19-29	11/2013
62	Mô hình nghiên cứu chuỗi cung ứng xuất khẩu đặc sản nông nghiệp Việt nam trong bối cảnh hiện nay	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 81: 3-14	5/2015
63	Succession decision in Vietnamese Family Companies	1	X	International J. of Business & Management ISSN 1833-3850			Vol 10 (7): 208-214	7/2015
64	Nghiên cứu sự chuyển hóa nông phẩm thành đặc sản nông nghiệp xuất khẩu trong chuỗi cung ứng XK nông phẩm Việt Nam	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 82+83: 53-70	7/2015
65	Service Quality at the Seaport System of Saigon Newport Corporation	1	X	International Journal of Marketing Studies ISSN 1918-719X			Vol 7 (6): 145-155	12/2015
66	Nghiên cứu phát triển chiến lược marketing tại các chuỗi siêu thị bán lẻ ở các đô thị lớn Việt Nam	2	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 89-90: 14-26	2/2016
67	Factors affecting business strategy implementation of Vietnam garment companies	1	X	International Journal of Business and Management ISSN 1833-3850			Vol 12 (1): 133-139	12/2016
68	Logistics đáp ứng nhu cầu XNK qua các cửa khẩu tỉnh Cao Bằng	2	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 120: 2-12	8/2018
69	Mô hình nghiên cứu các yếu tố thúc đẩy và cản trở hành vi mua thực phẩm hữu cơ của người tiêu dùng Việt Nam	5	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 129: 49-56	5/2019
70	Impact of competitive strategy on business performance of Vietnam food enterprises	2	X	Journal of Trade Science ISSN 1859-3666			Vol 7 (2): 11-19	6/2019
71	Thu hút và sử dụng đầu tư nước ngoài: Thực trạng và một số khuyến nghị.	3	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 132: 14-32	8/2019

72	Tác động của đầu tư trực tiếp nước ngoài và phát triển bền vững của các địa phương ở Việt nam	4	X	TC Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 139: 2-12	3/2020
73	Tiêu dùng thực phẩm hữu cơ: Nghiên cứu từ thái độ đến hành vi mua thịt hữu cơ của người tiêu dùng VN	4	X	Kinh tế & Phát triển ISSN 1859-0012			Số 275: 67-76	5/2020
74	Nghiên cứu dịch vụ logistics tại Khu kinh tế của khâu tỉnh Cao bằng: Thực trạng và giải pháp.	2	X	Kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương ISSN: 0868-3808			Số 571: 22-24; 15-18	8/2020
75	Đầu tư trực tiếp nước ngoài và tăng trưởng ngành nông nghiệp Việt Nam	2	X	Kinh tế & Phát triển ISSN 1859-0012			Số 287: 24-34	5/2021
76	Research on the impact of organizing strategic market implementation on business performance of Hapro.	2	X	Journal of Trade Science ISSN 1859-3666			Vol 9 (2): 10-15	6/2021
77	Business environmental factors affecting the efficiency of foreign direct investment enterprises in agriculture in VietNam	3		Journal of Trade Science ISSN 1859-3666			Vol 9 (3): 57-72	9/2021
78	Hành vi sử dụng dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến của khách hàng Việt Nam trong thời kỳ dịch bệnh COVID-19	3		Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á ISSN 1859-1116			Số 32 (9): 22-41	9/2021
79	Tác động của chất lượng dịch vụ giáo dục đến sự hài lòng của sinh viên các trường đại học công lập khối kinh tế và quản trị kinh doanh tại VN	2	X	Kinh tế & Phát triển ISSN 1859-0012			Số 295: 83-93	1/2022
80	Giá trị cảm nhận, sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng sử dụng dịch vụ Mobile Banking tại Việt Nam: Vai trò của tinh thần đổi mới và chi phí chuyển đổi	4	X	Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á ISSN 1859-1116			Số 33 (2): 24-45	2/2022

81	Nghiên cứu phát triển năng lực cạnh tranh marketing của các chuỗi siêu thị bán lẻ trên địa bàn Hà Nội	2	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-3666			Số 166: 26-36	7/2022
82	Nghiên cứu năng lực cạnh tranh marketing động của các chuỗi siêu thị bán lẻ trên địa bàn Hà Nội	1	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-366			Số 169: 49-59	8/2022
83	Phát triển hệ thống điện năng lượng mặt trời áp mái tại Việt Nam: Góc nhìn từ hành vi khách hàng	4	X	Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á ISSN 1859-1116			Số 33 (9): 4-19	9/2022
84	Nghiên cứu các nhân tố tác động đến mức độ chuyển đổi số của SMEs trên địa bàn thành phố Hà Nội	3	X	Khoa học Thương Mại ISSN 1859-366			Số 172: 3-20	12/2022
85	Chiến lược cạnh tranh của các doanh nghiệp chế biến thực phẩm Việt Nam: Vai trò của đổi mới sáng tạo	3		Kinh tế & Phát triển ISSN 1859-0012			Số 308: 11-21	2/2023
86	Tác động của giá trị cảm nhận đối với các thiết bị gia dụng tiết kiệm điện đến lòng trung thành của khách hàng trên địa bàn thành phố Hà Nội.	2		Khoa học Thương Mại ISSN 1859-366			Số 177: 96-108	5/2023

**3. Báo cáo khoa học đăng kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế**

87	Khu kinh tế cửa khẩu Cao Bằng: một số hàm ý chính sách phát triển	1	X	“Chính sách và giải pháp hỗ trợ XK hàng nông sản sang Trung Quốc qua Cao Bằng” ISBN-13:978-604-75-0362-9			Tập 2: 636-649	2015
88	Vai trò của các nhóm dân cư địa phương và phát triển du lịch bền vững của tỉnh Quảng Ngãi	1	X	“Phát triển du lịch bền vững khu vực duyên hải Nam Trung Bộ Việt nam” ISBN:978-604-948-195-6			470-480	2016
89	Marketing địa phương thu hút đầu tư FDI vào các khu công nghiệp địa phương	2	X	“Phát triển kinh tế VN trong tiến trình hội nhập quốc tế” ISBN:978-604-55-2337-7			Tập 1: 624-635	2017

90	Chính sách thúc đẩy tiêu dùng các sản phẩm thân thiện môi trường	2		“CMCN 4.0: Cơ hội và thách thức đối với phát triển kinh tế VN” ISBN:978-604-55-3231-7			Tập 2: 501-510	2018
91	Combining the technology acceptance model and innovation theory explains customers' behavior using video teller machine banking service.	2	X	“Thương mại & Phân phối lần 4” ISBN: 978-604-84-7106-4			Tập 1: 280-289	3/2023
92	An integrated model of the consumer perceived value and the knowledge – attitude – behavior model to explain purchase intention of energy-efficient home appliances in Vietnam.	2		“Thương mại & Phân phối lần 4” ISBN: 978-604-84-7106-4			Tập 1: 446-459	3/2023

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 công nhận PGS: **11 bài ([40], [41], [42], [43], [45], [46], [48], [50], [53], [57], [58]).**

7.1.b. Bài báo khoa học, báo cáo khoa học đã công bố (*Dành cho các chuyên ngành thuộc ngành KH An ninh và KH Quân sự được quy định tại Quyết định số 25/2020/QĐ-TTg*).

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 (đối với ngành Văn hóa, nghệ thuật, thể dục thể thao).

8. Chủ trì hoặc tham gia xây dựng, phát triển chương trình đào tạo của cơ sở giáo dục đại học đã được đưa vào áp dụng thực tế:

TT	Chương trình đào tạo	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	Xây dựng CTĐT ngành Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng trình độ Đại học	Thư ký	QĐ 251/QĐ-ĐHTM ngày 2/4/2018	Trường ĐHTM	QĐ 230/QĐ-ĐHTM ngày 4/3/2019	
2	Phát triển 17 CTĐT các chuyên ngành trình độ đại học chính quy	Thư ký	QĐ 415/QĐ-ĐHTM ngày 5/4/2019	Trường ĐHTM	QĐ số 1566/QĐ-ĐHTM ngày 25/12/2019	
3	Xây dựng CTĐT ngành Quản trị kinh doanh trình độ Thạc sĩ định hướng ứng dụng	Phó Trưởng TB	QĐ518/QĐ-ĐHTM ngày 4/5/2021	Trường ĐHTM	QĐ 934/QĐ-ĐHTM ngày 18/6/2021	

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

4	Xây dựng CTĐT Marketing Ths định hướng ứng dụng	Phó Trưởng TB	QĐ520/QĐ-ĐHTM ngày 4/5/2021	Trưởng ĐHTM	QĐ 934/QĐ-ĐHTM ngày 18/6/2021	
5	Phát triển CTĐT Kế toán DN; Tài chính – Ngân hàng TM chất lượng cao trình độ đại học	Phó Chủ tịch HĐ	QĐ 49/QĐ-ĐHTM ngày 10/1/2022	Trưởng ĐHTM	QĐ 84/QĐ-ĐHTM ngày 24/5/2022	
6	Xây dựng CTĐT ngành Kinh tế số trình độ đại học	Phó Chủ tịch HĐ	QĐ1286/QĐ-ĐHTM ngày 16/8/2022	Trưởng ĐHTM	QĐ2393/QĐ-ĐHTM ngày 28/12/2022	

9. Các tiêu chuẩn không đủ so với quy định, đề xuất công trình khoa học 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.

*Hà Nội, ngày ... tháng 6 năm 2023*

**NGƯỜI ĐĂNG KÝ**

**Nguyễn Hoàng Việt**