

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: Kinh doanh thương mại

A. THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Họ và tên người đăng ký: Hoàng Cửu Long

2. Ngày tháng năm sinh: 30/4/1977; 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): Điện An, thị xã Điện Bàn, tỉnh Quảng Nam

5. Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú (số nhà, phố/thôn, xã/phường, huyện/quận, tỉnh/thành phố): 324 Điện Biên Phủ, phường 11, quận 10, TP. Hồ Chí Minh

6. Địa chỉ liên hệ (ghi rõ, đầy đủ để liên hệ được qua Bru điện): 324 Điện Biên Phủ, phường 11, quận 10, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại nhà riêng: 028.38390054; Điện thoại di động: 0976.301302; E-mail:

hoangcuulong@ueh.edu.vn

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

Từ... đến...	Chức vụ	Chuyên môn	Nơi công tác
7/1999 đến 12/2000	Nhân viên	Kinh doanh	Công ty văn hóa Phương Nam
1/2002 đến 12/2002	Trưởng bộ phận	Đối ngoại	Công ty Provitek Việt Nam
1/2003 đến 12/2004	Trưởng bộ phận	Marketing & truyền thông	Ngân hàng TMCP An Bình (ABBank)

1/2005 đến 3/2005	Chuyên viên	Marketing & truyền thông	Tạp chí Doanh nhân Sài Gòn – cuối tuần
8/2008 đến nay	Chuyên viên; Giảng viên	Kinh doanh thương mại	Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh (UEH)

Chức vụ: Hiện nay: Phó Trưởng khoa; Chức vụ cao nhất đã qua: Phó Trưởng khoa

Cơ quan công tác hiện nay: Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh (UEH)

Địa chỉ cơ quan: 59c Nguyễn Đình Chiểu, phường Võ Thị Sáu, quận 3, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại cơ quan: 028.38295 299

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

8. Đã nghỉ hưu từ thángnăm

9. Trình độ đào tạo:

- Được cấp bằng ĐH ngày 01 tháng 10 năm 1999; số văn bằng: B158285; ngành: Quản trị kinh doanh, chuyên ngành: Marketing; Nơi cấp bằng ĐH (trường, nước): Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

- Được cấp bằng ThS ngày 12 tháng 10 năm 2006; ngành: Quản trị kinh doanh; chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Nơi cấp bằng ThS (trường, nước): Đại học James Cook University, Úc

- Được cấp bằng TS ngày 23 tháng 12 năm 2019; số văn bằng: 000143; ngành: Kinh doanh và Quản lý; chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Nơi cấp bằng TS (trường, nước): Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

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

11. Đăng ký xét đạt tiêu chuẩn chức danh PGS tại HDGS cơ sở: Đại học Kinh tế TP.HCM

12. Đăng ký xét đạt tiêu chuẩn chức danh PGS tại HDGS ngành, liên ngành: Kinh tế

13. Các hướng nghiên cứu chủ yếu:

Bên cạnh công tác giảng dạy, hoạt động nghiên cứu khoa học cũng được xem là một trong những nhiệm vụ yêu cầu bắt buộc đối với giảng viên tại các trường đại học Việt Nam hiện nay. Đại học Kinh tế TP.HCM (UEH) đã và đang định hướng trở thành một trong những đại học đào tạo mang tính ứng dụng cao và nghiên cứu khoa học hàn lâm chuyên sâu tại Việt Nam và khu vực. Trong xu thế này, tất cả giảng viên tại Đại học UEH đều phải thực hiện các hoạt động nghiên cứu khoa học theo yêu cầu đổi mới. Bản thân ứng viên cũng nhận thức rõ vai trò quan trọng của việc thực hiện nghiên cứu khoa học nhằm tạo ra những tri thức mới phục vụ công tác đào tạo, đưa ra các hướng xử lý vấn đề thực tiễn đang tồn tại

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HDGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HDGS nhà nước trong nền kinh tế nước nhà. Với kiến thức chuyên ngành mà bản thân ứng viên được đào tạo và đang phụ trách chuyên môn, có 2 hướng nghiên cứu chính mà ứng viên đã thực hiện và sẽ còn theo đuổi các hoạt động nghiên cứu khoa học của mình, bao gồm:

1. Nghiên cứu quản lý bán lẻ, bán hàng & chuỗi cung ứng: nghiên cứu các hành vi tiêu dùng, hành vi mua hàng của khách hàng chuyển đổi trong thời đại số hóa và ứng dụng công nghệ mới đang trở thành xu thế phát triển trong tương lai. Chính vì điều này đã tạo động lực rất lớn cho ứng viên theo đuổi các công trình nghiên cứu mà ở đó, các hình thức bán hàng, hành vi mua hàng trên nền tảng số cũng như các phương thức bán hàng hiện đại đóng vai trò quan trọng. Đối với hướng nghiên cứu này, ứng viên đã chủ nhiệm 03 đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường, tham gia 02 đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ và tương đương, 18 bài báo đã được công bố trên nhiều tạp chí khoa học khác nhau. Các nghiên cứu này được thực hiện theo hai phương pháp gồm nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Dữ liệu được lấy từ các nguồn khảo sát, phỏng vấn từ các chuyên gia nghiên cứu trong khu vực bán lẻ, các khách hàng bán sỉ và mua lẻ (B2B, B2C), nhà phân phối ở những ngành nghề, lĩnh vực khác nhau. Hướng nghiên cứu về Quản lý bán lẻ, bán hàng & chuỗi cung ứng được chia thành hai nhóm chính:

Thứ nhất, Bán hàng & tổ chức chuỗi cung ứng: Hướng nghiên cứu chủ yếu về cách thức thiết kế, quản trị và vận hành các loại hình bán hàng, phương thức bán hàng (online & offline), xây dựng kế hoạch chiến lược bán hàng, lựa chọn vị trí, quản trị chuỗi cung ứng, nguồn hàng, tài chính, chiến lược giá và hoạt động xúc tiến bán hàng (cả đối tượng B2C và B2B). Trong hướng nghiên cứu này, điểm mấu chốt vẫn là: lấy khách hàng làm trung tâm. Từ đó, các nghiên cứu sẽ tập trung nhiều vào hành vi mua hàng của khách hàng mục tiêu và hành trình trải nghiệm của họ, đặc biệt, trong bối cảnh tác động của nhiều công nghệ số mới. Ngoài ra, trong hướng nghiên cứu này cũng đề cập phạm vi của mua hàng và cung ứng, cũng như xu hướng phát triển của chức năng mua hàng theo định hướng chiến lược. Nội dung nghiên cứu tập trung vai trò của quản trị mua hàng và cung ứng trong toàn bộ chuỗi cung ứng, chiến lược nguồn cung, giải quyết bài toán chất lượng và chi phí, xây dựng mối quan hệ hợp tác chiến lược với nhà cung cấp, thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, ứng dụng công nghệ mới trong mua hàng và quản lý hợp đồng cung ứng vào nhiều lĩnh vực khác nhau trong thực tiễn.

Thứ hai, Quản trị bán hàng và kinh doanh số: trình bày cơ sở lý thuyết và kinh nghiệm thực tiễn của các hoạt động bán hàng đa kênh. Từ đó, nghiên cứu phát triển tư duy về các chiến lược quản lý và vận hành bán hàng đa kênh, hành vi khách hàng thay đổi đối với từng

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HDGS nhà nước loại hình công nghệ ứng dụng, các dịch vụ tích hợp cho các tổ chức, doanh nghiệp dựa trên nền tảng số và hạ tầng công nghệ thông tin để giao dịch với các nhà cung cấp và người tiêu dùng cuối cùng. Để đạt được mục tiêu này, hướng nghiên cứu sẽ quan tâm các nguyên tắc cơ bản của bán hàng đa kênh (nền tảng số Omni Channel; hệ thống quản lý quan hệ khách hàng-CRM; triển khai giải pháp quản trị dữ liệu; quản trị đơn hàng (OMS), quản trị hệ thống phân phối (DMS), quản trị kho hàng (WMS) xây dựng mô hình bán hàng và dịch vụ; kênh giao tiếp chủ đạo (the Master Channel); phát triển đa kênh trên nền tảng AI...). Ngoài ra, hướng nghiên cứu này cũng sẽ chú trọng vào hệ thống các tiêu chí phát triển bền vững (ESG- Environmental, Social, Governance) cho tổ chức. Phương pháp tiếp cận của nghiên cứu này chủ yếu dựa vào các báo cáo thực tiễn, ứng dụng các mô hình lý thuyết và triển khai các cuộc thảo luận mở rộng vấn đề.

2. Nghiên cứu quản trị kinh doanh các loại hình dịch vụ: các nghiên cứu gần đây của nhiều học giả trong và ngoài nước đã cho thấy, hoạt động kinh doanh dịch vụ đóng vai trò trọng yếu trong sự đóng góp vào GDP của một nền kinh tế. Nghiên cứu về hoạt động kinh tế lĩnh vực dịch vụ giúp hiểu rõ bản chất, sự vận hành, giảm thiểu rủi ro và tối ưu hóa hiệu quả kinh tế cho lĩnh vực này. Quản trị dịch vụ là một hoạt động quan trọng để không những đảm bảo sự duy trì tốt mà còn tạo nên sự phát triển bền vững của toàn hệ thống dịch vụ. Quan điểm trọng dịch vụ (Service-Dominant Logic, S-DL) đang là xu thế mới nổi lên trong nghiên cứu về khoa học dịch vụ. Đối với hướng nghiên cứu này, ứng viên đã chủ nhiệm 02 đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường và 17 bài báo đã được công bố trên nhiều tạp chí khoa học khác nhau. Phương pháp được sử dụng để nghiên cứu cho lĩnh vực này gồm phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng. Dữ liệu được lấy từ các nguồn khảo sát, phỏng vấn từ các chuyên gia nghiên cứu trong lĩnh vực dịch vụ, các công ty, đơn vị cung ứng dịch vụ, các khách hàng trung gian và trực tiếp ở những hình thái dịch vụ khác nhau.

3. Định hướng nghiên cứu trong tương lai: Các hướng nghiên cứu tiếp theo của ứng viên sẽ xoay quanh hai chủ đề chính là Quản lý bán lẻ, bán hàng & chuỗi cung ứng, Quản trị kinh doanh các loại hình dịch vụ, và mở rộng khác.

Thứ nhất, chủ đề Nghiên cứu quản lý bán lẻ, bán hàng & chuỗi cung ứng đang phát triển mạnh mẽ với nhiều nhánh khi có rất nhiều khung lý thuyết nền và mô hình ứng dụng đang thay đổi. Bên cạnh đó, sự phát triển và ứng dụng công nghệ mới vào trong các hoạt động quản trị bán hàng, bán lẻ của các tổ chức, doanh nghiệp ngày càng sâu rộng. Các tổ chức, doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ đang có nhu cầu mở rộng khai thác dữ liệu để xây dựng

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước nhiều bộ chiêu chí do lường chất lượng cũng như hiệu quả hoạt động cho tổ chức mình, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh. Các tổ chức, đơn vị nghiên cứu trong lĩnh vực bán sỉ và lẻ cũng đang rất quan tâm khai thác các chỉ số, dữ liệu từ góc độ học thuật và thực tiễn để công bố các báo cáo, lên dự báo thường niên về kết quả, xu hướng và triển vọng cho những ngành nghề cụ thể. Chính điều kiện này sẽ tạo thuận lợi cho các công trình nghiên cứu tiếp theo của ứng viên hướng đến triển khai khai thác các dữ liệu, thông tin, mô hình phục vụ cho việc nghiên cứu và ứng dụng kết quả nghiên cứu của các học giả, nghiên cứu sinh, các tổ chức và doanh nghiệp.

Thứ hai, chủ đề Nghiên cứu quản trị kinh doanh các loại hình dịch vụ hiện nay vẫn luôn tạo sự quan tâm mạnh mẽ của các học giả, nhà nghiên cứu, các đơn vị cung ứng dịch vụ ở những hình thái khác nhau. Xu hướng hành vi khách hàng đã chuyển đổi mạnh mẽ trong việc mua và sử dụng dịch vụ từ sau đại dịch COVID-19 đến nay. Quan điểm trọng dịch vụ (Service-Dominant Logic, S-DL) đang là xu thế mới nổi lên trong nghiên cứu về khoa học dịch vụ. Với chủ đề này, ứng viên dự định sẽ mở rộng hướng nghiên cứu của mình bằng cách lồng ghép các bản chất vốn có của hoạt động dịch vụ với việc ứng dụng công nghệ số, công nghệ mới chuyên biệt/đặc thù, hoạt động trải nghiệm khách hàng, phát triển bền vững gắn với môi trường trong dịch vụ để tạo ra định hướng nghiên cứu mới trong tương lai.

Ngoài 2 hướng nghiên cứu chủ đạo theo đuổi suốt thời gian giảng dạy, ứng viên còn mở rộng và thử sức mình trên một số hướng nghiên cứu khác, trong đó, tập trung nhiều vào năng lực phát triển nội tại của tổ chức, doanh nghiệp và địa phương. Với hướng nghiên cứu mở rộng này, ứng viên đã và đang tham gia thực hiện nhiều đề tài cùng các nhóm nghiên cứu ở lĩnh vực khác và các nhóm sinh viên trong Đại học UEH.

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

- Đã hướng dẫn (số lượng): 09 học viên cao học bảo vệ thành công luận văn thạc sĩ kinh tế;
- Đã hoàn thành đề tài NCKH từ cấp cơ sở trở lên:
 - + Chủ nhiệm 05 đề tài cấp cơ sở đã nghiệm thu;
 - + Thành viên 04 đề tài cấp Bộ và tương đương đã nghiệm thu
- Đã công bố (số lượng): 42 bài báo khoa học, gồm
 - + 06 bài báo khoa học trên tạp chí quốc tế có uy tín thuộc danh mục Scopus. Trong đó, ứng viên là tác giả chính của 05 bài báo khoa học uy tín đăng trên tạp chí quốc tế uy tín (gồm: 01 bài Scopus Q1; 02 bài Scopus Q3; và 02 bài Scopus Q4)

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HĐGS nhà nước
 + 32 bài công bố trên tạp chí khoa học chuyên ngành trong nước thuộc danh mục tạp
 chí được Hội đồng chức danh Giáo sư nhà nước tính điểm và các tạp chí khoa học chuyên
 ngành nước ngoài có ISSN.

+ 04 bài công bố trên Hội thảo quốc tế

+ 01 bài công bố trên Hội thảo khoa học quốc gia

- Số lượng sách đã xuất bản:

+ Chủ biên: 01 giáo trình phục vụ đào tạo bậc đại học, thuộc nhà xuất bản Kinh tế (Đại
 học UEH);

+ Thành viên biên soạn: 03 sách tham khảo phục vụ cho đào tạo đại học và sau đại học
 thuộc các nhà xuất bản có uy tín

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

Năm học	Danh hiệu thi đua và hình thức khen thưởng	Số, ngày, tháng, năm của quyết định công nhận; cơ quan ban hành
2022-2023	Giấy khen cán bộ quản lý UEH của năm 2023	
	Giảng viên xuất sắc	Quyết định số 713/QĐ-ĐHKT- QTNNL, ngày 17/3/2023, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
	Chiến sĩ thi đua cơ sở	Quyết định số 714/QĐ-ĐHKT- QTNNL, ngày 17/3/2023, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
2021-2022	Giấy khen Giảng viên hướng dẫn sinh viên NCKH đạt thành tích cao năm 2022	Quyết định số 213/QĐ-ĐHKT- QTNNL, ngày 09/02/2023, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
	Giảng viên xuất sắc	Quyết định số 1504/QĐ-ĐHKT- QTNNL, ngày 09/6/2022, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
	Chiến sĩ thi đua cơ sở	Quyết định số 1505/QĐ-ĐHKT- QTNNL, ngày 09/6/2022, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
	Bằng khen Bộ GD&ĐT	Quyết định số 942/QĐ-BGDĐT, ngày 06/4/2022, Bộ Giáo dục và Đào tạo

2020-2021	Giảng viên xuất sắc	Quyết định số 1680/QĐ-ĐHKT-QTNNL, ngày 11/6/2021, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
	Chiến sĩ thi đua cơ sở	Quyết định số 1675/QĐ-ĐHKT-QTNNL, ngày 11/6/2021, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
2019-2020	Chiến sĩ thi đua cơ sở	Quyết định số 1675/QĐ-ĐHKT-QTNNL, ngày 11/6/2021, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
	Giảng viên xuất sắc	Quyết định số 675/QĐ-ĐHKT-NS, ngày 02/3/2020, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
2018-2019	Giảng viên xuất sắc	Quyết định số 573/QĐ-ĐHKT-NHSU, ngày 01/4/2019, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM
2017-2018	Giảng viên xuất sắc	Quyết định số 680/QĐ-ĐHKT-TCHC, ngày 18/4/2018, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM

16. Kỳ 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 SƯ

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

- **Năng lực giảng dạy:** Với vai trò người giảng viên đại học, ứng viên luôn tâm niệm nỗ lực hoàn thành tốt nhất trong chức năng và nhiệm vụ được tổ chức giao. Từng học kỳ, ứng viên luôn đảm nhận đầy đủ và hoàn thành thời khóa biểu giảng dạy ở các bậc, hệ đào tạo tại UEH kể cả các chương trình liên kết tại các địa phương khác. Trong số liệu thống kê giờ giảng hàng năm của UEH, ứng viên luôn hoàn thành hơn định mức giờ giảng chuẩn quy định. Ngoài ra, điểm đánh giá chất lượng của người học đối với ứng viên ở các môn giảng luôn trên 6 điểm (thang điểm 7). Nhằm đảm bảo tiêu chuẩn theo yêu cầu cho một giảng viên cũng như xu hướng thời đại công nghệ số, ứng viên luôn ý thức việc tiếp cận phương pháp giảng dạy hiện đại kết hợp phát triển năng lực sư phạm tiên tiến. Ứng viên và các đồng nghiệp luôn trao đổi, chia sẻ, tìm tòi những nguồn tài liệu học thuật mới nhất của các đại

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HDGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HDGS nhà nước học lớn trên thế giới đề tự nghiên cứu cũng như chuyên giao đến người học. Ngoài ra, ứng viên cũng hăng hái, nhiệt tình thường xuyên tham gia các khóa đào tạo ngắn hạn nâng cao nghiệp vụ chuyên môn do UEH tổ chức. Với những nỗ lực này cùng với sự hỗ trợ của nhà trường, ứng viên đã ngày càng được trang bị vững chắc hơn, tích lũy nhiều kinh nghiệm hơn, kiến thức chuyên sâu và phát triển vững chắc hơn năng lực sư phạm.

- **Năng lực nghiên cứu khoa học:** Nhận thức được nhiệm vụ của một giảng viên đại học, bên cạnh công tác giảng dạy, ứng viên luôn ý thức vai trò quan trọng của việc thực hiện nghiên cứu khoa học trong sứ mệnh của lĩnh vực giáo dục đại học. Bản thân luôn hiểu rõ các kết quả nghiên cứu khoa học sẽ đóng góp vào kho tri thức của nhân loại, góp phần thúc đẩy những nhà khoa học tìm tòi, khai thác những chân trời mới, nâng cao năng lực chuyên môn và năng lực nghiên cứu. Chính vì vậy, ngay từ khi được về trường làm công tác giảng dạy, ứng viên luôn hăng hái tham gia và hoàn thành các công trình nghiên cứu khoa học có giá trị tri thức cao ở các vai trò khác nhau. Tính đến tháng 6/2024, ứng viên đã tham gia 04 đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ và tương đương; chủ nhiệm và bảo vệ thành công 05 đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường. Đặc biệt, sau khi bảo vệ thành công và nhận học vị tiến sĩ (cuối năm 2019), ứng viên đã nỗ lực để công bố các công trình khoa học trên nhiều tạp chí uy tín quốc tế nằm trong danh mục Scopus, cũng như các tạp chí uy tín trong nước thuộc Danh mục Hội đồng GSNN. Đến thời điểm hiện tại, ứng viên là tác giả chính của 05 bài báo trên các tạp chí thuộc danh mục Scopus. Ngoài ra, ứng viên cũng đang thực hiện nhiều công trình nghiên cứu hàn lâm đang được gửi đến các tạp chí được xếp hạng và trong quá trình phản biện.

- **Tham gia xây dựng chương trình đào tạo:** tại Bộ môn Thương mại, khoa Kinh doanh quốc tế - Marketing, ứng viên đã và đang cùng các đồng nghiệp tham gia xây dựng, kiểm định chất lượng các chương trình đào tạo cho các bậc hệ. Ngay từ khi UEH chuyển sang đào tạo theo Chương trình tiên tiến quốc tế, hầu hết các môn học trong chương trình đều phải thay đổi về nội dung, cấu trúc, phương pháp giảng dạy dựa trên sự tham khảo khung chương trình đào tạo của 200 đại học danh tiếng nhất thế giới. Ứng viên và quý thầy cô Bộ môn Thương mại đã cùng nhau thiết kế, xây dựng lại đề cương của tất cả các môn học ngành Kinh doanh thương mại ở các bậc đào tạo tại khoa. Thành quả lao động chung của ứng viên và tập thể Bộ môn đạt được là, năm 2022, ngành Kinh doanh thương mại nhận được kiểm định chất lượng FIBAA cho chương trình đào tạo bậc cử nhân. Ngoài ra, ứng viên cũng tham gia hỗ trợ thầy cô các bộ môn khác thuộc khoa trong việc xây dựng, cải tiến, thiết kế các môn học theo yêu cầu phát triển chung. Hiện tại, các học phần tiên tiến thuộc ngành

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HĐGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HDGS nhà nước
Kinh doanh thương mại đã và đang được vận hành, đào tạo cho nhiều khóa, bậc học và nhận được những phản hồi tích cực từ phía người học.

- **Đóng góp cho sự phát triển của sinh viên và xã hội:** Bản thân ứng viên luôn nhận thức việc nỗ lực đóng góp cho sự phát triển năng lực học tập, năng lực nghiên cứu khoa học và kỹ năng chuyên môn cho người học. Trong quá trình giảng dạy, ứng viên luôn tìm kiếm các phương pháp tiếp cận nhằm thúc đẩy năng lực học tập và kỹ năng học tập suốt đời cho sinh viên, học viên. Bên cạnh đó, ứng viên cũng dành nhiều thời gian triển khai các công tác hỗ trợ học tập, nghiên cứu khoa học, phát triển năng lực cá nhân đến các học viên, sinh viên chính quy thông qua việc xây dựng và phát triển các đề tài, tạo lập các nhóm nghiên cứu nhằm đóng góp và tham gia các cuộc thi học thuật tại Đại học UEH, các cuộc thi ở các cấp khác nhau và đã đạt được những thành tựu đáng kể. Ngoài ra, ứng viên cũng thường xuyên tham gia vào các nhóm nghiên cứu, nhóm tư vấn, nhóm giảng viên, nhóm phân biện ở các Viện chuyên môn về phát triển kinh tế và quản lý doanh nghiệp thuộc Đại học UEH. Các đề tài nghiên cứu khoa học, dự án, chương trình đào tạo, chuyển giao công nghệ mà ứng viên tham gia đã được thực hiện tại các tỉnh, thành phố như TP. Hồ Chí Minh, Vĩnh Long, Cần Thơ, Sóc Trăng, Đồng Tháp, Tiền Giang, Long An, Trà Vinh... Thông qua những chương trình, dự án, đề tài này, ứng viên tin rằng mình đã đóng góp về mặt chuyên môn có giá trị để giúp chính quyền các địa phương, tổ chức, doanh nghiệp, các trường đại học, các sở ban ngành nâng cao năng lực hoạt động, sự cạnh tranh cũng như hiệu quả thiết thực trong tương lai.

- **Phẩm chất đạo đức:** bản thân ứng viên luôn tâm niệm và thực hành việc gìn giữ phẩm chất cao quý của nghề giáo mà xã hội tin tưởng. Trong công việc quản lý và giảng dạy, ứng viên luôn sống chan hòa, đoàn kết, hòa đồng và hợp tác cùng đồng nghiệp để cùng nhau hoàn thiện năng lực chuyên môn, tạo dựng mối quan hệ đúng mực nghề giáo. Ứng viên luôn khát khao cho tập thể khoa đạt được nhiều thành tích công việc tốt, quý thầy cô trong khoa có cuộc sống tiện nghi, an lành, khỏe mạnh và mọi sự hanh thông. Ứng viên tuân thủ giá trị mà UEH tạo dựng: có trước có sau, có trên có dưới, sống đoàn kết và nghĩa tình, và tôn sư trọng đạo. Đối với người học, ứng viên luôn nỗ lực tận tâm với công việc, san sẻ, hết mình, nghiêm túc và cư xử công bằng để luôn là tấm gương cho các thế hệ học viên, sinh viên.

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

- Tổng số năm thực hiện nhiệm vụ đào tạo: 7 năm 7 tháng

- Khai cụ thể ít nhất 06 năm học, trong đó có 03 năm học cuối liên tục tính đến ngày hết hạn nộp hồ sơ:

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 giờ chuẩn gd trực tiếp trên lớp		Tổng số giờ chuẩn gd trực tiếp trên lớp/số giờ chuẩn gd quy đổi/số giờ chuẩn định mức (*)
		Chính	Phụ			ĐH	SDH	
1	2017-2018	0	0	0	0	330	0	330/330/229.5
2	2018-2019	0	0	0	10	285	0	285/345/229.5
3	2019-2020	0	0	0	10	330	0	330/390/229.5
4	2020-2021	0	0	0	10	150	45	195/275.5/189
03 năm học cuối								
4	2021-2022	0	0	2	10	165	45	210/292.5/189
5	2022-2023	0	0	4	10	135	90	225/330/189
6	2023-2024	0	0	3	10	90	135	225/352.5/189

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

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

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

3. Ngoại ngữ:

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

a) Được đào tạo ở nước ngoài:

- Bảo vệ luận văn ThS tại nước: Singapore, năm: 2006

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

- Nơi giảng dạy (cơ sở đào tạo, nước): khoa Kinh doanh quốc tế - marketing, Đại học UEH

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

3.2. Tiếng Anh (văn bằng, chứng chỉ): Certificate in EMI Skills; số bằng:

VNNQTH_EMI.B2_2023; năm cấp: 2023

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

TT	Họ tên NCS hoặc HVCH/CK2/B SNT	Đối tượng		Trách nhiệm hướng dẫn		Thời gian hướng dẫn từ ... đến ...	Cơ sở đào tạo	Ngày, tháng, năm được cấp bằng/có quyết định cấp bằng
		NCS	HVCH/C K2/BSNT	Chính	Phụ			
1	Nguyễn Tuấn Cường		X	X		4/2023- 10/2023	Đại học Kinh tế TP.HCM	05/01/2024
2	Lê Thị Nhân		X	X		4/2023- 10/2023	Đại học Kinh tế TP.HCM	10/4/2024
3	Lê Nguyễn Huy Tú		X	X		4/2023- 10/2023	Đại học Kinh tế TP.HCM	10/4/2024
4	Chu Việt Khoa		X	X		11/2022- 5/2023	Trường Đại học Kinh tế TP.HCM	12/9/2023
5	Lê Thị Hạnh Dung		X	X		11/2022- 5/2023	Trường Đại học Kinh tế TP.HCM	12/9/2023
6	Quách Khánh Nam		X	X		11/2022- 5/2023	Trường Đại học Kinh tế TP.HCM	12/9/2023
7	Huỳnh Thị Xuân My		X	X		6/2022- 12/2022	Trường Đại học Kinh tế TP.HCM	11/4/2023
8	Đào Văn Huy		X	X		3/2021- 9/2021	Trường Đại học Kinh tế TP.HCM	14/01/2022

9	Phan Thị Ánh Tuyết		X	X		3/2021- 9/2021	Trường Đại học Kinh tế TP.HCM	14/01/2022
---	-----------------------	--	---	---	--	-------------------	-------------------------------------	------------

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 GDĐH (số văn bản xác nhận sử dụng sách)
1	Kỹ năng mềm thiết yếu cho công việc & kinh doanh	GT	Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, 2023 (số 105/QĐ-NXBKTTTPHCM, ngày 07/12/2023) ISBN: 978-604-346-244-9	4	Chủ biên	Chương 1 (tr.9-26), Chương 2 (tr.29-42), Chương 10 (tr.171-187) Chương 12 (tr.202-228)	Giấy xác nhận, số 43/ĐHKTC-NCPTGKTC, ngày 18/6/2024
2	Marketing toàn cầu – Những vấn đề căn bản	TK	Đại học Quốc gia TP.HCM, 2008 (691/QĐ-ĐHQGTPCHM, ngày 28/10/2008)	2	Thành viên	Đồng chủ biên	Giấy xác nhận, số 43/ĐHKTC-NCPTGKTC, ngày 18/6/2024
3	Phát triển một ngành dịch vụ ở Việt Nam thời kỳ hậu WTO	TK	NXB Lao động, 2007 (130/QĐ/LĐ, ngày 22/10/2007)	7	Thành viên	Chương 5 (từ trang 151 – 172)	Giấy xác nhận, số 43/ĐHKTC-NCPTGKTC, ngày 18/6/2024
4	Nhượng quyền thương mại tại Việt Nam	TK	Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, 2009 (số 204-2009/CXB/02-18/ĐHKTCQDHN, ngày 09/3/2009)	7	Thành viên	Thư ký biên soạn nội dung	Giấy xác nhận, số 43/ĐHKTC-NCPTGKTC, ngày 18/6/2024

Ban hành kèm theo Công văn số: 82/HDGSNN ngày 18/5/2022 của Chủ tịch HDGS 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: [],.....

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/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 thị trường Nhượng quyền thương mại tại Việt Nam	TV	B2007-09-37 (cấp Bộ)	18 tháng	Nghiệm thu: tháng 8/2009 Xếp loại: Xuất sắc
2	Phát triển thương mại bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế	TV	cấp Sở KH&CN TP.HCM	15 tháng	Nghiệm thu: tháng 8/2010 Xếp loại: Xuất sắc
3	Nghiên cứu mối quan hệ giữa Định hướng thị trường, Định hướng kinh doanh, Định hướng học hỏi và Kết quả kinh doanh của doanh nghiệp dịch vụ quảng cáo Việt Nam	CN	CS-2011-55 (cấp trường ĐH Kinh tế TP.HCM)	12 tháng	Nghiệm thu: ngày 12/6/2012; Xếp loại: Khá
4	Nghiên cứu sự tác động của Định hướng thị trường và Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp – CSR vào Kết quả kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam	CN	CS-2014-47 (cấp trường ĐH Kinh tế TP.HCM)	12 tháng	Nghiệm thu: ngày 05/5/2014; Xếp loại: Khá
5	Nghiên cứu tác động của hàng giả, hàng nhái đến thương hiệu	CN	CS-2015-09 (cấp trường)	12 tháng	Nghiệm thu: ngày 20/01/2016;

	thời trang hạng sang theo cảm nhận của khách hàng tại thị trường TP.HCM		ĐH Kinh tế TP.HCM)		Xếp loại: Khá
II	Sau khi được công nhận tiến sĩ				
6	Hình thành & Phát triển bền vững: Quản trị & vận hành chuỗi bán lẻ Bánh mì Má Hải	CN	CS-2021-11 (cấp trường ĐH Kinh tế TP.HCM)	12 tháng	Nghiệm thu: ngày 27/12/2022 Xếp loại: Tốt
7	Factors affecting customer engagement and brand loyalty in Vietnam FMCG: the moderation of artificial intelligence	CN	CS-COB-2023-10 (cấp ĐH Kinh tế TP.HCM)	12 tháng	Nghiệm thu: ngày 06/5/2024 Xếp loại: Tốt
8	Nghiên cứu hoạt động khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên đại học tại Việt Nam	TV	B2021-KSA-02 (cấp Bộ)	24 tháng	Nghiệm thu: 12/2022 Xếp loại: Đạt
9	Xây dựng chiến lược phát triển kinh tế - xã hội thị xã Bình Minh tỉnh Vĩnh Long đến năm 2030 tầm nhìn đến năm 2050	TV	Đề tài NCKH xã hội và nhân văn cấp tỉnh	12 tháng	Nghiệm thu: 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 kỹ 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
Trước khi bảo vệ luận án TS								
1	Efforts to attract Foreign Direct Investment to HCMC	1	Tác giả chính	Economic Development Review, UEH, ISSN: 1859-1116			Số.179, tr.8-12	2009

2	The relationship among Learning orientation, Market orientation, Entrepreneurial orientation, and Firm performance of Vietnam marketing communications firms https://pmr.upd.edu.ph/index.php/pmr/article/view/312	1	Tác giả chính	Philippine Management Review, ISSN: 1656-5363		171	Vol.20, tr.37-46	2013
3	The impact of market orientation and corporate social responsibility on firm performance: evidence from Vietnam https://www.proquest.com/openview/3b538d98f6a577cf2716f1d7758ee899/1?pq-origsite=gscholar&cbl=38744	1	Tác giả chính	Academy of Marketing Studies Journal ISSN: 1095-6298, 1528-2678	Scopus, Q4 (2015)	58	Vol. 19, No. 1, tr.265-277	2015
4	Factors influencing consumers' attitudes towards counterfeit luxury fashion brands: Evidence from Vietnam https://www.igbr.org/wp-content/uploads/articles/GJM_M_Vol_1_No_2_2017-pgs-63-76.pdf	2	Tác giả chính	Global Journal of Management and Marketing ISSN: 2574-044X (Print); 2574-0458 (Online)		7	Vol. 1 No. 2, tr.63-76	2017

Sau khi bảo vệ luận án TS

5	Market orientation, corporate social responsibility, and firm performance: The moderating role of relationship marketing orientation https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1926212	2	Tác giả chính	Cogent Business & Management ISSN: 2331-1975	Scopus, Q3 (IF: 2.16)	12	Vol. 8, Issue 1, tr.1-19	2021
6	Blockchain technology applications in retail branding: Insights from retailers in the developing world https://doi.org/10.1002/tie.22367	4	Tác giả chính	Thunderbird International Business Review Online ISSN:1520-6874 Print ISSN:1096-4762	Scopus, Q1 (IF: 2.62)	7	Vol.66, Issue 1, tr.1-16	2023
7	Influence Of Virtual Social Capital on Sustainable Clothing Consumption Pattern: A Study on Young People in Ho Chi Minh City https://doi.org/10.7903/ijecs.2273	5	Tác giả chính	International Journal of Electronic Commerce Studies ISSN: 2073-9729	Scopus, Q3 (IF: 1.57)		Vol.14, No.4, tr.73-90	2023
8	Success factors of telemedicine startup in Vietnam: the roadmap to transform healthcare customer behavior	2	Tác giả chính	Asia Pacific Journal of Health Management ISSN 2204-3136 (online) ISSN 1833-3818 (print)	Scopus, Q4 (IF: 0.67)		Vol. 19, No. 1, tr.1-14	2024

	https://doi.org/10.24083/apjhm.v19i1.2749							
9	Governance and monetary policy impacts on public acceptance of CBDC adoption https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2022.101865	5	Thành viên	Research in International Business and Finance ISSN: 1878-3384	Scopus, Q1 (IF: 8.1)	34	01/2023; vol. 64	2023
10	Tác động của thực thi Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với sự ưa thích thương hiệu trong ngành nước giải khát của khách hàng trẻ Việt https://jabes.uieh.edu.vn/Home/SearchArticle?article_Id=2f95a7c7-5650-41a5-9c0a-2b3dcb510c06	2	Tác giả chính	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á (JABES), ISSN: 2615-9104			Tháng 12/2021 vol.32, tr.62-79	2021
11	Ảnh hưởng thương hiệu người nổi tiếng trực tuyến lên động lực tham gia của khách hàng: Hành vi tương tác ảo và dự định mua hàng https://doi.org/10.52932/jfm.vi67.240	2	Tác giả chính	Tạp Chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing, ISSN: 1859-3690			Vol.67; issue 1; tr.52-62.	2022
12	The impact of business simulation games on Vietnamese students' entrepreneurial intention https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i4.1101	5	Tác giả chính	Science & Technology Development Journal - Economics - Law and Management (STDJELM) ISSN 2588-1051			Volume 6 (4); tr.3574-3588	2022
13	The economic impacts of the UK-Vietnam free trade agreement (UKVFTA) on vietnam's electronics industry https://doi.org/10.52932/jfm.vi63.395	2	Tác giả chính	Journal of Finance – Marketing ISSN: 1859-3690			Vol.14; issue 3; tr.1-12	2023
14	Tác động của các yếu tố năng lực cảm xúc nhân viên và hoạt động phục hồi dịch vụ đến lòng trung thành của khách hàng mua sắm trực tuyến tại TP. Hồ Chí Minh https://doi.org/10.52932/jfm.vi62.332	2	Tác giả chính	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính-Marketing ISSN: 1859-3690			Số.14; kỳ 2; tr.61-72	2023
15	Corporate Social Responsibility and Firm performance: the moderation mechanism of Relationship Marketing Orientation https://doi.org/10.15604/carep.2019.01.02.003	2	Tác giả chính	Central Asian Review of Economics and Policy; ISSN: 2667-8233		2	Vol. 1, No. 2, tr.27-40	2019

16	The Impact of TikTok Advertising on Young People's Online Shopping Behavior during the Covid-19 Pandemic http://dx.doi.org/10.21742/ijbsbt.2022.10.1.10	6	Tác giả chính	International Journal of Smart Business and Technology (IJSBT); ISSN: 2288-8969		6	Vol.10, no.1; tr.145-162	2022
17	Hành vi đổi mới sáng tạo trong công việc của cán bộ công nhân viên tại Cục công nghệ thông tin – Ngân hàng Nhà nước	2	Tác giả chính	Tạp chí Công thương ISSN: 0866-7756			Số 21, tháng 10/2023; tr.237-243	2023
18	Tác động của người có sức ảnh hưởng ảo đến ý định mua hàng của khách hàng gen Z tại TP. Hồ Chí Minh	3	Tác giả chính	Tạp chí Tài chính ISSN: 2615-8973			Tháng 11/2023; tr.176-179	2023
19	Tác động của giá cả và chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng khách hàng B2B trong ngành thực phẩm	1	Tác giả chính	Tạp chí Tài chính ISSN: 2615-8973			Kỳ 2, tháng 12/2023; tr.61-64	2023
20	Examining brand equity and tourists' purchasing motivations towards the world's best rice 'ST25' for Vietnam's future sustainable food tourism destination https://doi.org/10.52932/jfm.vi6.442	2	Tác giả chính	Journal of Finance – Marketing ISSN: 1859-3690			Vol.14, issue 6; tr.85-95	2023
21	Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) đối với hoạt động xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản	1	Tác giả chính	Tạp chí Kinh tế & Dự báo ISSN: 1859-4972			Số 03, tháng 02/2024; tr.143-146	2024
22	Factors affecting purchase intention of green cosmetics products toward young generation in Ho Chi Minh City http://www.scienceijsar.com/article/factors-affecting-purchase-intention-green-cosmetics-products-toward-young-generation-ho-chi-minh	5	Tác giả chính	International Journal of Science Academic Research ISSN: 2582-6425			Vol. 5, Issue 1, tr.6830-6836	2024
23	Nhận thức nhân hóa và sự hiện diện xã hội đối với nhận xét người dùng: nghiên cứu trường hợp người ảnh hưởng ảo https://doi.org/10.61602/jdi.2024.74.09	3	Tác giả chính	Tạp chí Phát triển & Hội nhập ISSN: 1859-428X			Số 74, tháng 01-02/2024, tr.61-69	2024

24	Tác động của chất lượng dịch vụ khách hàng trong lĩnh vực bất động sản tại thị trường TP. Hồ Chí Minh	2	Tác giả chính	Tạp chí Công thương ISSN: 0866-7756			Số 01, tháng 01/2024; tr.204-209	2024
25	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua hàng trên các sàn thương mại điện tử tại TP. Hồ Chí Minh	3	Tác giả chính	Tạp chí Kinh tế & Dự báo ISSN: 1859-4972			Số 07, tháng 4/2024 ;tr.105-108	2024
26	Trải nghiệm dòng chảy và hành vi mua hàng ngẫu hứng qua kinh doanh trực tuyến	2	Tác giả chính	Tạp chí Tài chính ISSN: 2615-8973			Kỳ 1; tháng 4/2024; tr.130-133	2024
27	How social media marketing impact the apartment purchase intention of Generation Z in Ho Chi Minh City https://doi.org/10.52932/jfm.vi2.492	2	Tác giả chính	Journal of Finance – Marketing ISSN: 1859-3690			Số 80, 03/2024, tr.113-123	2024
28	How playable ads affect Gen Z's intention to download apps in Ho Chi Minh City DOI:10.46223/HCMCOUJS.econ.en.15.2.3154.2025	6	Tác giả chính	Ho Chi Minh City Open university Journal of Science-Economics and Business administration ISSN: 2734-9314			Vol. 15, issue 4, tr.3-21	2024
29	Giải pháp marketing trực tuyến dịch vụ tuân thủ cho người nước ngoài (Expats) tại Việt Nam	2	Tác giả chính	Tạp chí Công thương ISSN: 0866-7756			Số 5, tháng 3/2024; tr.272-277	2024
30	Nhận thức giá trị xanh, đổi mới thương hiệu xanh và ý định sử dụng xe công nghệ xanh https://doi.org/10.61602/jdi.2024.75.02	2	Tác giả chính	Tạp chí Phát triển & Hội nhập ISSN: 1859-428X			Số 75, tháng 3-4/2024, tr.10-17	2024
31	Vai trò truy vết số trong tối ưu hóa ý định mua sắm trực tuyến thông qua ứng dụng di động	6	Tác giả chính	Tạp chí Tài chính ISSN: 2615-8973			Kỳ 2, tháng 5/2024, tr.175-179	2024
32	Environmental, Social, and Governance practices on impulse buying tendency through young customer engagement https://doi.org/10.61602/jdi.2024.76.13	5	Tác giả chính	Tạp chí Phát triển & Hội nhập ISSN: 1859-428X			Số 76, tháng 4/2024, tr.105-110	2024
33	Các yếu tố tác động đến ý định mua sản phẩm bao bì thân thiện môi trường của giới trẻ tại TP. Hồ Chí Minh	2	Tác giả chính	Tạp chí Công thương ISSN: 0866-7756			Số 10, tháng 5/2024, tr.332-337	2024

34	Elements influence how young people interpret an advertising message http://www.ashwinanokha.com/IJEB.php	3	Tác giả liên hệ	Indian Journal of Economics & Business, ISSN: 0972-5784			Vol. 20, No.3 (special issue), tr. 965-980	2021
35	Quảng cáo cá nhân hóa: Tác động của lo ngại quyền riêng tư	2	Tác giả liên hệ	Tạp chí Phát triển & Hội nhập ISSN: 1859-428X			vol.63 (73); tr.44-55	2022
36	Màu sắc bao bì sản phẩm nước giải khát ảnh hưởng đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của khách hàng tại cửa hàng tiện lợi trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh DOI:10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.18.3.2169.2023	2	Tác giả liên hệ	Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh ISSN: 2734-9314 e-ISSN: 2734-9586			Vol. 18(3) tr.45-63	2023
37	Phát triển kinh tế-xã hội tại thị xã Bình Minh đến năm 2030 và tầm nhìn 2050	10	Thành viên	Bản tin Khoa học & Công nghệ Vĩnh Long ISSN: 1859-2090			Số 2, 4/2024, tr.34-39	2024
Hội thảo quốc tế & quốc gia								
38	Incorporating cultural heritage into luxury hotels in Vietnam: Opportunities and Challenges	3	Tác giả chính	The 9 th International Conference for Young Researchers in Economics and Business-ICYREB 2023 ISBN: 978-604-346-251-7			trang 261-276	2023
39	Công nghệ cho phát triển bền vững hệ thống bán lẻ thức ăn đường phố: tình huống Bánh Mì Má Hải	3	Tác giả chính	Hội thảo quốc gia: Ứng dụng công nghệ phát triển chuỗi cung ứng du lịch bền vững-TSST 2023 ISBN: 978-604-346-235-7			trang 270-279	2023
40	Examining Brand Equity and Tourists' Purchasing Motivations Towards The World Best Rice 'ST25' As Vietnamese Food Souvenir For Future Sustainable Food Tourism Destination In Vietnam	2	Tác giả liên hệ	International Conference on Business and Finance 2021-ICBF 2021 ISBN: 978-604-325-668-0			trang 866-880	2021
41	Strategic Groups Assessment: The Case of Vietnam Beer Market	2	Thành viên	International Conference on Business and Finance 2020-ICBF 2020 ISBN: 978-604-3-01914-8			trang 1064-1083	2020
42	"Make-in-Vietnam" Cartoons: A Hidden Kingdom	2	Thành viên	The Brawijaya International conference on Economics, Business			https://www.atlan-tis-	2021

			and Finance 2021 (BICEBF 2021) ISBN: 978-94-6239-524-4 ISSN: 2352-5428			press.com/proceedings/bicebf-21/articles
--	--	--	---	--	--	---

- Trong đó: Số lượng (ghi rõ các số TT) bài báo khoa học đăng trên tạp chí khoa học quốc tế có uy tín mà UV là tác giả chính sau TS: 04 bài, theo số TT gồm:

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
5	Market orientation, corporate social responsibility, and firm performance: The moderating role of relationship marketing orientation https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1926212	2	Tác giả chính	Cogent Business & Management ISSN: 2331-1975	Scopus, Q3 (IF: 2.16)	12	Vol. 8, Issue 1, tr.1-19	2021
6	Blockchain technology applications in retail branding: Insights from retailers in the developing world https://doi.org/10.1002/tie.22367	4	Tác giả chính	Thunderbird International Business Review Online ISSN:1520-6874 Print ISSN:1096-4762	Scopus, Q1 (IF: 2.62)	7	Vol.66, Issue 1, tr.1-16	2023
7	Influence Of Virtual Social Capital on Sustainable Clothing Consumption Pattern: A Study on Young People in Ho Chi Minh City https://doi.org/10.7903/ijecs.2273	5	Tác giả chính	International Journal of Electronic Commerce Studies ISSN: 2073-9729	Scopus, Q3 (IF: 1.57)		Vol.14, No.4, tr.73-90	2023
8	Success factors of telemedicine startup in Vietnam: the roadmap to transform healthcare customer behavior https://doi.org/10.24083/apjhm.v19i1.2749	2	Tác giả chính	Asia Pacific Journal of Health Management ISSN 2204-3136 (online) ISSN 1833-3818 (print)	Scopus, Q4 (IF: 0.67)		Vol. 19, No. 1, tr.1-14	2024

7.2. Bảng 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					
...					

- Trong đó: Số lượng (ghi rõ các số TT) bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích được cấp, là tác giả chính sau PGS/TS:

8. Chủ trì hoặc tham gia xây dựng, phát triển chương trình đào tạo hoặc chương trình/dự án/dề 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	Kinh doanh thương mại (trình độ đại học)	Tham gia		Trường Đại học Kinh tế TP.HCM	QĐ số 1795/QĐ-ĐHKT-PĐBCLPTCT, ngày 24/6/2021	Giấy xác nhận số: 02/ĐHKT-ĐBCLPTCT, ngày 18/6/2024
2	Kinh doanh thương mại (trình độ thạc sĩ)	Tham gia		Trường Đại học Kinh tế TP.HCM	QĐ số 889/QĐ-ĐHKT-PĐBCLPTCT, ngày 01/4/2022	Giấy xác nhận số: 02/ĐHKT-ĐBCLPTCT, ngày 18/6/2024

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

Ứng viên cam đoan những điều khai trên là đúng, nếu sai ứng viên xin chịu trách nhiệm trước pháp luật.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 26 tháng 6 năm 2024
NGƯỜI ĐĂNG KÝ
 (Ký và ghi rõ họ tên)



Hoàng Cửu Long