

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: Kinh tế ; Chuyên ngành: Thương mại điện tử, Quản trị kinh doanh

A. THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Họ và tên người đăng ký: BUI THÀNH KHOA

2. Ngày tháng năm sinh: 21/10/1987 ; 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 Duy Xuyên, huyện Duy Tân, tỉnh Quảng Nam

5. Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú (số nhà, phố, phường, quận, thành phố hoặc xã, huyện, tỉnh): 20 đường 8, Khu phố 2, Phường Hiệp Bình Chánh, TP. Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh.

6. Địa chỉ liên hệ (ghi rõ, đầy đủ để liên hệ được qua Bưu điện): 20 đường 8, Khu phố 2, Phường Hiệp Bình Chánh, TP. Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh.

Điện thoại nhà riêng: Không ; Điện thoại di động: 0908091402; E-mail: buithanhkhoa@iuh.edu.vn

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

Từ tháng 09/2023 đến nay: Phó trưởng khoa, Chủ nhiệm bộ môn Thương mại điện tử, Khoa Thương mại - Du lịch, trường đại học Công nghiệp TP.HCM (Quyết định số 2168/QĐ-ĐHCN và 2169/QĐ-ĐHCN ngày 15 tháng 9 năm 2023).

Ban hành kèm theo Công văn số 78/HĐGSNN ngày 29/5/2020 của Chủ tịch HĐGSNN

Từ tháng 04/2022 đến năm 08/2023: Chủ nhiệm bộ môn Thương mại điện tử, Khoa Thương mại - Du lịch, trường đại học Công nghiệp TP.HCM (Quyết định số 729/QĐ-ĐHCN ngày 25 tháng 3 năm 2022).

Từ tháng 09/2020 đến tháng 03/2022: Giảng viên, Khoa Thương mại - Du lịch, trường đại học Công nghiệp TP.HCM (Quyết định số 988/QĐ-ĐHCN ngày 14 tháng 8 năm 2020).

Từ năm 09/2010 đến tháng 08/2020: Giảng viên, Khoa Quản trị kinh doanh, trường đại học Công nghiệp TP.HCM (Quyết định số 832/ĐHCN-TCHC ngày 23 tháng 8 năm 2010).

Chức vụ: Hiện nay: Phó trưởng khoa Khoa Thương mại – Du lịch; Chức vụ cao nhất đã qua: Phó trưởng khoa

Cơ quan công tác hiện nay: Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ cơ quan: 12 Nguyễn Văn Bảo, Phường 4, Quận Gò Vấp, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại cơ quan: 083.8940390

8. Đã nghỉ hưu: Chưa

9. Trình độ đào tạo:

- Được cấp bằng Đại học ngày 07 tháng 09 năm 2009, ngành: Quản trị kinh doanh, chuyên ngành: Quản trị kinh doanh (Số hiệu bằng: A376082)

Nơi cấp bằng Đại học (trường, nước): Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

- Được cấp bằng Đại học ngày 06 tháng 11 năm 2017, ngành: Ngôn ngữ Anh, chuyên ngành: Tiếng anh thương mại (Số hiệu bằng: 1460355)

Nơi cấp bằng Đại học (trường, nước): Trường Đại học Tài chính – Marketing, Việt Nam

- Được cấp bằng Đại học ngày 11 tháng 01 năm 2023, ngành: Công nghệ thông tin, chuyên ngành: Công nghệ thông tin (Số hiệu bằng: QH74202200050)

Nơi cấp bằng Đại học (trường, nước): Trường Đại học Công nghệ Thông tin – Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

- Được cấp bằng Thạc sĩ ngày 11 tháng 01 năm 2013, ngành: Kinh tế - Thương mại, chuyên ngành: Kinh tế - Thương mại (Số hiệu bằng: 9971766). Được công nhận tại Cục khảo thí và kiểm định chất lượng giáo dục vào ngày 23 tháng 3 năm 2015 (Số vào sổ đăng ký: 005863/CBVB-ThS)

Nơi cấp bằng Thạc sĩ (trường, nước): Trường Đại học Toulouse I, Cộng Hòa Pháp

- Được cấp bằng Tiến sĩ ngày 28 tháng 09 năm 2020, ngành: Quản trị kinh doanh, chuyên ngành: Quản trị kinh doanh (Số hiệu bằng: MBS80000001)

Ban hành kèm theo Công văn số 78/HĐGSNN ngày 29/5/2020 của Chủ tịch HĐGSNN

Nơi cấp bằng TS (trường, nước): Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

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 Công nghiệp 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:

- Hành vi khách hàng

- Hành vi tổ chức

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

- Đã hướng dẫn (số lượng) **00** NCS bảo vệ thành công luận án TS;

- Đã hướng dẫn (số lượng) **03** HVCH/CK2/BSNT bảo vệ thành công luận văn ThS/CK2/BSNT (ứng viên chức danh GS không cần kê khai);

- Đã hoàn thành đề tài NCKH từ cấp cơ sở trở lên: số lượng **03** cấp cơ sở (Vai trò: 03 đề tài là chủ nhiệm);

- Đã công bố (số lượng) **71** bài báo KH, trong đó **27** bài báo KH trên tạp chí quốc tế có uy tín;

- Đã được cấp (số lượng) **00** bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích;

- Số lượng sách đã xuất bản: có **03** chương sách thuộc nhà xuất bản có uy tín, **01** giáo trình (đồng chủ biên);

- Số lượng tác phẩm nghệ thuật, thành tích thể dục, thể thao đạt giải thưởng quốc gia, quốc tế: Không

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

TT	Cấp khen thưởng	Danh mục	Nội dung	Số quyết định	Năm
1	Trường	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua cơ sở năm học 2022- 2023	1999/QĐ-DHCN ngày 23 tháng 08 năm 2023	2023
2	Trường	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua cơ sở năm học 2021- 2022	2117/QĐ-DHCN ngày 06 tháng 09 năm 2022	2022
3	Trường	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua cơ sở năm học 2020- 2021	1279/QĐ-DHCN ngày 08 tháng 10 năm 2021	2021
4	Trường	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua cơ sở năm học 2018 - 2019	1447/QĐ-DHCN ngày 16 tháng 8 năm 2019	2019
5	Trường	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua cơ sở năm học 2017 - 2018	1938/QĐ-DHCN ngày 14 tháng 09 năm 2018	2018

TT	Cấp khen thưởng	Danh mục	Nội dung	Số quyết định	Năm
6	Bộ Công Thương	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua Bộ Công Thương	3607/QĐ-BCT ngày 20 tháng 9 năm 2017	2017
7	Trường	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua cơ sở năm học 2016 - 2017	2578/QĐ-ĐHCN ngày 11 tháng 08 năm 2017	2017
8	Bộ Công Thương	Bằng khen	Bằng khen Bộ Trường Bộ Công thương	3804/QĐ-BCT ngày 21 tháng 09 năm 2016	2016
9	Trường	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua cơ sở năm học 2015 - 2016	1655/QĐ-ĐHCN ngày 11 tháng 08 năm 2016	2016
10	Trường	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua cơ sở năm học 2014 - 2015	992/QĐ-ĐHCN ngày 17 tháng 08 năm 2015	2015
11	Trường	Chiến sĩ thi đua	Chiến sĩ thi đua cơ sở năm học 2013 - 2014	846/QĐ-ĐHCN ngày 14 tháng 08 năm 2014	2014
12	Tỉnh/Thành phố	Bằng khen	Đóng góp tích cực trong công tác Đoàn và phong trào thanh niên trường Đại học Công nghiệp TP.HCM, nhiệm kỳ 2012 - 2014	494/QĐKT-TĐ ngày 12 tháng 12 năm 2014	2014
13	Tỉnh/Thành phố	Giấy khen	Nhà giáo trẻ tiêu biểu TPHCM 2013	467/QĐKT-TĐ ngày 13 tháng 11 năm 2013	2013

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:

- Đối với công tác đào tạo:

- Tích cực, chủ động, hỗ trợ các công tác của đơn vị. Bản thân luôn hòa đồng với đồng nghiệp.
- Giảng dạy sinh viên theo đúng nội dung đề cương môn học, đánh giá đúng năng lực của sinh viên thông qua điểm số, và không thiên vị.
- Tổ trưởng tổ soạn thảo chương trình đào tạo trình độ đại học chính quy Hệ chất lượng cao ngành Thương mại điện tử theo Quyết định 2893/QĐ-ĐHCN ngày 29 tháng 12 năm 2022.
- Thư ký tổ xây dựng đề án mở ngành và soạn thảo chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ chuyên ngành Thương mại điện tử (thuộc ngành QTKD – Mã số 8340101) theo Số 283/QĐ-ĐHCN, ngày 19 tháng 2 năm 2024.
- Tổ trưởng tổ cải tiến chương trình đào tạo sau đánh giá ngoài ngành Thương mại điện tử theo Quyết định 2148/QĐ-ĐHCN ngày 14 tháng 09 năm 2023.
- Luôn hoàn thành số giờ định mức giảng dạy hàng năm

- Đối với công tác nghiên cứu khoa học

- Tích cực trong nghiên cứu khoa học, số lượng bài báo nghiên cứu và trích dẫn tăng hàng năm. Theo thống kê của SCOPUS, ở năm 2019 thì số lượng bài báo là 3 và trích dẫn là 3, năm 2020 (9/81), năm 2021 (18/98), năm 2022 (22/122), năm 2023 (24/180) (ngày 24/6/2024).
- Hoàn thành nhiệm vụ nghiên cứu khoa học của nhà trường đề ra.
- Đạt thành tích trong nghiên cứu khoa học năm 2022: Nhiều công bố khoa học trên tạp chí quốc tế uy tín và Xuất bản chương sách ở nhà xuất bản quốc tế uy tín (Giấy khen theo Quyết định 667/QĐ-ĐHCN ngày 08 tháng 5 năm 2023).

- Đối với công tác phục vụ cộng đồng: Hoàn thành nhiệm vụ phục vụ cộng đồng mà nhà trường yêu cầu, với các hoạt động chính như sau:

- Tham gia ban tư vấn tuyển sinh của nhà trường.
- Tham gia hội thao (bóng đá nam), hội diễn văn nghệ người lao động.
- Thực hiện công tác giảng viên chủ nhiệm, tư vấn sinh viên.
- Tham gia các hoạt động từ thiện.
- Tham gia các hội thảo, tọa đàm, seminar cấp khoa, bộ môn.

- Đối với công tác quản lý

- Tôi đã hoàn thành nhiệm vụ xếp lịch giảng dạy cho các lớp Đại học ngành Thương mại điện tử, phân công giảng viên giảng dạy phù hợp, công tác đề thi, công tác kết nối doanh nghiệp. Đồng thời tôi cũng là tổ trưởng tổ cải tiến chương trình đào tạo sau đánh giá ngoài ngành Thương mại điện tử theo Quyết định 2148/QĐ-ĐHCN ngày 14 tháng 09 năm 2023.
- Tôi đã hoàn thành các nhiệm vụ được phân công như Công tác Xây dựng thời khóa biểu, kế hoạch giảng viên, giảng viên thỉnh giảng; hoạt động dự giờ, hội giảng, đổi mới phương pháp giảng dạy; Công tác nghiên cứu khoa học và đánh giá giờ nghiên cứu khoa học; Quản lý hội nghị, hội thảo của các bộ môn và của Khoa; Công tác học vụ: lịch học, lịch thi, tổ chức thi (giữa kỳ, cuối kỳ), thực tập doanh nghiệp, khoá luận tốt nghiệp, xét tốt nghiệp; Quản lý hoạt động của phòng giáo vụ; Quản lý hoạt động hỗ trợ cho Đoàn Thanh niên.

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

- Tổng số: 13 năm 9 tháng (9/2010 – 6/2024)

- Khai cụ thể ít nhất 6 năm học, trong đó có 3 năm học cuối tính đến ngày hết hạn nộp hồ sơ

Ban hành kèm theo Công văn số 78/HĐGSNN ngày 29/5/2020 của Chủ tịch HĐGSNN

TT	Năm học	Số lượng NCS đã hướng dẫn		Số lượng ThS/CK2/BSNT 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/giờ quy đổi/Số giờ định mức
		Chính	Phụ			ĐH	SĐH	
1	2018-2019				7	360		360/305.5/270
2	2019-2020				10	368.5		368.5/368.5/270
3	2020-2021				11	433.5		433.5/408.5/270
3 năm học cuối								
4	2021-2022				8	414		414/361/243
5	2022-2023			3	9	478.6		478.6/457.84/236
6	2023-2024			2	9	574.5		574.5/643.5/224

3. Ngoại ngữ:

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

a) Được đào tạo ở nước ngoài: Không

b) Được đào tạo ngoại ngữ trong nước:

- Trường ĐH cấp bằng tốt nghiệp ĐH ngoại ngữ: Trường Đại học Tài chính – Marketing, số bằng: 1460355 ; năm cấp: 2019 (Số hiệu bằng: 1460355)

c) Giảng dạy bằng tiếng nước ngoài:

- Giảng dạy bằng ngoại ngữ: Tiếng Anh

- Nơi giảng dạy (cơ sở đào tạo, nước): Đại học FPT, Việt Nam.

d) Đối tượng khác ; Diễn giải:

3.2. Tiếng Anh (văn bằng, chứng chỉ): Cử nhân Ngôn ngữ Anh, số bằng: 1460355 ; năm cấp: 2019

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	Chính	Phụ			
1	Ngô Minh Việt Trí		x	x		09/2022 – 04/2023	Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương	QĐ số 148/QĐ-ĐHKTKT ngày 04/10/2023

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	Chính	Phụ			
2	Dương Thị Hoàng Phúc		x	x		09/2022 – 04/2023	Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương	QĐ số 148/QĐ-ĐHKTKT ngày 04/10/2023
3	Lê Minh Châu		x		x	12/2022 – 05/2023	Trường Đại học Công nghiệp TP.HCM	QĐ số 2830/QĐ-ĐHCN ngày 05/12/2023

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	Nhà xuất bản và năm xuất bản	Số tác giả	Chủ biên	Phần biên soạn	Xác nhận của cơ sở GDĐH (số văn bản xác nhận sử dụng sách)
I	Trước khi được công nhận Tiến sĩ						
II	Sau khi được công nhận Tiến sĩ						
1	Đồ họa ứng dụng	GT	NXB Đại học Công nghiệp TPHCM, 2024	2	Bùi Thành Khoa, Trần Khánh (đồng chủ biên)		ISBN: 978-604-920-214-8 (05/GXN-ĐHCN ngày 15 tháng 5 năm 2024)
2	The Accommodation Services Booking Intention Through the Mobile Applications of Generation Y: An Empirical Evidence Based on TAM2 Model	TK	Springer, 2022	3	Tham gia biên soạn chương sách (Tác giả chính)	559-574	ISBN: 978-3-030-77093-8 (19/GXN-ĐHCN ngày 28 tháng 6 năm 2024)
3	Generation X's Shopping Behavior in the Electronic Marketplace Through Mobile Applications During the COVID-19 Pandemic	TK	Springer, 2022	1	Tham gia biên soạn chương sách (Tác giả chính)	117-131	ISBN: 978-981-19-3803-0 (21/GXN-ĐHCN ngày 28 tháng 6 năm 2024)
4	Communication Strategies for Interaction in Social Networks	TK	, 2022	2	Tham gia biên soạn chương sách (Tác giả liên hệ)	195-207	ISBN: 978-100-30-9751-8 (20/GXN-ĐHCN ngày 28 tháng 6 năm 2024)

Các chữ viết tắt: TK: tham khảo; GT: sách giáo trình

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/TV	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 Tiến sĩ					
1	Nghiên cứu nhận thức bảo vệ thông tin riêng tư của người mua hàng trực tuyến tại TP.HCM	CN	IUH.KQT20/15, Đề tài cấp trường	10/2015 - 10/2016	Ngày 04 tháng 11 năm 2016/ Tốt
2	Ảnh hưởng của rủi ro cảm nhận đến ý định mua hàng trực tuyến của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh	CN	171.3061, Đề tài cấp trường	04/2017 - 03/2018	Ngày 26 tháng 01 năm 2019/ Đạt
II					
Sau khi được công nhận Tiến sĩ					
1	Vai trò trung gian của lòng tin trong mối quan hệ giữa sự quan tâm về thực tiễn bảo mật thông tin của tổ chức và ý định mua trực tuyến của khách hàng tại Việt Nam	CN	21.2TMDL01, Đề tài cấp trường	03/2022 - 04/2023	Ngày 18 tháng 03 năm 2023/ Tốt

Các chữ viết tắt: CN: Chủ nhiệm

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)

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 (không tính tự trích dẫn)*	Tập, số, trang	Năm công bố
I								
TRƯỚC KHI ĐƯỢC CÔNG NHẬN TIẾN SĨ (13 BÀI)								
I.1								
Bài báo đăng trên tạp chí quốc tế (5 bài)								
1	Factors Affecting Customer Relationship and the Repurchase Intention of Designed Fashion Products	3	Chính, Liên hệ	Journal of Distribution Science, ISSN 1738-3110	Scopus (Q4)	3	Vol. 18 (2), pp. 17-28	2020
2	Customer Electronic Loyalty towards Online Business: The role of Online Trust, Perceived Mental Benefits and Hedonic Value	2	Liên hệ	Journal of Distribution Science, ISSN 1738-3110	Scopus (Q4)	23	Vol. 17(12), pp. 81 - 93	2019
3	A Study on the Chain of Cost Values – Online	2	Liên hệ	Journal of Applied Economic			Vol. XIV/2019	2019

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
	Trust: Applications in Mobile Commerce in Vietnam			Sciences, ISSN 1843-6110			(63), 269-280	
4	Perceived Mental Benefit in Electronic Commerce: Development and Validation	2	Liên hệ	Sustainability, ISSN 2071-1050	Scopus (Q1) – Rời khỏi 2024	10	11(23), 6587	2019
5	The Relationship between the Perceived Mental Benefits, Online Trust, and Personal Information Disclosure in Online Shopping	2	Liên hệ	The Journal of Asian Finance, Economics and Business, ISSN 2288-4637	Scopus (Q3) – Rời khỏi 2021	27	6(4), 261-270	2019
II.2	Bài báo đăng trên tạp chí trong nước (8 bài)							
6	Lợi ích tinh thần cảm nhận khi mua hàng trực tuyến	2	Tham gia	Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, ISSN 1859-3453		2	14(1), 3-17	2019
7	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến lòng tin trực tuyến của khách hàng Việt Nam: Trường hợp thương mại xã hội	2	Chính	Tạp chí Công Thương, ISSN 0866-7756		2	2019(5), 198-204	2019
8	Lợi ích cảm nhận của thương mại di động đối với khách hàng tại thành phố Hồ Chí Minh: Tiếp cận với khái niệm đa chiều	2	Chính, Liên hệ	Tạp chí Khoa học và Công nghệ, ISSN 2525-2267			42, 38-52	2019
9	Ảnh hưởng của rủi ro cảm nhận đến ý định mua hàng trực tuyến của khách hàng tại TP.HCM	1	Chính	Tạp chí Khoa học và Công nghệ, ISSN 2525-2267			34, 87-97	2018
10	Nghiên cứu nhận thức bảo vệ thông tin riêng tư của người mua hàng trực tuyến tại TP.HCM	1	Chính	Tạp chí Khoa học và Công nghệ, ISSN 2525-2267		3	26, 66-76	2017

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
11	Ảnh hưởng của mạng xã hội đến lòng trung thành của khách hàng: Ứng dụng trường hợp của Facebook	1	Chính	Tạp chí Đại học Công nghiệp, ISSN 1859-3712		3	18 (1), 86 - 97	2015
12	Nghiên cứu các nhân tố tác động đến lòng trung thành của khách hàng mua theo nhóm trên Internet	1	Chính	Tạp chí Đại học Công nghiệp, ISSN 1859-3712			20(3), 99-111	2015
13	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng hàng hóa Trung Quốc của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh	1	Chính	Tạp chí Đại học Công nghiệp, ISSN 1859-3712			16(4), 100-112	2014
II	SAU KHI ĐƯỢC CÔNG NHẬN TIỀN SĨ (58 BÀI)							
II.1	Bài báo đăng trên tạp chí quốc tế (25 bài)							
14	Why do generation X customers use wearable fitness technology equipment after recovering from Coronavirus? The role of perceived health risks	2	Chính, Liên hệ	Heliyon, ISSN 2405-8440	SCIE, Scopus (Q1), IF = 3.4		Vol 10(12), e32978	2024
15	The Impact of Review and Rating on Customer Experience in Electronic Marketplaces	2	Liên hệ	Business Management, ISSN 0861-6604	Scopus (Q4)		Vol. 2024(2), pp. 5-21	2024
16	Exploring the role of knowledge management capacity on SMEs' digital transformation intentions: Integrating signaling theory and the technology acceptance model	2	Liên hệ	Journal of Economics and Development, ISSN 1859-0020	Scopus		Vol 26 (Special issue,1), trang 48 - 62	2024

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
17	Dataset of concerns for privacy information practices and consumer behavior in online market: A survey in Vietnam	3	Chính, Liên hệ	Data in Brief, ISSN 2352-3409	ESCI, Scopus (Q3)		Vol. 54(2024), 110351	2023
18	Knowledge-intensive teamwork development through social media adoption after the COVID-19 pandemic in higher education institutions	2	Chính, Liên hệ	Heliyon, ISSN 2405-8440	SCIE, Scopus (Q1), IF = 3.4		Vol 10(4), e26210	2024
19	Increasing online business productivity through customer electronic loyalty: the role of online trust and hedonic value	1	Chính	International Journal of Public Sector Performance Management, ISSN 1741-105X	Scopus (Q4)		Vol. 12(1-2), pp. 252-274	2023
20	Customer's Online Purchase Intention: The Role of Perceived Business Size and Reputation	3	Liên hệ	Journal of Logistics, Informatics and Service Science, ISSN 2409-2665	Scopus (Q4)	5	Vol. 10(2), pp. 296-307	2023
21	Applying Smart Tourism Management in Vietnam after Covid-19 pandemic: A qualitative research	2	Liên hệ	Quality - Access to Success, ISSN 1582-2559	Scopus (Q4)	1	Vol. 24(194), pp. 1-8	2023
22	Enhancing the Customer's Information-sharing Intention Through Omnichannel Strategies	4	Liên hệ	Journal of Distribution Science, ISSN 1738-3110	Scopus (Q4)		Vol. 21(3), pp. 83-92	2023
23	The role of self-efficacy and firm size in the online	1	Chính	Journal of Open Innovation: Technology,	Scopus (Q1)	7	Vol. 9(1), pp. 1-12	2023

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
	advertising services continuous adoption intention: Theory of planned behavior approach			Market, and Complexity, ISSN 2199-8531				
24	How Does Anxiety Affect the Relationship between the Customer and the Omnichannel Systems?	2	Chính, Liên hệ	Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, ISSN 0718-1876	SSCI, Scopus (Q1). IF = 5.1	5	Vol. 18(1), pp. 130-149	2023
25	Qualitative research in social sciences: data collection, data analysis and report writing	2	Chính	International Journal of Public Sector Performance Management, ISSN 1741-105X	Scopus (Q4)	19	Vol. 12(1-2), pp. 187 - 209	2023
26	The effectiveness of knowledge management systems in motivation and satisfaction in higher education Institutions: Data from Vietnam	2	Chính, Liên hệ	Data in Brief, ISSN 2352-3409	ESCI, Scopus (Q3)	1	Vol. 49(2023), pp. 1-9	2023
27	The influence of social media marketing activities on customer loyalty: A study of e-commerce industry	2	Chính, Liên hệ	International Journal of Data and Network Science, ISSN 2561-8148	Scopus (Q2)	6	Vol. 7(1), pp. 175-184	2023
28	Electronic word-of-mouth behavior of passengers in the airport: The combination of sor and Commitment-Trust theory	3	Liên hệ	Business Management, ISSN 0861-6604	Scopus (Q4)		Vol. 2023(4), pp.5-26	2023
29	Dataset for the electronic customer relationship management based on S-O-R model in	1	Chính	Data in Brief, ISSN 2352-3409	ESCI, Scopus (Q3)	6	Vol. 42(24), 108039	2022

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
	electronic commerce							
30	The Influence of Individuals' Concerns about Organization's Privacy Information Practices on Customers' Online Purchase Intentions: The Mediating Role of Online Trust	2	Chính, Liên hệ	Journal of Logistics, Informatics and Service Science, ISSN 2409-2665	Scopus (Q4)	7	Vol. 9(3), pp. 31-44	2022
31	The Moderating Role of Anxiety in the Relationship between the Perceived Benefits, Online Trust and Personal Information Disclosure in Online Shopping	2	Chính, Liên hệ	International Journal of Business and Society, ISSN 1511-6670	ESCI, Scopus (Q3)	2	Vol. 23(1), pp. 444-460	2022
32	Examining the Structural Relationships of Electronic Word of Mouth, Attitude toward Destination, Travel Intention, Tourist Satisfaction and Loyalty: A Meta-Analysis	2	Liên hệ	Geojournal of Tourism and Geosites, ISSN 2065-0817	Scopus (Q3)	6	Vol. 45(4spl), pp. 1650 - 1660	2022
33	How do customer anxiety levels impact relationship marketing in electronic commerce?	2	Chính, Liên hệ	Cogent Business and Management, ISSN 2331-1975	ESCI, Scopus (Q2)	2	Vol. 9(1), pp. 2136928	2022
34	Do knowledge management systems motivate and satisfy the academic staff in higher education Institutions?	3	Liên hệ	Journal of Applied Learning and Teaching, ISSN 2591-801X	Scopus (Q2)	1	Vol. 5(2), pp. 84-94	2022

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
35	The Impact of Chatbots on the Relationship between Integrated Marketing Communication and Online Purchasing Behavior in The Frontier Market	1	Chính	Jurnal The Messenger, ISSN 2086-1559	ESCI		Vol. 13(1), pp. 19-32	2021
36	Trust Based Online Food Review toward Customers' Restaurant Selection Intention in Food and Beverage Service	1	Chính	Journal of Logistics, Informatics and Service Science, ISSN 2409-2665	Scopus (Q4)	1	Vol. 8(2), pp. 151-170	2021
37	The Impact of the Personal Data Disclosure's Tradeoff on the Trust and Attitude Loyalty in Mobile Banking Services	1	Chính	Journal of Promotion Management, ISSN 1049-6491	Scopus (Q2)	30	Vol. 27(4), pp. 585-608	2020
38	Electronic Loyalty In Social Commerce: Scale Development and Validation	2	Chính, Liên hệ	Gadjah Mada International Journal of Business, ISSN 1411-1128	ESCI, Scopus (Q3)	3	Vol. 22(3), pp. 276-300	2020
II.2	Bài báo đăng trên tạp chí trong nước (10 bài)							
39	The Impact of Green Leadership on Green Innovation in Vietnamese Small and Medium Enterprises: The Mediating role of Environmental Knowledge Sharing	1	Chính	Tạp chí Khoa học Đại học Đà Lạt, ISSN 0866-787X			15(1), trang 3-26	2025
40	Nghiên cứu về ý định tiếp tục sử dụng phần mềm tại nơi làm việc: Tích hợp lý thuyết về tính liên tục của công nghệ và sự	2	Chính, Liên hệ	Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và Quản trị kinh doanh, ISSN 2734-930			19(10), trang 3-16	2024

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
	phù hợp giữa công nghệ-nhiệm vụ							
41	Khám phá vai trò trung gian của năng lực đổi mới và định hướng sáng nghiệp trong ảnh hưởng của chuyển đổi số đối với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa	1	Chính	Tạp chí Kinh tế và Phát triển, ISSN 1859-0012			321(2), trang 71-79	2024
42	Quy mô doanh nghiệp ảnh hưởng như thế nào đến lòng tin, thái độ và ý định mua hàng trực tuyến của khách hàng Việt Nam?	1	Chính	Tạp chí Khoa học Thương mại, ISSN 1859-3666			176/2023, trang 81-92	2023
43	Ý định tiếp tục sử dụng thương mại di động: Một nghiên cứu mở rộng mô hình xác nhận - kỳ vọng	1	Chính	Tạp chí Kinh tế và Phát triển, ISSN 1859-0012			313, trang 50-59	2023
44	Ảnh hưởng của mạng xã hội Facebook đến thái độ mua hàng trực tuyến của giới trẻ trong thời kỳ chuyển đổi số	4	Chính, Liên hệ	Tạp chí Khoa học và Công nghệ, ISSN 2525-2267		1	50, trang 43-53	2021
45	Lòng trung thành khách hàng đối với hàng nội địa trên thị trường điện tử trong đại dịch Covid-19	4	Chính, Liên hệ	Tạp chí Khoa học và Công nghệ, ISSN 2525-2267			50, trang 149-159	2021
46	Ý định sử dụng ứng dụng di động để lựa chọn các dịch vụ khi du lịch của giới trẻ trong thời kỳ chuyển đổi số	4	Chính, Liên hệ	Tạp chí Khoa học và Công nghệ, ISSN 2525-2267		3	51, trang 14-23	2021
47	Lecturers' adoption to use the online Learning Management System (LMS):	4	Chính	Ho Chi Minh City Open University Journal Of Science - Economics and Business		44	10(1), trang 3-17	2020

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
	Empirical evidence from TAM2 model for Vietnam			Administration, ISSN 2734-9314				
48	Nghiên cứu sự đánh đổi giữa lợi ích và chi phí khi sử dụng dịch vụ trực tuyến: Trường hợp thương mại điện tử tại Việt Nam	2	Chính, Liên hệ	Tạp chí Khoa học và Công nghệ, ISSN 2525-2267			41(5), 141 – 155	2019
II.3	Bài báo đăng tại hội thảo quốc tế (21 bài)							
49	The Impact of Voice Control Function on the Elder Customers' Smart Home Continuous Adoption	1	Chính	Smart Innovation, Systems and Technologies, ISBN 978-981-99-7710-9	Scopus (Q4)		pp. 467 - 476	2024
50	Analyzing Electronic Word-of-Mouth in Social Commerce: An Investigation through the Lens of Social Support Theory	1	Chính, Liên hệ	2023 International Conference on Innovation and Intelligence for Informatics, Computing, and Technologies, 3ICT 2023, ISBN 979-835030777-1	Scopus		pp. 200 - 203	2023
51	Online Hotel Booking Continuous Intention in the Digital Transformation Age: Case of Vietnam	4	Chính, Liên hệ	Studies in Computational Intelligence, ISBN 978-3-031-05258-3	Scopus (Q4)		Vol. 1010, pp. 389-400	2022
52	Customer Loyalty in the Covid-19 Pandemic: The Application of Machine Learning in Survey Data	4	Chính, Liên hệ	Smart Innovation, Systems and Technologies, ISBN 978-981-16-2877-1	Scopus (Q4)	5	Vol. 235, pp. 419-429	2022
53	A Study on Buying Attitude on Facebook in the Digital Transformation Era: A Machine Learning Application	4	Chính, Liên hệ	Data Engineering for Smart Systems, ISBN 978-981-16-2641-8	Scopus	1	Vol. 238, pp. 497-510	2022

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
54	Consumer behavior in Online Flash Sale: Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) analysis	2	Liên hệ	2022 International Conference on Decision Aid Sciences and Applications (DASA), ISBN 978-1-6654-9501-1	Scopus	1	pp. 88-93	2022
55	The Relationship of Corporate Social Responsibility, Brand Trust and Electronic Word of Mouth	3	Tham gia	2022 2nd International Conference on Information Technology and Education (ICIT&E), ISBN 978-1-6654-9433-5	Scopus	1	pp. 43-48	2022
56	The Continuous Intention to E-learning System Adoption of Students in the Covid-19 Pandemic: The combination of TAM and TTF theory	3	Tham gia	2022 International Conference on Decision Aid Sciences and Applications (DASA), ISBN 978-1-6654-9501-1	Scopus	2	pp. 1202-1206	2022
57	The impact of social media marketing on the travel intention of Z travelers	5	Chính, Liên hệ	2021 IEEE International IOT, Electronics and Mechatronics Conference (IEMTRONICS), ISBN 978-1-6654-1160-8	Scopus	6	pp. 1-6	2021
58	Intention to Use E-Marketing in Small and Medium Enterprises in the Covid-19 pandemic	3	Tham gia	3rd International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber, and Information System, ICIMCIS 2021, ISBN 978-166542733-3	Scopus	1	pp. 114-119	2021
59	Model Technological Adoption and Job Security in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)	2	Chính. Liên hệ	2021 International Conference on Decision Aid Sciences and Application (DASA), ISBN 978-1-6654-2781-4	Scopus		pp. 320-325	2021

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
60	Effect of Information on Online Purchase Intention: An Extension of Information Acceptance Model	1	Chính	2021 International Conference on Decision Aid Sciences and Application (DASA), ISBN 978-1-6654-2781-4	Scopus		pp. 1045-1049	2021
61	Online Project Management Service adoption intention: An integration of Technology Acceptance Model and Task-Technology Fit theory	2	Chính, Liên hệ	2021 IEEE International Conference on Computing, ICOCO 2021, ISBN 978-166543689-2	Scopus		pp. 1-6	2021
62	Organic foods online shopping intention: The moderator role of Social Distancing policy	2	Liên hệ	2021 International Conference on Data Analytics for Business and Industry, ICDABI 2021, ISBN 978-166541656-6	Scopus		pp. 609-614	2021
63	Continuous Purchase Intention from E-Marketplace: A case study of Organic Agricultural Products	2	Chính, Liên hệ	2021 2nd International Conference on ICT for Rural Development, IC-ICTRuDev 2021, ISBN 978-166543375-4	Scopus		pp. 1-6	2021
64	Lecturers' Intention to Use Online Video Conferencing tools: The role of Perceived severity	2	Liên hệ	2021 1st Conference on Online Teaching for Mobile Education (OT4ME), ISBN 978-1-6654-2814-9	Scopus		pp. 1-7	2021
65	Consumer Information Sharing in Facebook: The Negative Role of Perceived Privacy Risk	2	Chính, Liên hệ	Communications in Computer and Information Science, ISBN 978-981-16-8058-8	Scopus (Q4)		vol 1487, pp 552-567	2021
66	The Positive Electronic Word of Mouth: A Research Based on the Relational	1	Chính	Lecture Notes in Networks and Systems, ISBN 978-981-16-2640-1	Scopus (Q4)	3	Vol 238, pp 147-157	2021

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
	Mediator Meta-Analytic Framework in Electronic Marketplace							
67	Students' learning management system adoption intention in COVID-19: An integration of TPB and TTF model	3	Chính	2021 7th International Conference on Education and Technology (ICET), ISBN 978-1-6654-2781-4	Scopus	1	pp. 187-193	2021
68	The role of Mobile Skillfulness and User Innovation toward Electronic Wallet Acceptance in the Digital Transformation Era	1	Chính	2020 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI), ISBN 9781728181967	Scopus	8	pp. 30-37	2020
69	The perceived enjoyment of the online courses in digital transformation age: The uses - gratification theory approach	1	Chính	6th International Conference on e-Learning, ICEL 2020, ISBN 978-1-6654-1550-7	Scopus	3	pp. 183-188	2020
II.4	Bài báo đăng tại hội thảo trong nước (2 bài)							
70	Động lực nghiên cứu khoa học: Góc nhìn của học viên sau đại học tại Thành Phố Hồ Chí Minh	4	Liên hệ	Kỷ yếu Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, ISSN 1859-3453			5-14	2022
71	Sự đáng tin của một doanh nghiệp trực tuyến: Một nghiên cứu định tính	2	Chính	Doanh nghiệp và những thay đổi chiến lược trong bối cảnh Cách mạng Công nghiệp 4.0, ISBN 978-604-73-7954-5			trang 271-288	2020

* Chỉ số trích dẫn thống kê theo Google Scholar và Scopus vào ngày 25/06/2024

- Trong đó, số lượng 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 hoặc được cấp bằng TS: **25**

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

7.3. Giải thưởng quốc gia, quốc tế: Không

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

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 đã được đưa vào áp dụng thực tế:

- Tổ trưởng tổ soạn thảo chương trình đào tạo trình độ đại học chính quy Hệ chất lượng cao ngành Thương mại điện tử theo Quyết định 2893/QĐ-ĐHCN ngày 29 tháng 12 năm 2022.
- Thư ký tổ xây dựng đề án mở ngành và soạn thảo chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ chuyên ngành Thương mại điện tử (thuộc ngành Quản trị kinh doanh) theo Quyết định 2503/QĐ-ĐHCN ngày 30 tháng 10 năm 2023.

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): Không

b) Hoạt động đào tạo

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

- Giờ giảng dạy

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

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

- 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: Không

+ 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: Không

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

Ban hành kèm theo Công văn số 78/HĐGSNN ngày 29/5/2020 của Chủ tịch HĐGSNN

- Không đủ số CTKH là tác giả chính:

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

Đề xuất sách CK/chương sách XB quốc tế thay thế cho việc UV không đủ 05 CTKH là tác giả chính theo quy định: Không

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

Đề xuất sách CK/chương sách XB quốc tế thay thế cho việc UV không đủ 03 CTKH là tác giả chính theo quy định: Không

(*) Các công trình khoa học thay thế không được tính vào tổng điểm.

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 28 tháng 06 năm 2024

NGƯỜI ĐĂNG KÝ

(Ký và ghi rõ họ tên)



Bùi Thành Khoa