

Mẫu số 01

**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: Quản trị kinh doanh

**A. THÔNG TIN CÁ NHÂN**

**1. Họ và tên người đăng ký: PHÙNG THANH BÌNH**

**2. Ngày tháng năm sinh: 18/07/1984;**

**Giới tính:** Nam  ; Nữ  ; **Quốc tịch:** Việt Nam;

**Dân tộc:** Kinh; **Tôn giáo:** Không

**3. Đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam:**

**4. Quê quán:** Xã Hoài Phú, Thị xã Hoài Nhơn, Tỉnh Bình Định

**5. Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú:** Xóm 9, thôn Mỹ Bình, Xã Hoài Phú, Thị xã Hoài Nhơn, Tỉnh Bình Định

**6. Địa chỉ liên hệ:** Số 652/25/9 Cộng Hòa, Phường 13, Quận Tân Bình, TP. Hồ Chí Minh

**Điện thoại di động:** 0983.147.616;

**E-mail:** binhpt@uel.edu.vn

**7. Quá trình công tác:**

- Từ tháng 09 năm 2009 đến tháng 07 năm 2010: Giảng viên, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh.

- Từ tháng 10 năm 2017 đến tháng 05 năm 2019: Giảng viên, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

- Từ tháng 05 năm 2019 đến tháng 08 năm 2022: Trưởng Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Từ tháng 08 năm 2022 đến nay: Phó Trưởng khoa, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Chức vụ hiện nay: Phó Trưởng Khoa, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh;
- Chức vụ cao nhất đã qua: Phó Trưởng khoa, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Cơ quan công tác hiện nay: Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh
- Địa chỉ cơ quan: Số 669 Quốc lộ 1, Khu phố 6, Phường Linh Xuân, Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh.
- Điện thoại cơ quan: 0283.7244 555

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

#### **8. Đã nghỉ hưu:** chưa nghỉ hưu

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

#### **9. Trình độ đào tạo:**

- Được cấp bằng Tiến sĩ tháng 06 năm 2017; số văn bằng: 89932007; ngành: Quản trị kinh doanh; chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Nơi cấp bằng Tiến sĩ: Trường Đại học Quốc gia Đông Hoa, Đài Loan/Trung Quốc.
- Được cấp bằng Thạc sĩ ngày 3 tháng 7 năm 2008; số văn bằng: M957Z239; ngành: Quản trị kinh doanh; chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Nơi cấp bằng Thạc sĩ: Trường Đại học Khoa học kỹ thuật và Công nghệ Nam Đài, Đài Loan/Trung Quốc.
- Được cấp bằng Đại học ngày 20 tháng 9 năm 2006; số văn bằng: C779323.; ngành: Quản trị kinh doanh, chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Nơi cấp bằng Đại học: Trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.
- Được cấp bằng Đại học ngày 14 tháng 10 năm 2022; số văn bằng: QH25202201636; ngành: Ngôn ngữ Trung Quốc, chuyên ngành: Ngôn ngữ Trung Quốc; Nơi cấp bằng Đại học: Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam.

- Được cấp bằng Đại học ngày 8 tháng 3 năm 2024; số văn bằng: TVU.1.041162; ngành: Ngôn ngữ Anh, chuyên ngành: Ngôn ngữ Anh; Nơi cấp bằng Đại học: Trường Đại học Trà Vinh, 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 Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia 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:** động cơ, cảm xúc và lý tính của khách hàng, những trải nghiệm và phản hồi của khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ; các tiền tố ảnh hưởng đến ý định hành vi của khách hàng trong bối cảnh số hóa và hướng đến bền vững.

- **Marketing kỹ thuật số:** các hoạt động Marketing trên nền tảng số, quảng cáo trên mạng xã hội (Facebook, Youtube, Zalo), các hình thức phát trực tiếp, các dạng thức truyền thông mới được sử dụng trên mạng xã hội, nền tảng thương mại điện tử, trên ứng dụng di động và các nền tảng trực tuyến khác.

- **Kinh doanh bền vững:** khởi nghiệp và hoạt động kinh doanh bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, các hoạt động quản trị của doanh nghiệp hướng tới xây dựng thương hiệu bền vững trong tâm trí của khách hàng.

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

- Đã hướng dẫn độc lập 11 học viên cao học bảo vệ thành công luận văn Thạc sĩ Quản trị kinh doanh;

- Đã hoàn thành 4 đề tài NCKH từ cấp cơ sở trở lên, gồm:

+ Chủ nhiệm 1 đề tài NCKH loại B cấp Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (tương đương đề tài cấp Bộ) đã nghiệm thu;

+ Chủ nhiệm 1 đề tài NCKH cấp cơ sở đã nghiệm thu;

+ Thành viên chủ chốt 1 đề tài cấp Quốc gia đã nghiệm thu;

+ Thành viên chủ chốt 1 đề tài cấp Tỉnh đã nghiệm thu.

- Đã công bố tổng cộng 42 bài báo khoa học được công bố gồm: 12 bài báo công bố trên các tạp chí quốc tế uy tín và 30 bài báo công bố trên các tạp chí chuyên ngành trong nước, trình bày và đăng ký yếu hội thảo trong nước và quốc tế.

**15. Khen thưởng:**

**Bằng khen – giấy khen**

- Bằng khen của Bộ trưởng Bộ GD & ĐT vì đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ hai năm liên tục từ năm học 2021-2022 đến năm 2022-2023 (Quyết định số: 3559/QĐ-BGDĐT)
- Bằng khen của Bộ trưởng Bộ GD & ĐT vì đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ hai năm liên tục từ năm học 2019-2020 đến năm 2020-2021 (Quyết định số: 115/QĐ-BGDĐT)
- Bằng khen của Đảng ủy Trường Đại học Kinh tế - Luật về hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ trong năm học 2022-2023 (Quyết định số 987/QĐ-ĐHKTL)

### **Danh hiệu thi đua**

- Chứng nhận hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ trong năm học 2022-2023 (Quyết định số 1000/QĐ-ĐHKTL)
- Đạt danh hiệu chiến sĩ thi đua cấp cơ sở trong năm học 2021-2022 (Quyết định số 868/QĐ-ĐHKTL)
- Đạt danh hiệu chiến sĩ thi đua cấp cơ sở trong năm học 2020-2021 (Quyết định số 670/QĐ-ĐHKTL)
- Chứng nhận hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ trong năm học 2019-2020 (Quyết định số 706/QĐ-ĐHKTL)

### **16. Kỷ luật: Không**

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

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

*Về phẩm chất, tư tưởng và đạo đức:* Ứng viên luôn chấp hành nghiêm chỉnh các chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và pháp luật của nhà nước, thi hành và tuân thủ đúng quy định của pháp luật, không ngừng học tập, rèn luyện nâng cao trình độ lý luận chính trị để vận dụng vào việc các hoạt động giảng dạy, đào tạo và đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ nhà Trường giao. Luôn trung thành với lợi ích của Đảng Cộng Sản Việt Nam, của quốc gia, của dân tộc và của nhân dân, có lập trường quan điểm chính trị rõ ràng, kiên định theo tư tưởng Hồ Chí Minh, chủ nghĩa Mác-Lê Nin, có tinh thần yêu nước và tự tôn dân tộc. Bản thân là nhà giáo, ứng viên luôn tận tâm với nghề, luôn giúp đỡ và hỗ trợ sinh viên, học viên, và đồng nghiệp. Đồng thời, ứng viên luôn cố gắng giữ gìn uy tín và danh dự của Nhà giáo.

*Về công tác giảng dạy, đào tạo:* ứng viên luôn cố gắng hoàn thành tốt công tác giảng dạy mà Khoa và Trường phân công. Trong gần 7 năm tại trường, ứng viên tham gia xây dựng đề cương và giảng dạy các môn học: Marketing căn bản, Quản trị Marketing, Marketing dịch vụ, Quản trị chiến lược, Sáng tạo và khởi nghiệp. Ứng viên

còn chủ trì và tham gia vào tổ xây dựng và rà soát các chương trình đào tạo đại học, và các tổ kiểm định chất lượng chương trình đào tạo của hai ngành Marketing và Quản trị kinh doanh.

*Về nghiên cứu khoa học:* nhận thức được vai trò quan trọng của nghiên cứu khoa học đối với một giảng viên, ứng viên luôn nỗ lực và hoàn thành tốt nhiệm vụ nghiên cứu khoa học ở đơn vị. Bên cạnh nỗ lực công bố các nghiên cứu trên các tạp chí trong và ngoài nước, ứng viên cũng đóng góp vào những nghiên cứu ứng dụng, hỗ trợ phát triển kinh tế-xã hội cho địa phương. Bên cạnh nghiên cứu, ứng viên hướng dẫn nghiên cứu khoa học ở bậc đại học, luận văn thạc sĩ và luận án tiến sĩ ngành Quản trị kinh doanh.

*Về bồi dưỡng, nâng cao năng lực chuyên môn, nghiệp vụ:* ứng viên không ngừng học hỏi, nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ thông qua các khóa bồi dưỡng về ứng dụng công nghệ trong giảng dạy và đào tạo, các khóa nâng cao năng lực ngôn ngữ, và kiểm định chương trình đào tạo nhằm phục vụ cho giảng dạy, nghiên cứu và đào tạo.

*Về sức khỏe:* Bản thân có sức khỏe tốt để hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao.

Với sự cố gắng không ngừng và hoàn thành tốt công việc trong thời gian qua, ứng viên hy vọng đủ tiêu chuẩn để được xét đạt tiêu chuẩn chức danh Phó giáo sư năm 2024.

## **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: 6 năm 8 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 đã hướng dẫn	Số khóa luận tốt nghiệp ĐH đã HD	Số giờ giảng dạy trực tiếp trên lớp		Tổng số giờ giảng dạy trực tiếp/giờ quy đổi/số giờ định mức (*)
		Chính	Phụ			ĐH	SĐH	
1	2018-2019			0	2	270	45	315/361.5/226.8
2	2019-2020			3	0	330	45	375/547.5/216
3	2020-2021			3	1	465	45	510/644.5/216
<b>03 năm học cuối</b>								
4	2021-2022			0	3	495		495/531/216
5	2022-2023			2	5	405	45	450/632.5/216
6	2023-2024			3	7	405	75	480/751.5/216

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

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

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

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

### **3. Ngoại ngữ:**

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

##### **a) Được đào tạo ở nước ngoài:**

- Học TS  (Hoàn toàn bằng tiếng Anh; Tại nước: Đài Loan/Trung Quốc; Từ năm 2010 đến năm 2017).

- Bảo vệ luận án TS  tại nước Đài Loan/Trung Quốc năm 2017.

- Học ThS  (Hoàn toàn bằng tiếng Anh; Tại nước: Đài Loan/Trung Quốc; Từ năm 2006 đến năm 2008).

- Bảo vệ luận văn ThS  tại nước Đài Loan/Trung Quốc năm 2008.

##### **b) Được đào tạo ngoại ngữ trong nước:**

Trường ĐH cấp bằng tốt nghiệp ĐH ngoại ngữ: Trường Đại học Trà Vinh, số bằng: TVU.1.041162; ngành: Ngôn ngữ Anh, chuyên ngành: Ngôn ngữ Anh, năm cấp bằng 2024.

##### **c) Giảng dạy bằng tiếng nước ngoài:**

- Giảng dạy bằng ngoại ngữ: hoàn toàn bằng tiếng Anh

- Nơi giảng dạy (cơ sở đào tạo, nước): Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP.HCM, Việt Nam

Các môn giảng dạy bằng tiếng Anh: Phương pháp nghiên cứu khoa học, Marketing dịch vụ, Quản trị Marketing, Quản trị chiến lược.

d) Đối tượng khác ;  Diễn giải:

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

Bằng cử nhân ngành ngôn ngữ Anh, Trường Đại học Trà Vinh, Việt Nam

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

TT	Họ tên NCS hoặc HVCH	Đối tượng		Trách nhiệm hướng dẫn		Thời gian hướng dẫn từ... đến ...	Cơ sở đào tạo	Ngày, tháng, năm được cấp bằng/có quyết định cấp bằng
		NCS	HVCH	Chính	Phụ			
1	Huỳnh Thị Thúy Loan		X	X		24/8/2023 - 24/2/2024	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 1006/QĐ-ĐHKTL ngày 21/5/2024
2	Nguyễn Bá Khiêm		X	X		24/8/2023 - 24/2/2024	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 1006/QĐ-ĐHKTL ngày 21/5/2024
3	Lê Thị Diệp Thúy		X	X		24/8/2023 - 24/2/2024	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 1006/QĐ-ĐHKTL ngày 21/5/2024
4	Bùi Thị Mai Phương		X	X		20/7/2022 - 20/12/2022	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 1839/QĐ-ĐHKTL ngày 14/12/2023
5	Trần Võ Phương Thảo		X	X		20/7/2022 - 20/12/2022	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 1839/QĐ-ĐHKTL ngày 14/12/2023
6	Đại Hoàng Nguyên		X	X		29/01/2021 - 30/6/2021	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 1839/QĐ-ĐHKTL ngày 14/12/2023
7	Trần Công Minh		X	X		29/01/2021 - 30/6/2021	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 784/QĐ-ĐHKTL ngày 28/6/2022
8	Văn Minh Đại		X	X		29/01/2021 - 30/6/2021	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 784/QĐ-ĐHKTL ngày 28/6/2022

9	Lâm Hồng Trà My		X	X	15/01/2020 - 15/7/2020	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 286/QĐ-ĐHKTL ngày 30/3/2021
10	Nguyễn Thái Thành		X	X	15/01/2020 - 15/7/2020	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 286/QĐ-ĐHKTL ngày 30/3/2021
11	Bùi Thị Kim Duyên		X	X	15/01/2020 - 15/7/2020	Trường Đại học Kinh tế - Luật	Quyết định số 286/QĐ-ĐHKTL ngày 30/3/2021

**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)
<b>Sách được xuất bản sau khi được cấp bằng Tiến sĩ</b>							
1	Emerging and Evolving Business and Management Issues in Vietnam: Research and Practice	Chương sách quốc tế của NXB uy tín	World Scientific Publishing Company Pte Ltd, for publication; 2024	4		Đồng tác giả, Biên soạn từ trang 159 đến trang 192 (Chương 6)	Đang xuất bản
<b><a href="https://doi.org/10.1142/13673">https://doi.org/10.1142/13673</a></b>							

**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
<b>Các công trình đã nghiệm thu sau khi được cấp bằng Tiến sĩ</b>					



1	Vai trò của thực hành xanh đến sự ủng hộ và tài sản thương hiệu của điểm đến du lịch nông nghiệp: dưới góc độ nhận thức khách hàng.	CN	B2022-34-01, ĐHQG-HCM	24 tháng	7/5/2024 Xếp loại: Tốt
2	Trải nghiệm dịch vụ, nhận thức giá trị, sự hài lòng và ý định hành vi sau mua của du khách Việt Nam trong lĩnh vực lưu trú.	CN	CS/2019/12 Cơ sở	12 tháng	30/10/2020 Xếp loại: Xuất sắc
3	Nghiên cứu, đề xuất hoàn thiện cơ chế đặc thù hỗ trợ khởi nghiệp thí điểm tại các địa phương có nhu cầu và tiềm lực phát triển hoạt động khởi nghiệp sáng tạo.	TV	KNĐMST.V N2NC .KTL.18-08 Quốc gia	36 tháng	4/5/2023 Xếp loại: Xuất sắc
4	Đổi mới sáng tạo và thúc đẩy khởi nghiệp phục vụ kinh tế - xã hội tỉnh Khánh Hòa	TV	1678/HĐ- SKHCN Tỉnh	18 tháng	9/4/2024 Xếp loại: Đạt

- Các chữ viết tắt: CT: Chương trình; ĐT: Đề tài; CN: Chủ nhiệm; PCN: Phó chủ nhiệm; TK: Thư ký, TV: Thành viên.

## 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	Tập, số, trang	Tháng, năm công bố
<b>I. Trước khi được cấp bằng TS</b>								
<b>I.1</b>	<b>Các bài báo khoa học công bố trên Tạp chí quốc tế uy tín</b>							
1	The relationships among information systems, knowledge sharing, and customer relationship	1	X	International Journal of Electronic Customer Relationship Management ISSN: 1750-0664 eISSN:1750-0672	Scopus Q3	12	10(1), 65-87	9/2016

	management in banking industry							
<a href="https://doi.org/10.1504/IJECRM.2016.079380">https://doi.org/10.1504/IJECRM.2016.079380</a> <a href="https://www.scopus.com/sourceid/17500155121">https://www.scopus.com/sourceid/17500155121</a>								
<b>I.2</b>	<b>Các bài báo khoa học công bố trên kỷ yếu Hội thảo quốc tế</b>							
2	Using freelancers and in-house employees in computer programming: A transaction cost perspective	1	X	Proceedings of “2 <sup>nd</sup> International Conference on Management, Economics, and Social Sciences”; ISBN 978-93-82242-10-9			80-83	6/2012
3	Exploring the use of the customer knowledge management concept at High-Tech corporations in Vietnam	2	X	Proceedings of “3 <sup>rd</sup> International Conference on Management, Economics, and Social Sciences”; ISBN 978-93-82242-42-0			36-39	7/2013
4	The mediating effect of superior CRM capability: The impact of organizational wide implementation and training orientation on profitability	2		Proceedings of “2 <sup>nd</sup> International Hospitality and Tourism Conference 2014”; ISBN 978-1-138-02706-0			127-131	9/2014
<b>II. Sau khi được cấp bằng Tiến sĩ</b>								
<b>II.1</b>	<b>Các bài báo khoa học công bố trên Tạp chí quốc tế uy tín</b>							
5	The antecedents of intention to use Facebook: The case of female foreign spouses community in Taiwan	2	X	International Journal of Web Based Communities ISSN: 1477-8394 eISSN:1741-8216	SCOPUS Q2 (2017)	2	13(3), 379-399	9/2017
<a href="https://doi.org/10.1504/IJWBC.2017.086593">https://doi.org/10.1504/IJWBC.2017.086593</a> <a href="https://www.scopus.com/sourceid/19700186821">https://www.scopus.com/sourceid/19700186821</a>								

6	The Antecedents of Tourists' Continuous Usage Intention of Self-Service Technology in Taiwan	2	X	International Journal of Business Information Systems ISSN: 1746-0972 eISSN:1746-0980	SCOPUS Q3 (2021)	2	38(2), 281-298	11/2021
	<p align="center"><b><u><a href="https://doi.org/10.1504/IJBIS.2021.119189">https://doi.org/10.1504/IJBIS.2021.119189</a></u></b>  <b><u><a href="https://www.scopus.com/sourceid/3900148214">https://www.scopus.com/sourceid/3900148214</a></u></b></p>							
7	Impulsive buying in Vietnamse mobile commerce: from the perspective of the S-O-R model.	3	X	International Journal of Electronic Business ISSN 1741-5063	SCOPUS Q3	1	18(2), 226-248	04/2023
	<p align="center"><b><u><a href="https://dx.doi.org/10.1504/IJEB.2023.130164">https://dx.doi.org/10.1504/IJEB.2023.130164</a></u></b>  <b><u><a href="http://www.scopus.com/sourceid/21100423723">www.scopus.com/sourceid/21100423723</a></u></b></p>							
8	Sustainable tourism branding: A bibliographic analysis	2	X	Cogent Social Science Online ISSN: 2331-1886	SSCI, IF=1,5; SCOPUS Q2	2	9(22), 1-26	10/2023
	<p align="center"><b><u><a href="https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2269708">https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2269708</a></u></b>  <b><u><a href="https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?show=journalMetrics&amp;journalCode=oass20">https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?show=journalMetrics&amp;journalCode=oass20</a></u></b>  <b><u><a href="https://www.scopus.com/sourceid/21100872366">https://www.scopus.com/sourceid/21100872366</a></u></b></p>							
9	Media credibility and re-use intention for information seeking in crisis: A case of cross-platform media complementary effect in Covid-19 Pandemic in Vietnam	2		Sage Open ISSN: 2158-2440 Online ISSN: 2158-2440	SSCI, IF=2; SCOPUS Q1		13(4), 1-21	11/2023
	<p align="center"><b><u><a href="https://doi.org/10.1177/21582440231205169">https://doi.org/10.1177/21582440231205169</a></u></b>  <b><u><a href="https://www.scopus.com/sourceid/21100255401">https://www.scopus.com/sourceid/21100255401</a></u></b></p>							
10	The impact of livestream on the customer's buying intetion in an emerging	3	X	International Journal of Business and Emerging Markets.	Scopus Q3	1	15(4), 346-379	11/2023

	economy: The case of products endorsed by celebrity			ISSN: 1753-6219 eISSN: 1753-6227				
<a href="https://doi.org/10.1504/IJBEM.2023.134082">https://doi.org/10.1504/IJBEM.2023.134082</a> <a href="https://www.scopus.com/sourceid/21100920052">https://www.scopus.com/sourceid/21100920052</a>								
11	Promoting agritourism in Vietnam: Antecedents of tourists' continuance travel intention from extended theory of planned behavior.	3	X	International Journal of Green Economics ISSN: 1744-9928 eISSN:1744-9936	Scopus Q1		17(3), 265-290	12/2023
<a href="https://doi.org/10.1504/IJGE.2023.136749">https://doi.org/10.1504/IJGE.2023.136749</a> <a href="https://www.scopus.com/sourceid/6100152805">https://www.scopus.com/sourceid/6100152805</a>								
12	The study of consumers' post-purchasing behavioral intentions towards organic foods in emerging economy: From the S-O-R model perspective	2	X	International Journal of Services, Economics and Management ISSN:1753-0822 eISSN:1753-0830	Scopus Q3		15(1), 84-100	1/2024
<a href="https://doi.org/10.1504/IJSEM.2024.136069">https://doi.org/10.1504/IJSEM.2024.136069</a> <a href="https://www.scopus.com/sourceid/21100385814">https://www.scopus.com/sourceid/21100385814</a>								
13	The impact of corporate social responsibility, moral emotions and customers' altruism brand advocacy behaviors: Evidence from Vietnam	5	X	Southeast Asian Journal of Economics eISSN:2465-5120	Scopus Q4		12(1), 186-234.	03/2024
<a href="https://so05.tci-thaijo.org/index.php/saje/article/view/265190">https://so05.tci-thaijo.org/index.php/saje/article/view/265190</a> <a href="https://www.scopus.com/sourceid/21100931378">https://www.scopus.com/sourceid/21100931378</a>								
14	The study of revisit intention of	2	X	International Journal of Green	Scopus Q1		18(01), 87-102	05/2024

	tourists: The case of ecotourism in an emerging economy			Economics ISSN: 1744-9928 eISSN: 1744-9936				
<a href="https://doi.org/10.1504/IJGE.2024.138508">https://doi.org/10.1504/IJGE.2024.138508</a> <a href="https://www.scopus.com/sourceid/6100152805">https://www.scopus.com/sourceid/6100152805</a>								
15	News-Find-me perception in Digital Era: A systematic Review from Retail Marketing Perspective	2		Journal of Distribution Science ISSN:1738-3110 Online ISSN: 2093-7717	Scopus Q3		22(5), 11-26	05/2024
<a href="http://doi.org/10.15722/jds.22.05.202405.11">http://doi.org/10.15722/jds.22.05.202405.11</a> <a href="https://www.scopus.com/sourceid/21100820055">https://www.scopus.com/sourceid/21100820055</a>								
<b>II.2</b>	<b>Các bài báo khoa học đăng trên tạp chí chuyên ngành trong nước</b>							
16	Nâng cao chỉ số cạnh tranh của ngành du lịch và lữ hành tại Việt Nam	1	X	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế ISSN:0866-7489			5(492), 24-31	05/2019
17	Vai trò chủ đạo của kinh tế nhà nước tại Việt Nam: Quản trị công ty đang là động lực mạnh mẽ nhất	5		Tạp chí Kinh tế và Dự báo p-ISSN:1859-4972 e-ISSN:2734-9365			35(717), 16-20	12/2019
<a href="https://kinhtevadubao.vn/gioi-thieu-tap-chi-kinh-te-va-du-bao-so-35-717-17697.html">https://kinhtevadubao.vn/gioi-thieu-tap-chi-kinh-te-va-du-bao-so-35-717-17697.html</a>								
18	Tác động của nhận thức rủi ro đến ý định tiếp tục sử dụng ví điện tử	2		Tạp chí Kinh tế và Phát triển ISSN:1859-0012			277, 91-100	07/2020
<a href="https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-277/muc-luc-925/tac-dong-cua-nhan-thuc-rui-ro-den-y-dinh-tiep-tuc-su-dung-vi-dien-tu.379296.aspx">https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-277/muc-luc-925/tac-dong-cua-nhan-thuc-rui-ro-den-y-dinh-tiep-tuc-su-dung-vi-dien-tu.379296.aspx</a>								
19	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của khách hàng mạng viễn thông di động tại thành phố Hồ Chí Minh	2	X	Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế ISSN:2615-9848		1	135(2), 70-89	02/2021

	<a href="http://tapchi.ftu.edu.vn/cac-so-tap-chi-quan-ly-ktqt/206-tap-chi-quan-ly-va-kinh-te-quooc-te-so-135.html">http://tapchi.ftu.edu.vn/cac-so-tap-chi-quan-ly-ktqt/206-tap-chi-quan-ly-va-kinh-te-quooc-te-so-135.html</a>							
20	Nhận diện hình ảnh và tính cách thương hiệu vùng liên kết du lịch Thành phố Hồ Chí Minh và 13 tỉnh, thành Đồng bằng sông Cửu Long	4		Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á ISSN:1859-1124			32(1), 5-24	06/2021
	<a href="https://jabes.uoh.edu.vn/Home/SearchArticle?article_Id=14d15885-0bb8-4b59-a584-7e735d9ba244">https://jabes.uoh.edu.vn/Home/SearchArticle?article_Id=14d15885-0bb8-4b59-a584-7e735d9ba244</a>							
21	Tác động của trải nghiệm dịch vụ, nhận thức giá trị, sự hài lòng, đến ý định hành vi sau mua trong lĩnh vực lưu trú	5	X	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế ISSN:0866-7489			12(523), 101-114	12/2021
22	Lợi thế cạnh tranh từ liên kết du lịch giữa Thành phố Hồ Chí Minh và 13 tỉnh, thành Đồng Bằng Sông Cửu Long.	3		Tạp chí Khoa học thương mại ISSN:1859-3666			159, 3-17	12/2021
	<a href="https://tckhtm.tmu.edu.vn/bai-bao-tap-chi/chi-tiet/vo-thi-ngoc-thuy-loi-the-can-h-tranh-tu-lien-ket-du-lich-giua-thanh-pho-ho-chi-minh-va-13-tinh-thanh-dong-bang-song-cuu-long-21281">https://tckhtm.tmu.edu.vn/bai-bao-tap-chi/chi-tiet/vo-thi-ngoc-thuy-loi-the-can-h-tranh-tu-lien-ket-du-lich-giua-thanh-pho-ho-chi-minh-va-13-tinh-thanh-dong-bang-song-cuu-long-21281</a>							
23	Nghiên cứu về tác động của đạo đức bán lẻ trực tuyến đến ý định hành vi sau mua hàng của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh	2	X	Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế ISSN:2615-9848			143, 62-83	1/2022
	<a href="http://tapchi.ftu.edu.vn/cac-so-tap-chi-quan-ly-ktqt/215-tap-chi-quan-ly-va-kinh-te-quooc-te-so-143.html">http://tapchi.ftu.edu.vn/cac-so-tap-chi-quan-ly-ktqt/215-tap-chi-quan-ly-va-kinh-te-quooc-te-so-143.html</a>							
24	Nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định tiếp tục sử dụng sản phẩm xanh tại TP.HCM	2		Tạp chí Phát triển Khoa học & Công nghệ: Chuyên san Kinh tế - Luật và Quản lý			6(1), 2310- 2321	03/2022

			ISSN: 2588-1051				
<b><a href="https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i1.933">https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i1.933</a></b>							
25	Các yếu tố tác động đến hành vi sau khi mua nhà chung cư của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh	3	X	Tạp chí Phát triển Khoa học & Công nghệ: Chuyên san Kinh tế - Luật và Quản lý ISSN: 2588-1051		6(2),1-12	03/2022
<b><a href="https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i2.919">https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i2.919</a></b>							
26	Nghiên cứu hành vi gắn kết của khách hàng đối với các trang Fanpage Facebook của các trường đại học	2	X	Tạp chí Phát triển khoa học & Công nghệ: Chuyên san Kinh tế - Luật và Quản lý ISSN: 2588-1051		6(3), 2957- 2969	08/2022
<b><a href="https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i3.965">https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i3.965</a></b>							
27	Nghiên cứu ý định tiếp tục sử dụng mạng xã hội Zalo: từ góc nhìn lý thuyết mạng xã hội và lý thuyết vốn xã hội	2	X	Tạp chí Kinh tế và Phát triển ISSN:1859-0012		303(9), 55-66	09/2022
<b><a href="https://js.ktpt.edu.vn/index.php/jed/article/view/572">https://js.ktpt.edu.vn/index.php/jed/article/view/572</a></b>							
28	Nghiên cứu kinh nghiệm thực tiễn của các nước về việc phát triển du lịch nông nghiệp và bài học cho Việt Nam	2	X	Tạp chí Phát triển Khoa học & Công nghệ: Chuyên san Kinh tế - Luật và Quản lý ISSN:2588-1051		6(4), 3811- 3819	01/2023
<b><a href="https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i4.1137">https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i4.1137</a></b>							
29	Tác động của trách nhiệm xã hội chân chính đến sự ủng hộ thương hiệu tại thị trường sữa Việt Nam: Vai trò của thái độ và sự tin tưởng	2	X	Tạp chí Phát triển Khoa học & Công nghệ: Chuyên san Kinh tế - Luật và Quản lý ISSN:2588-1051		7(1),1-10	03/2023

<a href="https://doi.org/10.32508/stdjelm.v7i1.1145">https://doi.org/10.32508/stdjelm.v7i1.1145</a>							
30	Tác động của quảng cáo trên Facebook đến ý định mua hàng của khách hàng tại thành phố Hồ Chí Minh	3	X	Tạp chí Nghiên cứu kinh tế ISSN:0866-7489			12(547) 98-110 12/2023
31	Các yếu tố tác động đến sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức: Trường hợp các thẩm mỹ viện tại thành phố Hồ Chí Minh	2	X	Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế ISSN:2615-9848			163,19-38 04/2024
<a href="https://doi.org/10.38203/jiem.vi.122023.1104">https://doi.org/10.38203/jiem.vi.122023.1104</a>							
32	Vườn ươm khởi nghiệp ở trường đại học: Kinh nghiệm quốc tế và hàm ý chính sách	2	X	Tạp chí Kinh tế và Dự báo ISSN: 1859-4972			11(876), 205-208 06/2024
<b>II.3 Các bài báo khoa học công bố trên kỷ yếu hội thảo quốc tế</b>							
33	Vai trò của Trường Đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp quốc gia	5	X	Hội thảo khoa học quốc tế “Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia” ISBN: 978-604-79-1930-7			1192-1205 09/2018
34	Perceived Credibility of customer reviews in shopping websites.	2	X	“The 2018 UHD-CTU-UEL International Economics and Business Conference” ISBN: 2472-9329 eISSN 2472-9310			223-230 06/2018
35	Agritourism as a pathway to sustainability	2	X	“The 5 <sup>th</sup> International Conference on Sustainable Economic Development and Business Management in the			391-401 08/2022



				Context of Globalization” ISBN: 978-604-793-284-9				
36	The impact of green Marketing on Intention to purchase green cosmetics: the case of generation z in Ho Chi Minh City	6	X	“The 2 <sup>nd</sup> International Conference on Economics 2024” ISBN: 978-604-346-312-5			115-131	06/2024
37	Green Marketing in tourism – current status and recommendations for businesses in Vietnam	2	X	“The International Conference UEL-SEB 2024: Innovation & sustainability: Impact on economics & business” ISBN: 978-604-479-598-0			485-506	06/2024
38	Gamification as a marketing tool: current situation and recommendations for businesses in Vietnam	3	X	“The International Conference UEL-SEB 2024: Innovation & sustainability: Impact on economics & business” ISBN: 978-604-479-598-0			554-578	06/2024
<b>II.4</b>	<b>Các bài báo khoa học công bố trên kỷ yếu hội thảo quốc gia</b>							
39	Tổng hợp và phân nhóm các chủ đề nghiên cứu về quản trị nguồn nhân lực trong các trường đại học bằng phương pháp đồng trích dẫn (Co-citation)	5		Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia “Quản trị đại học khối công lập theo mô hình doanh nghiệp” ISBN:978-604-922-964-0			163-181	06/2020
40	Tác động của thực hành quản trị nguồn nhân lực đến kết quả công	8		Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia			66-98	06/2020

	việc của giảng viên đại học Việt Nam			“Quản trị đại học khởi công lập theo mô hình doanh nghiệp” ISBN:978-604-922-964-0				
41	Quản trị nguồn nhân lực trong các trường đại học: Phân tích thực tiễn và hướng nghiên cứu triển khai, Quản trị Đại học khởi công lập theo mô hình doanh nghiệp tại Việt Nam	9		Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia “Quản trị đại học khởi công lập theo mô hình doanh nghiệp” ISBN:978-604-922-964-0			59-65	06/2020
42	Visa khởi nghiệp và khả năng vận dụng tại Việt Nam	1	X	Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Thúc đẩy doanh nghiệp khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo trong bối cảnh chuyển đổi số” ISBN: 978-604-79-3642-7			46-55	07/2023

- **Trong đó:** Số lượng bài báo khoa học đăng trên tạp chí khoa học quốc tế có uy tín mà UV là tác giả chính sau TS: 9 bài báo có số thứ tự [5],[6],[7],[8],[10],[11],[12],[13],[14]

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							
II	Sau khi được công nhận PGS/TS						
1							

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

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: .....

**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	Tổ rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học cấp Khoa ngành Quản trị kinh doanh 2023.	Tham gia	429/QĐ-ĐHKTL ngày 8/04/2023	Trường Đại học Kinh tế - Luật	QĐ 984/QĐ-ĐHKTL ngày 19/7/2023	
2	Tổ rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học cấp Khoa ngành Marketing 2023.	Tham gia	429/QĐ-ĐHKTL ngày 18/04/2023	Trường Đại học Kinh tế - Luật	QĐ 984/QĐ-ĐHKTL ngày 19/7/2023	

3	Hội đồng tự đánh giá chương trình đào tạo ngành Quản trị kinh doanh trình độ đại học	Tham gia	1978/QĐ-ĐHKTL ngày 20/12/2022	Trường Đại học Kinh tế - Luật		
4	Hội đồng tự đánh giá chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học	Tham gia	1977/QĐ-ĐHKTL ngày 20/12/2022	Trường Đại học Kinh tế - Luật		

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

**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.

*Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 24 tháng 6 năm 2024*

**NGƯỜI ĐĂNG KÝ**



**Phùng Thanh Bình**