

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:



Đối tượng đăng ký: **Giảng viên** ; Giảng viên thỉnh giảng
Ngành: **KINH TẾ** Chuyên ngành: **QUẢN TRỊ KINH DOANH**

A. THÔNG TIN CÁ NHÂN

- Họ và tên người đăng ký:** Ngô Văn Quang
- Ngày tháng năm sinh:** 10/08/1984; Nam Quốc tịch: Việt Nam
Dân tộc: Kinh Tôn giáo: Không
- Đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam:**
- Quê quán** (xã/phường, huyện/quận, tỉnh/thành phố): Xã Nam Cao, huyện Kiến Xương, tỉnh Thái Bình
- Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú:** Thôn Cao Bạt E, xã Nam Cao, huyện Kiến Xương, tỉnh Thái Bình
- Địa chỉ liên hệ:** SN 31, ngách 159/6 Đường Hữu Hưng, Phường Tây Mỗ, Quận Nam Từ Liêm, TP. Hà Nội
Điện thoại nhà riêng:; Điện thoại di động: 0986801801
E-mail: quangnv@hau.edu.vn

7. Quá trình công tác:

- Từ tháng 3/2012 đến nay: Giảng viên Khoa Quản lý kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
- Từ tháng 05/2021 đến nay: Trưởng Bộ môn Quản trị Marketing, Khoa Quản lý kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
- Chức vụ hiện nay: Trưởng Bộ môn Quản trị Marketing, Khoa Quản lý kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
- Chức vụ cao nhất đã qua: Trưởng Bộ môn Quản trị Marketing, Khoa Quản lý kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
- Cơ quan công tác hiện nay: Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

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

- Địa chỉ cơ quan: 298 Cầu Diễn, Quận Bắc Từ Liêm, Hà Nội
- Điện thoại cơ quan: 0243765 5121

8. Đã nghỉ hưu từ tháng năm

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

9. Trình độ đào tạo:

- Được cấp bằng Đại học ngày 23 tháng 08 năm 2006; số văn bằng: C792514; ngành: Kinh tế; chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Nơi cấp bằng ĐH (trường, nước): Đại học Thương mại, Việt Nam

- Được cấp bằng Ths ngày 02 tháng 04 năm 2008; số văn bằng: BORDIV7530960; ngành: Kinh tế; chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; nơi cấp bằng Ths (trường, nước): Trường Đại học Bordeaux IV, Pháp

- Được cấp bằng TS ngày 22 tháng 10 năm 2019; số văn bằng: 1053222019100345; ngành: Kinh tế; Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; nơi cấp bằng TS (trường, nước): Đại học Hồ Nam, Trung Quốc

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

11. Đăng ký xét đạt tiêu chuẩn chức danh Phó giáo sư tại HĐGS cơ sở:

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI.

12. Đăng ký xét đạt tiêu chuẩn chức danh PGS tại HĐGS ngành, liên ngành: KINH TẾ

13. Các hướng nghiên cứu chủ yếu:

Định hướng nghiên cứu chuyên sâu của tôi bao gồm:

Thứ nhất, nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong mối quan hệ với hành vi của nhân viên và khách hàng.

Thứ hai, nghiên cứu về hành vi của khách hàng trong bối cảnh chuyển đổi số.

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 **05 HVCH** bảo vệ thành công luận văn thạc sĩ; hiện đang hướng dẫn **03 học viên cao học** tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.

- Hướng dẫn **06** nhóm sinh viên NCKH đạt giải sinh viên NCKH cấp trường năm 2022, 2023 và 2024.

- Đã hoàn thành và nghiệm thu **04 đề tài NCKH** các cấp. Cụ thể:

+ Chủ nhiệm 02 đề tài NCKH cấp cơ sở: (1) Đề tài “Nghiên cứu ảnh hưởng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến sự gắn kết của nhân viên”, mã số 42-2021-RD/ĐH-ĐHCN, nghiệm thu ngày 15/06/2023.); (2) Đề tài “Văn hóa tổ chức và lòng trung thành của nhân viên trong trường Đại học: Ứng dụng mô hình tâm lý học SOR”, mã số 32-2024-RD/ĐH-ĐHCN nghiệm thu cấp cơ sở ngày 12/06/2024 và quyết định thành lập Hội đồng nghiệm thu cấp trường số 865/QĐ-ĐHCN ngày 24/06/2024.

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

+ Thành viên đề tài nghị định thư của GIZ mã số 17.2057.2-001.10, đề tài “Thúc đẩy thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam giai đoạn hậu Covid – 19 thông qua việc đẩy mạnh thực hiện Hiệp định bảo hộ đầu tư Châu Âu – Việt Nam (EVIPA) do tổ chức Hợp tác Quốc tế Đức tài trợ tại Hà Nội (nghiệm thu năm 2021).

- Đã công bố **41 bài nghiên cứu**, cụ thể: có 16 bài báo khoa học quốc tế uy tín.

- Đã được cấp (số lượng) 0 bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích;

- Số lượng sách đã xuất bản 06. Trong đó có 01 chương sách thuộc nhà xuất bản thế giới uy tín IGI Global; chủ biên 01 sách giáo trình, tham gia biên soạn 04 sách giáo trình khác phục vụ đào tạo tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.

- Số lượng tác phẩm nghệ thuật, thành tích huấn luyện, thi đấu thể dục, thể thao đạt giải thưởng quốc gia, quốc tế: 0

- Đã chủ trì và tham gia biên soạn **16 đề cương học phần** của các Chương trình đào tạo Cử nhân và Thạc sĩ. Cụ thể:

+ Chương trình đào tạo Cử nhân: Kỹ năng tư duy sáng tạo (02 tín chỉ), Chuyển đổi số trong kinh doanh (03 tín chỉ), Nghiên cứu Marketing (04 tín chỉ), Đồ họa Marketing (03 tín chỉ), Nghiên cứu Marketing (04 tín chỉ), Đồ họa Marketing (03 tín chỉ), Quản trị chiến lược (03 tín chỉ), Chuyên đề Marketing thể thao (02 tín chỉ), Thực tập doanh nghiệp (06 tín chỉ), Đồ án/ Khóa luận tốt nghiệp (09 tín chỉ), Quản trị sản phẩm (02 tín chỉ), Quản trị truyền thông Marketing (03 tín chỉ), Quản trị truyền thông mạng xã hội (03 tín chỉ).

+ Chương trình đào tạo Thạc sĩ: Văn hóa và đạo đức quản lý (03 tín chỉ), Xây dựng và quản trị chiến lược (03 tín chỉ), Marketing cho nhà quản lý (03 tín chỉ), Chiến lược kinh doanh quốc tế (02 tín chỉ), Kỹ năng giải quyết khủng hoảng (03 tín chỉ).

15. Khen thưởng (các huân chương, huy chương, danh hiệu): **Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở** năm học 2021-2022 và 2022-2023.

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 PHÓ GIÁO SU

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

*** Về phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp**

Là Đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam, được Nhà trường giao nhiệm vụ là một giảng viên, Trưởng Bộ môn Quản trị marketing, Khoa Quản lý kinh doanh, tôi luôn có lập trường tư tưởng vững vàng, có phẩm chất đạo đức tốt, lối sống lành mạnh và thực hành tiết kiệm; không ngừng học tập, rèn luyện nâng cao trình độ chuyên môn và trình độ lý luận chính trị để vận dụng trong hoạt động giảng dạy và nghiên cứu khoa học. Tôi luôn tự ý thức và chấp hành tốt mọi chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, quy định của pháp luật, cũng như quy định của nhà trường.

*** Về công tác giảng dạy**

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

Tôi luôn hoàn thành tốt và vượt định mức giảng dạy theo quy định của trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, Luật Giáo dục và Luật Giáo dục Đại học. Trong thời gian công tác tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, tôi tham gia giảng dạy các học phần liên quan tới marketing, quản trị chiến lược, văn hóa và đạo đức kinh doanh, thương mại điện tử cho bậc Cử nhân, Thạc sĩ trong toàn trường, bao gồm: Marketing căn bản (Cử nhân), Văn hóa và đạo đức kinh doanh (Cử nhân), Tin học ứng dụng trong marketing (Cử nhân), Quản trị chiến lược (Cử nhân), Quản trị marketing (Cử nhân), Quản trị sản phẩm (Cử nhân), Lập và Quản trị chiến lược (Thạc sĩ), Marketing cho nhà quản lý (Thạc sĩ), Thương mại điện tử (Thạc sĩ).

Là một giảng viên tôi luôn có ý thức tự học, tự nghiên cứu, rèn luyện nâng cao phẩm chất đạo đức, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, chủ động đổi mới và vận dụng các phương pháp sư phạm hiện đại vào bài giảng. Trong quá trình giảng dạy, tôi luôn tận tụy với công việc, quan tâm giúp đỡ và học hỏi đồng nghiệp, tôn trọng và đối xử công bằng với người học, luôn nêu gương tốt cho các thế hệ sinh viên, được nhiều đồng nghiệp và sinh viên yêu mến. Trong các năm qua tôi đạt được một số danh hiệu, giấy khen của trường Đại học Công nghiệp Hà Nội như Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở, Giảng viên tiêu biểu trong nghiên cứu khoa học cấp khoa.

Bên cạnh hoạt động giảng dạy trên lớp, tôi tích cực và chủ động tham gia, viết báo cáo tự đánh giá hoạt động kiểm định chất lượng Chương trình đào tạo của Khoa và Trường. Tôi cũng tham gia nhóm soạn thảo, cập nhật và chỉnh sửa chương trình đào tạo cử nhân ngành Marketing, thạc sĩ Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Tôi chủ trì biên soạn đề cương của 16 học phần cho bậc đào tạo cử nhân, thạc sĩ và tiến sĩ theo hướng gia tăng thời lượng thực hành, gắn với thực tiễn, nhằm phát huy tinh thần tự học và năng lực học tập của người học. Ngoài ra, tôi thường xuyên tổ chức các buổi đào tạo nội bộ về phương pháp nghiên cứu và các công cụ phân tích định lượng trong trường, được đồng nghiệp và sinh viên đánh giá cao. Tôi tham gia hướng dẫn nhiều sinh viên thực hiện Khóa luận tốt nghiệp, tham gia hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp cử nhân ngành Marketing, Quản trị kinh doanh, chấm đề án tốt nghiệp thạc sĩ tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.

*** Về công tác nghiên cứu khoa học**

Tôi luôn ý thức được vai trò của NCKH trong nâng cao chất lượng giảng dạy tại trường Đại học. Vì vậy, tôi luôn dành thời gian tự nghiên cứu, cũng như hỗ trợ các đồng nghiệp trẻ và người học trong NCKH. Tôi luôn hoàn thành tốt và vượt mức nhiệm vụ NCKH theo quy định của giảng viên. Hằng năm, tôi đều có các bài báo khoa học được đăng tải trên các tạp chí chuyên ngành trong nước và quốc tế, tham gia các hội thảo khoa học, cũng như chủ trì và tham gia đề tài khoa học cấp Tỉnh và cấp cơ sở. Tôi đã công bố 41 bài nghiên cứu, trong đó có 30 bài báo khoa học quốc tế (16 bài thuộc danh mục ISI/Scopus), 6 bài báo đăng trên tạp chí chuyên ngành trong nước (có chỉ số ISSN), 05 bài nghiên cứu đăng trên hội thảo, kỷ yếu hội thảo trong nước và quốc tế.

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

Bên cạnh đó, trong thời gian công tác tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội tôi đã hướng dẫn thành công 05 học viên cao học (đã nhận bằng Thạc sĩ); hiện đang hướng dẫn 03 học viên cao học tại trường; hướng dẫn 06 nhóm sinh viên NCKH đạt giải cao trong Hội nghị sinh viên nghiên cứu khoa học. Tôi cũng tích cực tham gia các hoạt động nghiên cứu khoa học với các đơn vị bạn thông qua việc tham gia Hội đồng nghiệm thu đề tài các cấp tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.

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

Tổng số thời gian tham gia đào tạo: **12 năm, 4 tháng**, tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Trong đó, tôi có 6 năm đi làm nghiên cứu sinh tiến sĩ tại Đại học Hồ Nam (Trung Quốc). Do đó, thời gian tham gia giảng dạy toàn thời gian ở bậc đại học là 6 năm 04 tháng.

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	2012-2013			0	5	473.5	0	473.5/270
2	2019-2020			0	5	443.5	0	443.5/270
3	2020-2021			2	5	443.5	0	443.5/270
03 năm học cuối								
4	2021-2022			2	8	391.6	0	391.6/270
5	2022-2023			1	15	415.5	45	460.5/270
6	2023-2024			0	16	414.2	90	504.2/270

3. Ngoại ngữ

3.1. Tên ngoại ngữ thành thạo phục chuyên môn: Tiếng Anh, Tiếng Trung và Tiếng Pháp

a) Được đào tạo ở nước ngoài:

- Học ĐH; Tại nước:; Từ năm đến năm

- Bảo vệ luận văn ThS tại nước: **Pháp năm 2008** và bảo vệ luận án TS hoặc TSKH tại nước: **Trung Quốc năm 2019**

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 đã được cấp bằng/có quyết định cấp bằng

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

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	Trịnh Ngọc Luận		X	X		2020-2021	Trường ĐHCNHN	25/01/2022
2	Nguyễn Thị Nguyệt		X	X		2020-2021	Trường ĐHCNHN	25/01/2022
3	Nguyễn Văn Biên		X	X		2021-2022	Trường ĐHCNHN	30/08/2022
4	Đặng Chí Kiên		X	X		2021-2022	Trường ĐHCNHN	30/08/2022
5	Bùi Thị Thu Trang		X	X		2022-2023	Trường ĐHCNHN	20/07/2023

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 (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						
1	Marketing căn bản	GT	2019	4		Từ 47 đến 56	
II	Sau khi được công nhận PGS/TS						
2	Nghiên cứu Marketing	GT	2022	5		Từ 37 đến 54 Từ 89 đến 106	
3	Quản trị sản phẩm	GT	2023	3	x	Từ 69 đến 172	
4	Quan hệ công chúng	GT	2023	3		Từ 13 đến 78 Từ 151 đến 192	
5	Văn hóa và đạo đức kinh doanh	GT	2023	3		Từ 13 đến 40	
6	Research Anthology on Business Law, Policy, and Social Responsibility	CK	2023	3		703 đến 724	ISBN: 979-8369320518

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước 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: [6]: Chương sách do nhà xuất bản uy tín IGI Global xuất bản, mã số ISBN: 979-8369320518, xuất bản ngày 24/12/2023

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 Tiến sĩ				
II	Sau khi được công nhận Tiến sĩ				
1	Nghiên cứu trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và hành vi gắn bó của nhân viên	CN	42-2021-RD/HĐ-ĐHCN Cấp cơ sở	2021-2023	Biên bản thanh lý hợp đồng thực hiện đề tài NCKH ngày 15/06/2023. Xếp loại: Đạt.
2	Văn hóa tổ chức và lòng trung thành của nhân viên trong trường đại học: Ứng dụng mô hình tâm lý học SOR	CN	32-2024-RD/ĐH-ĐHCN, Cấp cơ sở	2023-2024	Nghiệm thu cấp cơ sở Ngày 12/6/2024 Quyết định thành lập Hội đồng nghiệm thu cấp trường số 865/QĐ-ĐHCN ngày 24/6/2024
3	Nghiên cứu ảnh hưởng của yếu tố công bằng trong tổ chức đến năng lực đổi mới sáng tạo của giảng viên các trường Đại học	TV	58-2022-RD/ĐH-ĐHCN, Cấp cơ sở	2022-2023	Nghiệm thu ngày 4/7/2023 Xếp loại: Đạt
4	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới ý định duy trì mối quan hệ lâu dài trong nhượng quyền thương mại tại Việt Nam	TV	61-2022-RD/ĐH-ĐHCN, Cấp cơ sở	2022-2023	Nghiệm thu ngày 7/5/2024 Xếp loại: Đạt

- 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 PGS/TS							
1	The Effects of Perceived Technology, Perceived Online Ethics on Consumer Trust in Website and Trust in E – Retailer	01	x	The International Journal of Business & Management ISSN: 2321–8916		1	3,11, 255-261	2015
2	The relationship between customer-based corporate reputation and customer citizenship behavior: The case in Vietnam	04		International Journal of Business and Management ISSN: 1833-3850 E-ISSN: 1833-8119		28	11, 9, 298-309	2016
3	Mô hình MOA và đổi mới sáng tạo tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế	01	x	Tạp chí Khoa học & Công nghệ - Đại học Công nghiệp Hà Nội/ P-ISSN 1859-3585 E-ISSN 2615-9619		0	38B, 260-263	2/2017
4	Development a New Scale for Consumers' Perception About the Ethics of Retailers in B2C E-Commerce in Developing Countries: Evidence from Vietnam	03	x	Journal of Marketing and Consumer Research ISSN 2422-8451		1	47, 15-22	2018
5	Ethics of retailers and consumer behavior in e-commerce: Context of developing country with roles of trust and commitment	03	x	International Journal of Asian Business and Information Management ISSN: 1947-9638	ESCI, Scopus (Q3)	11	11, 1, 107-126	2019
6	Does ethics perception foster consumer repurchase intention? Role of trust, perceived uncertainty, and shopping habit	05	x	SAGE Open 2158-2440	SSCI, Scopus (Q2) IF = 2.032	66	9, 2, 1-13	2019

7	Khách hàng và ý định mua sản phẩm của doanh nghiệp khởi nghiệp trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0	04	x	Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp Việt Nam ISBN: 978-604-65-4721-1		0	82-93	2019
II		Sau khi được công nhận PGS/TS						
8	Ethics of retailer and customer citizenship behaviour in e-commerce: the role of perceived reputation and identification	02	x	European Journal of International management ISSN: 1751-6765	SSCI, Scopus (Q2) IF = 2.294	0	21,1, 165-183	2023
9	Factors Influence on Customers' Intention to Purchase New Produc of Start-Up in the Social Media Era	02	x	IOSR Journal of business and management ISSN: 1751-6765			22,5, 38-45	2020
10	Brand equity in social media-based brand community	04		Marketing Intelligence & Planning ISSN: 0263-4503	SSCI, Scopus (Q2) IF = 8.0	24	38,3, 325-339	2020
11	Contradictory impact of the natural forest closing policy and sanitary-phytosanitary measures on the export of non-timber forest products: a case study of Vietnam	04		Canadian Journal of Forest Research ISSN: 0263-4503	SSCI, Scopus (Q2) IF = 2.331	2	51,1, 49-58	2021
12	Application of high-tech agriculture by households in the red river delta of Vietnam	06		Geo Journal of Tourism and Geosites ISSN: 2065-1198	Scopus (Q3)	1	39, 1415-1420	2021
13	Factors determining upland farmers' participation in non-timber forest product value chains for sustainable poverty reduction in Vietnam	03		Forest Policy and Economics ISSN: 1389-9341	SSCI, Scopus (Q1) IF = 4.18	17	126, 102424	2021
14	Corporate social responsibility and employee loyalty: Role of pride and commitment.	03	x	Proceedings of the International Conference on Research		4	28, 237-242	2021

				in Management & Technovation ISSN: 2300-5963				
15	Influence of Critical and Economic Motivations on the Intention to Buy Secondhand Clothes of Vietnamese Consumers	02		Proceedings of the International Conference on Research in Management & Technovation ISSN: 2300-5963		0	28, 163-167	2021
16	Fostering employee loyalty: role of empowerment leadership, trust, commitment and satisfaction	03	x	Proceedings of the International Conference on Research in Management & Technovation ISSN: 2300-5963		0	28, 9-17	2021
17	A new perspective of brand equity: the case of pottery craft village collective brand in Vietnam	03	x	Transnational Marketing Journal ISSN: 2041-4684	Scopus (Q3),	2	10,1, 155-170	2022
18	Consumer trust and repurchase intention in B2C e-commerce: a moderation model	02	x	European Journal of International management ISSN: 1751-6765	SSCI, Scopus (Q2) IF = 2.294	9	19,2, 243-264	2022
19	Các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của khách hàng trong bán hàng cá nhân: Trường hợp ngành hóa chất Việt Nam	02	x	Tạp chí Khoa học & Công nghệ - Đại học Công nghiệp Hà Nội/ P-ISSN 1859-3585 E-ISSN 2615-9619		0	59,1, 153-159	2023
20	Các nhân tố trong bán hàng cá nhân ảnh hưởng tới lòng trung thành của khách hàng ở thị trường B2B	01	x	Tạp chí Khoa học & Công nghệ - Đại học Công nghiệp Hà Nội/ P-ISSN 1859-3585 E-ISSN 2615-9619		0	58,6B, 144 -150	2022

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

21	The Influence of Tourist Experience on Local Product Purchase Behavior	03	x	Journal of Environmental Management & Tourism ISSN: 2068 - 7729	Scopus (Q4),	1	13,6, 1712-1727	2022
22	Nghiên cứu tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tới lòng trung thành của nhân viên: Trường hợp các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Hà Nội	05	x	Tạp chí Khoa học & Công nghệ - Đại học Công nghiệp Hà Nội/ P-ISSN 1859-3585 E-ISSN 2615-9619		0	59,4, 145 -152	2024
23	Research on the Effects of Corporate Social Responsibility on Employee Engagement	02	x	Review of Economics and Finance ISSN: 1923-8401	Scopus (Q4)	0	20, 1364-1375	2023
24	Research on Factors Influencing Tiktok Shop Buying Behavior of Students of Hanoi University of Industry	06	x	International Journal of Engineering Inventions ISSN: 2278-7461		0	12, 6, 63 - 73	2023
25	Factors affecting Glossophobia syndrome in students of Hanoi University of Industry	06	x	International Journal of Engineering Inventions ISSN: 2278-7461		0	12, 6, 195 -200	2023
26	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp: Nghiên cứu tại trường đại học công nghiệp Hà Nội	03		Khoa học Thương mại ISSN: 1859-3666 / E-ISSN: 2815-5726		0	173, 85 - 99	2023
27	Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả trong công việc của nhân viên: Nghiên cứu tại Công ty Điện lực Bắc Từ Liêm	02	x	Tạp chí Khoa học & Công nghệ - Đại học Công nghiệp Hà Nội/ P-ISSN 1859-3585 E-ISSN 2615-9619		0	59, 2B, 148 -154	2023

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

28	How Ethical Leadership Foster Employee Behaviors: Role of Ethical Culture	02	x	Seybold Report ISSN: 1533-9211	Scopus (Q4)	0	19,1, 499-513	2024
29	Research the Relationship Between Quality Culture and Sustainable Development of Universities	02	x	Seybold Report ISSN: 1533-9211	Scopus (Q4)	0	19,1, 63-88	2024
30	Factors Influencing on Marketing Performance: The Mediating Role of Business Agility	01	x	Seybold Report ISSN: 1533-9211	Scopus (Q4)	0	18,12, 138-157	2023
31	Research on Factors Affecting the Intention to Maintain a Long-Term Relationship in Franchising in Vietnam	05	x	International Journal of Professional Business Review ISSN: 2525-3654		0	8,11, 1-26	2023
32	Research on the Behavior of Gen Z on Using of Green Tourism: The Role of Knowledge Sharing	02	x	International Journal of Professional Business Review ISSN: 2525-3654		0	8, 8, 1-16	2023
33	Factors Influence on Promotion Mix in E-marketing: Case of Technology Services Enterprise in Vietnam	09	x	International Journal of Professional Business Review ISSN: 2525-3654		1	8, 7 1-17	2023
34	The relationship between marketing communication activities and customer loyalty: Case of furniture product	02	x	World Journal of Advanced Research and Reviews ISSN: 2581-9615		0	19, 1, 872 -877	2023

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

35	Organizational Culture and Employees' Loyalty: An Emperical Research from an University Context	05	x	International Journal of Religion ISSN: 2633-352X eISSN: 2633-3538	Scopus (Q3)	0	5, 6, 116-135	2024
36	Intention to pursue a master's degree of final year students: Empirical research from Hanoi university of industry	06	x	World Journal of Advanced Research and Reviews ISSN: 2581-9615		0	22, 2, 190-202	2024
37	Factors affecting brand attachment in the social media channels: Case of university in Vietnam	06	x	World Journal of Advanced Research and Reviews ISSN: 2581-9615		0	22, 2, 880-892	2024
38	Green Performance and Employees' Citizenship Behavior: Examining the Role of Employees' Pride and Commitment.	06		Seybold Report ISSN: 1533-9211	Scopus (Q4)	3	16, 3, 59-78	2020
39	Mediating effect of university culture in the relationship between university leadership and employee behaviors	05	x	World Journal of Advanced Research and Reviews ISSN: 2581-9615		0	22, 2, 203-214	2024
40	Research on the Factors Influencing Gen Z's Green Consumption Intentions	03	x	Proceedings of the International Conference on Research in Management & Technovation ISSN: 2300-5963		0	4, 487-499	2023
41	Impact of online marketing activities on brand awareness: Case of industrial kitchen equipment company	03	x	World Journal of Advanced Research and Reviews ISSN: 2581-9615		0	22,3, 757-766	2024

- 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 hoặc được cấp bằng TS: **08 bài** (bài số 8, 17, 18, 23, 28, 30, 30, 35).

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

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	Thuộc danh mục tạp chí uy tín của ngành	Tập, số, trang	Tháng, năm công bố
I	Trước khi được công nhận PGS/TS						
1							
2							
...							
II	Sau khi được công nhận PGS/TS						
1							
2							
...							

- Trong đó: Số lượng (ghi rõ các số TT) bài báo khoa học đăng trên tạp chí khoa học uy tín của ngành mà UV là tác giả chính sau PGS/TS:

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
1					
2					
...					

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

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
1					
2					
...					

- Trong đó: Số lượng (ghi rõ các số TT) tác phẩm nghệ thuật, thành tích huấn luyện, thi đấu đạt giải thưởng quốc tế, là tác giả chính/hướng dẫn chính sau PGS/TS:

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

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

TT	Chương trình đào tạo, chương trình nghiên cứu ứng dụng KHCN	Vai trò UV (Chủ trì/ Tham gia)	Văn bản giao nhiệm vụ (số, ngày, tháng, năm)	Cơ quan thẩm định, đưa vào sử dụng	Văn bản đưa vào áp dụng thực tế	Ghi chú
1	CTĐT cử nhân Marketing theo CDIO tại Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội	Tham gia	Kế hoạch cập nhật chỉnh sửa CTĐT ngày 23/7/2021	Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
2	CTĐT cao học QTKD tại Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội	Tham gia	QĐ thành lập Hội đồng đánh giá, cải tiến CTĐT trình độ thạc sĩ năm 2022 (số 116/QĐ-ĐHCN ngày 19/01/2022)	Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
3	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Kỹ năng tư duy sáng tạo - 02 tín chỉ)	Tham gia		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
4	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Chuyển đổi số trong kinh doanh - 03 tín chỉ)	Chủ trì		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
5	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Nghiên cứu Marketing - 04 tín chỉ)	Chủ trì		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
6	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của	Chủ trì		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		

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

	Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Đồ họa Marketing - 03 tín chỉ)			ng nghiệp Hà Nội		
7	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Quản trị chiến lược - 03 tín chỉ)	Chủ trì		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
8	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Chuyên đề Marketing thể thao - 02 tín chỉ)	Chủ trì		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
9	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Thực tập doanh nghiệp - 06 tín chỉ)	Chủ trì		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
10	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Đồ án/ Khóa luận tốt nghiệp - 09 tín chỉ)	Chủ trì		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
11	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Quản trị sản phẩm - 02 tín chỉ)	Tham gia		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
12	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội	Tham gia		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		

	(Đề cương học phần Quản trị truyền thông Marketing - 03 tín chỉ)					
13	Dùng cho CTĐT Cử nhân Marketing của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Đề cương học phần Quản trị truyền thông mạng xã hội - 03 tín chỉ)	Tham gia		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
14	CTĐT thạc sĩ QTKD của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Học phần Chiến lược kinh doanh quốc tế – 02 tín chỉ)	Chủ trì		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
15	CTĐT thạc sĩ QTKD của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Học phần Văn hóa và đạo đức quản lý – 03 tín chỉ)	Chủ trì		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
16	CTĐT thạc sĩ QTKD của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Học phần marketing cho nhà quản lý – 03 tín chỉ)	Tham gia		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
17	CTĐT thạc sĩ QTKD của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Học phần Xây dựng và quản trị chiến lược – 03 tín chỉ)	Tham gia		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		
18	CTĐT thạc sĩ QTKD của Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội (Học phần Kỹ năng giải quyết khủng hoảng – 03 tín chỉ)	Tham gia		Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội		

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

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước
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 chuẩn giảng dạy trực tiếp trên lớp không đủ, còn thiếu (năm học/số giờ thiếu):

.....
+ Giờ chuẩn giảng dạy quy đổi 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:

.....
- 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:
Does ethics perception foster consumer repurchase intention? Role of trust, perceived uncertainty, and shopping habit (SSCI, Scopus (Q2), IF = 2.032)

- 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:

.....

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước
Chú ý: Đối với các chuyên ngành bí mật nhà nước thuộc ngành KH An ninh và KH
Quân sự, các tiêu chuẩn không đủ về hướng dẫn, đề tài khoa học và công trình khoa
học sẽ được bù bằng điểm từ các bài báo khoa học theo quy định tại Quyết định số
25/2020/QĐ-TTg.

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.

Hà Nội, ngày 26 tháng 06 năm 2024

NGƯỜI ĐĂNG KÝ

(Ký và ghi rõ họ tên)



Ngô Văn Quang