

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/Marketing

A. THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Họ và tên người đăng ký: Nguyễn Hữu Khôi

2. Ngày tháng năm sinh: 06/11/1984; Nam ; Nữ ; Quốc tịch: Việt Nam;

Dân tộc: Kinh; Tôn giáo: Không

3. Đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam:

4. Quê quán: Xã Thạch Sơn, huyện Thạch Hà, tỉnh Hà Tĩnh

5. Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú: số 16 (số mới: 80) đường Đông Phước, phường Phước Long, thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa.

6. Địa chỉ liên hệ: số 16 (số mới: 80) đường Đông Phước, phường Phước Long, thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa.

Điện thoại nhà riêng: ...; Điện thoại di động: 0913 979 246; E-mail: khoinh@ntu.edu.vn

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

Từ 06/2007 đến 11/2008: giảng viên tập sự tại Bộ môn Hệ thống thông tin, Khoa Công nghệ Thông tin, trường Đại học Nha Trang.

Từ 12/2008 đến 15/10/2018: giảng viên tại Bộ môn Hệ thống Thông tin, Khoa Công nghệ thông tin, trường Đại học Nha Trang.

Từ 16/10/2018 đến nay: giảng viên tại Bộ môn Marketing, Khoa Kinh tế, trường Đại học Nha Trang.

Từ 12/2022 đến nay: đảm nhận vị trí trưởng Bộ môn Marketing, Khoa Kinh tế, trường Đại học Nha Trang.

Chức vụ hiện nay: Trưởng Bộ môn; Chức vụ cao nhất đã qua: Trưởng Bộ môn

Cơ quan công tác hiện nay: Trường Đại học Nha Trang

Địa chỉ cơ quan: 02 Nguyễn Đình Chiểu, phường Vĩnh Thọ, thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa.

Điện thoại cơ quan: 02583 831 149.

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

8. Đã nghỉ hưu từ tháng ...năm ...

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

Tên cơ sở giáo dục đại học nơi hợp đồng thỉnh giảng 3 năm cuối

9. Trình độ đào tạo:

- Được cấp bằng ĐH ngày 21 tháng 06 năm 2006; số hiệu bằng: C0760634; số vào sổ cấp bằng: K28-1734; ngành: Tin học quản lý (cử nhân kinh tế); Nơi cấp bằng ĐH (trường, nước): Trường đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.

- Được cấp bằng ĐH ngày 19 tháng 09 năm 2022; số văn bằng: A006858; số vào sổ cấp bằng: 0224/B2022; ngành: Ngôn ngữ Anh; Nơi cấp bằng ĐH (trường, nước): Trường Đại học Nha Trang, Việt Nam.

- Được cấp bằng ThS ngày 28 tháng 12 năm 2012; số văn bằng: A042610; số vào sổ cấp bằng: 12196; ngành: Kinh tế; chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Nơi cấp bằng ThS (trường, nước): Trường Đại học Nha Trang, Việt Nam.

- Được cấp bằng TS ngày 07 tháng 01 năm 2021; số văn bằng: 000178; số vào sổ cấp bằng: 28/2020; ngành: Kinh tế; chuyên ngành: Quản trị; Nơi cấp bằng TS (trường, nước): Trường đại học Kinh tế thành phố 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 HĐGS cơ sở: Trường Đại học Nha Trang

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

13. Các hướng nghiên cứu chủ yếu:

- **Hướng nghiên cứu 1: Hành vi người tiêu dùng trong các kênh bán hàng trực tuyến và ngoại tuyến.** Hướng nghiên cứu này tập trung vào hành vi mua sắm trực tuyến trên nền tảng thương mại di động, hành vi mua sắm thông qua mạng xã hội, hành vi mua sắm ngẫu

hứng và bắt buộc, hành vi truyền miệng và mua hàng lặp lại trong bối cảnh bán lẻ, hành vi tiêu dùng bền vững và có đạo đức, chịu ảnh hưởng bởi các biến số tâm lý như giá trị cảm nhận, sự tin tưởng và rủi ro, sự yêu thích và gắn bó với thương hiệu, tính sánh điệu của sản phẩm cũng như khuynh hướng và tính cách cá nhân trong bối cảnh các kênh bán hàng trực tuyến và ngoại tuyến.

- **Hướng nghiên cứu 2: Hành vi người tiêu dùng trong bối cảnh dịch vụ du lịch và lưu trú.** Hướng nghiên cứu này tập trung vào ý định quay trở lại, chất lượng mối quan hệ giữa người tiêu dùng và thương hiệu, sự gắn kết của người tiêu dùng với thương hiệu (gồm ý định tiếp tục sử dụng, truyền miệng tích cực, phản hồi cho thương hiệu và khuyến nghị người tiêu dùng khác), hành vi tiêu cực như than phiền, chia sẻ trải nghiệm tiêu cực, và ý định chuyển đổi chịu ảnh hưởng bởi các khía cạnh của trải nghiệm như chất lượng dịch vụ và giá trị cảm nhận, cảm xúc, trải nghiệm đáng nhớ, tính sánh điệu của thương hiệu, tính cách cá nhân, hoạt động Marketing nội bộ trong bối cảnh dịch vụ du lịch và lưu trú.

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

- Đã hướng dẫn (số lượng) 0 NCS bảo vệ thành công luận án TS;
- Đã hướng dẫn (số lượng) 03 HVCH bảo vệ thành công luận văn ThS;
- Đã hoàn thành đề tài NCKH từ cấp cơ sở trở lên: chủ nhiệm 03 đề tài cấp cơ sở tại trường Đại học Nha Trang (đã nghiệm thu). Ngoài ra, tôi cũng là thành viên 01 đề tài cấp cơ sở tại trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh (đã nghiệm thu), và thành viên 02 đề tài do Quỹ phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia - NAFOSTED tài trợ (đã nghiệm thu)
- Đã công bố (số lượng) 44 bài báo khoa học, trong đó có 11 bài báo khoa học trên tạp chí quốc tế thuộc danh mục SSCI/Scopus, và 02 bài báo khoa học trên tạp chí quốc tế thuộc danh mục Scopus, 01 bài trên tạp chí quốc tế uy tín hiện đã thuộc danh mục ESCI và Scopus, và 30 bài báo trên tạp chí trong nước.
- Đã được cấp (số lượng) 0 bằng độc quyền sáng chế, giải pháp hữu ích;
- Số lượng sách đã xuất bản: 01 giáo trình (đồng chủ biên), trong đó 01 thuộc nhà xuất bản có uy tín (Nhà xuất bản Thanh Niên).
- Số lượng tác phẩm nghệ thuật, thành tích huấn luyện, thi đấu thể dục, thể thao đạt giải thưởng quốc gia, quốc tế: 0

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

- Danh hiệu “Chiến sĩ thi đua cơ sở” năm học 2020-2021, theo quyết định 1359/QĐ-ĐHNT ngày 15/12/2021 của trường Đại học Nha Trang.
- Danh hiệu “Chiến sĩ thi đua cơ sở” năm học 2021-2022, theo quyết định 1424/QĐ-ĐHNT ngày 19/10/2022 của trường Đại học Nha Trang.

- Danh hiệu “Chiến sĩ thi đua cơ sở” năm học 2022-2023, theo quyết định 1638/QĐ-ĐHNT ngày 26/10/2023 của trường Đại học Nha Trang.

- Giấy khen của Hiệu trưởng vì “Có nhiều đóng góp cho quá trình xây dựng và phát triển khoa Kinh tế, giai đoạn 2017-2022”, theo quyết định 1537/QĐ-ĐHNT ngày 16/11/2022 của trường Đại học Nha Trang.

- Danh hiệu “Chiến sĩ thi đua cấp Bộ” vì có thành tích xuất sắc tiêu biểu trong công tác từ năm học 2020-2021 đến năm học 2022-2023, theo quyết định 4483/QĐ-BGDĐT ngày 27/12/2023 của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

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: Trong thời gian 15 năm công tác chính thức tại trường Đại học Nha Trang, tôi tự đánh giá mình luôn đáp ứng tiêu chuẩn của một nhà giáo giảng dạy tại trường Đại học. Trong quá trình công tác, tôi cũng luôn hoàn thành nhiệm vụ do Trường, Khoa và Bộ môn giao đảm nhận. Tôi cũng luôn tuân thủ quy định pháp luật của Nhà nước, và các quy tắc ứng xử tại trường Đại học Nha Trang. Cụ thể như sau:

1.1. Về tiêu chuẩn nhà giáo: Tôi có phẩm chất đạo đức tốt, lối sống lành mạnh, hòa đồng với đồng nghiệp, luôn tận tình và hết lòng với sinh viên. Bên cạnh đó, tôi cũng là người có trách nhiệm trong công việc, luôn cố gắng hoàn thành mọi công việc được giao, hướng đến hiệu quả tốt. Tôi cũng luôn tự ý thức và thực hiện đầy đủ trách nhiệm công dân, chấp hành chủ trương và chính sách của Đảng và Nhà nước.

Là một giảng viên, tôi luôn tuân thủ quy định làm việc của Luật Giáo dục và của trường Đại học Nha Trang. Với vai trò là một cố vấn học tập, tôi luôn hoàn thành trách nhiệm tư vấn, hỗ trợ người học trong suốt quá trình học tập tại trường Đại học Nha Trang.

Tôi có bằng cấp, chứng chỉ phù hợp với chuyên môn giảng dạy và đề nghị xét công nhận Phó giáo sư.

Tự đánh giá: Tốt.

1.2. Về nhiệm vụ của nhà giáo

Về hoạt động đào tạo: Tôi luôn hoàn thành các công việc giảng dạy được giao cho bậc Đại học cũng như bậc sau Đại học. Các công việc hoàn thành với chất lượng tốt và nhận được các phản hồi tích cực từ sinh viên, học viên cao học và nghiên cứu sinh. Trong quá trình giảng dạy, tôi cũng lựa chọn các phương pháp học tập phù hợp cho từng đối tượng, nâng cao khả năng tiếp thu và ứng dụng kiến thức. Ngoài ra, những hiểu biết được cập nhật trong quá trình nghiên cứu cũng được tôi áp dụng vào quá trình giảng dạy, giúp người học tiếp cận các kiến thức mới của chuyên ngành. Bên cạnh đó, tôi cũng chủ động thiết lập kết nối với doanh nghiệp, hỗ trợ sinh viên về vị trí thực tập và làm việc sau khi tốt nghiệp. Tôi

cũng tham gia hướng dẫn chuyên đề, khóa luận bậc Đại học và luận văn bậc Cao học đạt yêu cầu chất lượng. Các kết quả đạt được trong các năm học gần đây nhất gồm:

- Hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ của giảng viên và đạt danh hiệu "Chiến sĩ thi đua cơ sở" các năm học 2020-2021, 2021-2022, và 2022-2023 và "Chiến sĩ thi đua cấp Bộ" vì có thành tích xuất sắc tiêu biểu trong công tác từ năm học 2020-2021 đến năm học 2022-2023. Tôi cũng nhận giấy khen của Hiệu trưởng trường Đại học Nha Trang vì có nhiều đóng góp cho quá trình xây dựng và phát triển Khoa Kinh tế trong giai đoạn 2017-2022.

- Ý kiến phản hồi của người học trong năm học 2020-2021, 2021-2022 và 2022-2023: đánh giá từ A đến A+.

- Đóng góp khác trong công tác đào tạo: Là thành viên Ban chủ nhiệm chương trình đào tạo ngành Marketing, tôi tham gia vào quá trình rà soát, cập nhật chương trình đào tạo ngành Marketing.

Về hoạt động nghiên cứu khoa học: Với niềm đam mê nghiên cứu khoa học, tiếp thu kiến thức mới, tôi luôn nỗ lực thực hiện các nghiên cứu nhằm cập nhật kiến thức cho bản thân cũng như đóng góp vào việc nâng cao chất lượng đào tạo. Tôi cũng tích cực tham gia các đề tài và dự án nghiên cứu cấp cơ sở, cấp Bộ, và dự án do quỹ NAFOSTED tài trợ nhằm phát triển kỹ năng nghiên cứu khoa học của bản thân và đội ngũ cộng tác viên. Ngoài ra, tôi cũng là thành viên của hội đồng đánh giá công trình khoa học của sinh viên năm học 2022-2023. Tôi đã xuất bản các công trình nghiên cứu trên các tạp chí uy tín trong nước (nằm trong danh mục tính điểm của Hội đồng chức danh GS/PGS) và quốc tế (trong danh mục SSCI/Scopus). Các kết quả cụ thể như sau:

- Chương trình/dự án/đề tài nghiên cứu: Tôi đã chủ nhiệm và hoàn thành 03 đề tài NCKH từ cấp cơ sở tại trường Đại học Nha Trang. Ngoài ra, tôi cũng là thành viên 01 đề tài cấp cơ sở tại trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh (đã nghiệm thu), và thành viên 02 đề tài do Quỹ phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia - NAFOSTED tài trợ (đã nghiệm thu). Hiện nay, tôi là chủ nhiệm, đang thực hiện đề tài cấp Bộ: "Nghiên cứu cơ sở khoa học và thực tiễn để ứng dụng, phát triển công nghệ sản xuất, chế biến và thương mại cá chim vây vàng và cá bẹ vầu nuôi biển tại khu vực Nam Trung Bộ" (Mã số: CT2022.05.TSN.01).

- Kết quả công bố và xuất bản: Tôi đã công bố 44 bài báo khoa học, trong đó có 11 bài báo khoa học trên tạp chí quốc tế thuộc danh mục SSCI, và 02 bài báo khoa học trên tạp chí quốc tế thuộc danh mục Scopus, 01 bài trên tạp chí quốc tế uy tín hiện đã thuộc danh mục ESCI và Scopus, và 30 bài báo trên tạp chí trong nước. Tôi đã xuất bản 01 giáo trình ("Phân tích dữ liệu bằng kỹ thuật mô hình cấu trúc bình phương bé nhất bán phần với phần mềm SmartPLS") được chấp nhận đưa vào làm tài liệu giảng dạy.

- Tổ chức nghiên cứu: tôi thực hiện nghiên cứu liên tục và xuất bản đều đặn các công trình.

- Hội nghị, hội thảo khoa học: Từ năm 2016 đến năm 2022, tôi tham 06 hội thảo trong nước và quốc tế.

- Uy tín khoa học trong cộng đồng: h-index: 09 (Google Scholar) và h-index (Web of Science): 08; tham gia Hội đồng đánh giá và xét giải thưởng tại Hội nghị sinh viên nghiên cứu khoa học năm học 2022-2023, tham gia phản biện cho các tạp chí quốc tế uy tín như: Internet Research, International Journal of Human-Computer Interaction, International Journal of Consumer Studies, Current Issues in Tourism, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Information Technology & People, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Humanities & Social Sciences Communications, Asian Journal of Economics and Banking, và Journal of Economics and Development (<https://orcid.org/0000-0002-6253-7263> và <https://www.webofscience.com/wos/author/record/E-5293-2018>).

Tự đánh giá: Tốt.

1.3. Về học tập, bồi dưỡng bản thân: Tôi luôn cố gắng tham gia các khóa học bồi dưỡng nhận thức chính trị, nâng cao trình độ ngoại ngữ, chuyên môn đạt chuẩn chức danh nhà giáo. Ngoài ra, tôi cũng luôn tự tìm tòi, áp dụng các phương pháp và kỹ năng mới, gia tăng hiệu quả hoạt động giảng dạy và nghiên cứu khoa học. Tôi luôn xem thực hiện nghiên cứu là một trong những cách thức hiệu quả nhất và nhanh nhất để tiếp cận tri thức mới nhằm áp dụng vào hoạt động giảng dạy.

Tự đánh giá: Tốt.

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: 15 năm.

- 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 (ứng viên GS chỉ khai 3 năm cuối liên tục sau khi được công nhận PGS):

TT	Năm học	Số lượng NCS đã hướng dẫn		Số lượng ThS	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	SĐH	
1	2018-2019	0	0	0	02	556,5	0	556,5/590,5/270
2	2019-2020	0	0	0	0	756	0	756/953,4/270
3	2020-2021	0	0	0	0	315,75	0	315,75/597,75/350
03 năm học cuối								
4	2021-2022	0	0	0	03	319,5	32	351,5/711,9/350
5	2022-2023	0	0	1	0	258	94,5	352,5/771,7/350
6	2023-2024	0	0	2	0	360	72	432/1047,2/350

(*) - 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 ĐH ; Tại nước:; Từ năm đến năm

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

b) Được đào tạo ngoại ngữ trong nước:

- Trường ĐH cấp bằng tốt nghiệp ĐH ngoại ngữ: Trường Đại học Nha Trang, số bằng: A006858; số vào sổ: 0224/B2022; năm cấp: 19/09/2022.

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):

- Bằng cử nhân Ngôn ngữ Anh, cấp ngày ngày 19/09/2022; số văn bằng: A006858; số vào sổ: 0224/B2022; nơi cấp bằng ĐH: Trường Đại học Nha Trang, Việt Nam.

- Chứng chỉ PTE Academic: 76

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

TT	Họ tên NCS hoặc HV	Đối tượng		Trách nhiệm hướng dẫn		Thời gian hướng dẫn từ.....đến.....	Cơ sở đào tạo	Năm được cấp bằng/có quyết định cấp bằng
		NCS	HVCH	Chính	Phụ			
1	Đình Văn Minh		x	x		Từ 17/05/2022 đến 15/11/2022	Trường Đại học Nha Trang	Bằng được cấp ngày 09/10/2023 theo quyết định cấp bằng 1492/QĐ-ĐHNT (09/10/2023) của trường Đại học Nha Trang

2	Huỳnh Thị Thu Hương		x	x		Từ 04/11/2022 đến 15/05/2023 (bảo vệ vào 04/2023)	Trường Đại học Nha Trang	Bằng được cấp ngày 15/05/2023 theo quyết định cấp bằng 535/QĐ-ĐHNT (15/05/2023) của trường Đại học Nha Trang
3	Huỳnh Trần Thảo Nghi		x	x		Từ 04/11/2022 đến 15/05/2023	Trường Đại học Nha Trang	Bằng được cấp ngày 09/10/2023 theo quyết định cấp bằng 1492/QĐ-ĐHNT (09/10/2023) của trường Đại học Nha Trang

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	Phản 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 TS						
II	Sau khi được công nhận TS						
1	Phân tích dữ liệu bằng kỹ thuật mô hình cấu trúc bình phương bé nhất bán phần với phần mềm SmartPLS	GT (ISBN: 978-604-371-586-6)	Nhà xuất bản Thanh Niên, 2022	02	TS. Nguyễn Hữu Khôi, TS. Nguyễn Thị Nga	Đồng biên soạn từ trang: 1-129	Quyết định sử dụng tài liệu vào giảng dạy và học tập số 1064/QĐ-ĐHNT ngày 25/08/2022

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	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 TS				
1	Xây dựng phần mềm thi trắc nghiệm (ĐT)	Chủ nhiệm	TR2017-13-13 (Cấp cơ sở)	06/03/2017 – 31/03/2018	Biên bản đánh giá nghiệm thu ngày 08/05/2018 Xếp loại: Tốt
2	Brand engagement in tourism context: direct, indirect and moderating factors (ĐT)	Thành viên	CS-2018-39 (Cấp cơ sở)	02/01/2019 – 02/01/2020	Biên bản thanh lý hợp đồng số 39/ĐHKT-QLKH ngày 09/09/2020 Xếp loại: Đạt
II	Sau khi được công nhận TS				
3	Tính “cool” của sản phẩm thời trang: nghiên cứu thực nghiệm về nguyên nhân và kết quả (ĐT)	Chủ nhiệm	TR2020-13-08 (Cấp cơ sở)	24/07/2020 – 31/07/2021	Biên bản đánh giá nghiệm thu ngày 24/04/2021 Xếp loại: Tốt
4	Ảnh hưởng của giá trị cảm nhận và tính cách cá nhân đến hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam (ĐT)	Thành viên	502.02-2018.311 (Đề tài Quỹ phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia NAFOSTED)	25/02/2019 – 31/12/2021	Quyết định công nhận kết quả số 76/QĐ-HĐQL-NAFOSTED ngày 29/12/2022; chứng nhận đã đăng ký kết quả thực hiện nhiệm vụ Khoa học và Công nghệ, số 2022-52-0744/NS-KQNC, ngày 14/07/2022. Kết quả đánh giá: Đạt
5	Sự đắm chìm và sự hiện diện là trải nghiệm marketing quan trọng trong kỷ nguyên phát triển công nghệ hiện nay (ĐT)	Thành viên	502.02-2020.30 (Đề tài Quỹ phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia NAFOSTED)	20/06/2020 – 31/12/2022	Quyết định công nhận kết quả số 21/QĐ-HĐQL-NAFOSTED ngày 05/07/2023; chứng nhận đã đăng ký kết quả thực hiện nhiệm vụ Khoa học và Công nghệ số 2023-52-0913/NS-KQNC, ngày 06/06/2023. Kết quả đánh giá: Đạt

6	Quá trình trao đổi giá trị giữa người tiêu dùng và thương hiệu trong bối cảnh bán lẻ: khám phá tác động trực tiếp và gián tiếp (ĐT)	Chủ nhiệm	TR2022-13-15 (Cấp cơ sở)	25/10/2022 – 30/11/2023	Biên bản đánh giá nghiệm thu ngày 28/08/2023 Xếp loại: Tốt
---	---	-----------	--------------------------	-------------------------	---

- 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):

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 TS							
I.A	Các bài báo xuất bản trên tạp chí quốc tế							
1	Factors affecting mobile shopping: a Vietnamese perspective https://doi.org/10.1108/JABES-05-2018-0012	3	x	Journal of Asian Business and Economic Studies ISSN: 2515-964X eISSN: 2515-964X		53	Vol 25 (2), pp.186-205	11/2018
2	The role of perceived values in explaining Vietnamese consumers' attitude and intention to adopt mobile commerce https://doi.org/10.1108/APJML-11-2017-0301	3	x	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics ISSN: 1355-5855 eISSN: 1355-5855	SSCI, Scopus IF=1,276; Q2	90	Vol 30 (4), pp.1112-1134	11/2018
3	Customer inspiration in a tourism context: an	3	x	Current Issues in Tourism	SSCI, Scopus IF=7,430; Q1	42	Vol 23 (21), pp.	11/2020

	investigation of driving and moderating factors https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1666092			ISSN: 1368-3500 eISSN: 1747-7603			2699-2715	
I.B	Các bài báo xuất bản trên tạp chí trong nước							
4	Các nhân tố tác động đến mức độ ứng dụng thương mại điện tử trong các doanh nghiệp tại thành phố Nha Trang https://jabes.ueh.edu.vn/Home/SearchArticle?article_id=b28a7f5a-abf1-494c-ad2c-4d736ea4376c	2		Tạp chí Phát triển Kinh tế (Hiện nay là Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á) ISSN: 2615-9104			274(8), tr. 51-64	8/2013
5	Các nhân tố tác động đến sự tin tưởng của khách hàng trong mua hàng trực tuyến https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-229/muc-luc-801/cac-nhan-to-tac-dong-den-su-tin-tuong-cua-khach-hang-trong-mua-hang-truc-tuyen.374355.aspx	2	x	Tạp chí Kinh tế & Phát triển ISSN: 1859-0012			229(7), tr. 52-59	7/2016
6	Mở rộng lý thuyết hành vi dự định để giải thích ý định sử dụng M-Commerce tại Khánh Hòa https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-239/muc-luc-112/mo-rong-ly-thuyet-hanh-vi-du-dinh-de-giai-thich-y-dinh-su-dung-m-commerce-tai-khanh-hoa.375530.aspx	2	x	Tạp chí Kinh tế & Phát triển ISSN: 1859-0012			239(5), tr. 37-46	5/2017
7	Mua sắm xã hội trực tuyến: Vai trò của động cơ xã hội	2	x	Tạp chí Kinh tế & Phát triển			245(11), tr. 58-67	11/2017

	https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-245/muc-luc-221/mua-sam-xa-hoi-truc-tuyen-vai-tro-cua-dong-co-xa-hoi.375771.aspx			ISSN: 1859-0012				
8	Mối quan hệ giữa cảm xúc với điểm đến và chất lượng quan hệ trong kinh doanh du lịch: Trường hợp du khách nội địa ở TP. Hồ Chí Minh https://jabes.ueh.edu.vn/Home/SearchArticle?article_id=a3f4fa45-dad5-ddcf-aaca-aafab5217588	2		Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á ISSN: 2615-9104			28(12), tr. 22-40	12/2017
9	Nghiên cứu về cảm xúc tiêu cực và hành vi đối phó của khách hàng: Trường hợp ngành kinh doanh dịch vụ nhà hàng https://jabes.ueh.edu.vn/Home/SearchArticle?article_id=23692510-cc0b-4861-2590-408f034c255d	2		Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á ISSN: 2615-9104			29(1), tr. 21-37	1/2018
10	Mở rộng lý thuyết hành vi dự định để dự báo ý định sử dụng thương mại di động tại Việt Nam https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-247/muc-luc-50/mo-rong-ly-thuyet-hanh-vi-du-dinh-de-du-bao-y-dinh-su-dung-thuong-mai-di-dong-tai-viet-nam.375824.aspx	2	x	Tạp chí Kinh tế & Phát triển ISSN: 1859-0012			247(1), tr. 81-90	1/2018
11	Vai trò của quy chuẩn trong việc giải thích	3		Tạp chí Kinh tế & Phát triển			252(6), tr. 47-56	6/2018

	hành vi tham gia mua sắm xã hội trực tuyến https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-252/muc-luc-602/vai-tro-cua-quy-chuan-trong-viec-giai-thich-hanh-vi-tham-gia-mua-sam-xa-hoi-truc-tuyen.378887.aspx			ISSN: 1859-0012				
12	Động cơ xã hội trong hoạt động mua sắm xã hội trực tuyến http://stdjelm.scienceandtechnology.com.vn/index.php/stdjelm/article/view/488	3	x	Chuyên san Kinh tế - Luật và Quản lý ISSN: 2588-1051			1(Q5), tr. 32-43	11/2018
13	Giá trị cảm nhận, chất lượng mối quan hệ và động cơ truyền miệng của du khách https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-258/muc-luc-230/gia-tri-cam-nhan-chat-luong-moi-quan-he-va-dong-co-truyen-mieng-cua-du-khach.379020.aspx	3	x	Tạp chí Kinh tế & Phát triển ISSN: 1859-0012			258(12), tr. 63-73	12/2018
14	Giá trị cảm nhận và ý định sử dụng thương mại di động: Vai trò của giá trị tri thức và giá trị dựa trên điều kiện https://jabes.ueh.edu.vn/Home/SearchArticle?article_id=e07a911d-baee-455e-a1bef18318c2ebe5	1	x	Tạp chí nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á ISSN: 2615-9104			30(3), tr. 35-49	3/2019
15	Hành vi truyền miệng của du khách: vai trò của chất lượng dịch vụ, tình cảm và hài lòng https://tapchikhkt.due.edu.vn/home/article/320	2	x	Tạp chí Khoa học Kinh tế ISSN: 0866-7969			7(1), tr. 80-91	3/2019

16	<p>Động cơ và kết quả của hành vi mua sắm trên mạng xã hội trực tuyến tại Việt Nam</p> <p>https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-261/muc-luc-887/dong-co-va-ket-qua-cua-hanh-vi-mua-sam-tren-mang-xa-hoi-truc-tuyen-tai-viet-nam.379073.aspx</p>	3	x	<p>Tạp chí Kinh tế & Phát triển</p> <p>ISSN: 1859-0012</p>			261(3), tr. 40-49	3/2019
17	<p>Tác động của định hướng thời gian, chi phí và lợi ích cảm nhận đến ý định sử dụng thương mại di động của người tiêu dùng tại Việt Nam</p> <p>https://jabes.ueh.edu.vn/Home/SearchArticle?article_id=4387f893-70f3-444c-be46-2ae7459a833a</p>	1	x	<p>Tạp chí nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á</p> <p>ISSN: 2615-9104</p>			30(4), tr. 65-80.	4/2019
18	<p>Giải thích ý định giảm thiểu sử dụng túi nhựa của du khách quốc tế bằng lý thuyết hành vi dự định mở rộng</p> <p>https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-273/muc-luc-154/giai-thich-y-dinh-giam-thieu-su-dung-tui-nhua-cua-du-khach-quoc-te-bang-ly-thuyet-hanh-vi-du-dinh-mo-rong.379204.aspx</p>	1	x	<p>Tạp chí Kinh tế & Phát triển</p> <p>ISSN: 1859-0012</p>			273(3), tr. 43-52	3/2020
19	<p>Hành vi mua sắm trực tuyến ngẫu hứng: vai trò của giá trị cảm nhận và nhận thức kết quả trong tương lai</p>	2	x	<p>Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế</p> <p>ISSN: 0866-7489</p>			6(505), tr. 40-48	6/2020
20	<p>Mối quan hệ giữa trải nghiệm, sự cam kết và gắn kết thương hiệu:</p>	2	x	<p>Tạp chí Kinh tế & Phát triển</p>			277(7), tr. 63-72	7/2020

	vai trò trung gian và điều tiết của tham gia thương hiệu https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-277/muc-luc-925/moi-quan-he-giua-trai-nghiem-su-cam-ket-va-gan-ket-thuong-hieu-vai-tro-trung-gian-va-dieu-tiet-cua-tham-gia-thuong-hieu.379293.aspx			ISSN: 1859-0012				
21	Tính “cool” của sản phẩm thời trang: nghiên cứu thực nghiệm về nguyên nhân và kết quả	3	x	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế ISSN: 0866-7489			12(511), tr. 68-78	12/2020
II	Sau khi được công nhận TS							
II.A	Các bài báo xuất bản trên tạp chí quốc tế							
22	Tourist inspiration and its consequences: The moderating role of neuroticism https://doi.org/10.1002/jtr.2452	3	x	International Journal of Tourism Research ISSN:1099-2340 eISSN:1522-1970	SSCI, Scopus IF=4,737; Q1	21	Vol 23 (5), pp. 901-913	9/2021
23	How consumer innovativeness, technological expertise, and consideration set size can explain mobile commerce use: An extended understanding using a moderation–mediation model https://doi.org/10.1007/s10257-021-00528-1	3	x	Information Systems and e-Business Management ISSN: 1617-9846 eISSN: 1617-9854	SSCI, Scopus IF=2,275; Q2	5	Vol 19, pp. 1015-1038	9/2021
24	Unraveling the dynamic and contingency mechanism between	3	x	International Journal of Hospitality Management	SSCI, Scopus IF=10,427; Q1	33	Vol 99 (October), 103057	10/2021

	service experience and customer engagement with luxury hotel brands https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103057			ISSN: 0278-4319 eISSN: 1873-4693				
25	The “well-being” and “ill-being” of online impulsive and compulsive buying on life satisfaction: the role of self-esteem and harmony in life https://doi.org/10.1177/02761467211048751	3		Journal of Macromarketing ISSN: 0276-1467 eISSN: 1552-6534	SSCI, Scopus IF=3,1; Q2	41	Vol 42 (1), pp. 128-145	3/2022
26	Is coolness important to luxury hotel brand management? The linking and moderating mechanisms between coolness and customer brand engagement https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2021-1230	2	x	International Journal of Contemporary Hospitality Management ISSN: 0959-6119 eISSN: 0959-6119	SSCI, Scopus IF=11,1; Q1	32	Vol 34 (7), pp. 2425-2449	6/2022
27	The effect of tourism development on the ecological footprint in Singapore: evidence from asymmetric ARDL method https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1971165	3	x	Current Issues in Tourism ISSN: 1368-3500 eISSN: 1747-7603	SSCI, Scopus IF=8,0; Q1	23	Vol 25 (15), pp. 2500-2517	8/2022
28	A moderating – mediating model of the urge to buy impulsively in social commerce live-streaming https://doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101286	3	x	Electronic Commerce Research and Applications ISSN: 1567-4223 eISSN: 1873-7846	SSCI, Scopus IF=6,0; Q1	5	Vol 60 (July-August), 101286	7/2023

29	The role of values in explaining satisfaction in the mobile commerce context: the moderating role of consumer participation https://doi.org/10.1504/IJSTM.2023.135106	2	x	International Journal of Services Technology and Management ISSN: 1460-6720 eISSN: 1741-525X	ESCI, Scopus IF=0.5; Q4		Vol 28 (5-6), pp. 425-444	11/2023
30	The conflicting effects of self-construal on impulsive buying tendency toward unhealthy food: the moderating role of future time perspective https://doi.org/10.1007/s12144-022-04054-2	3	x	Current Psychology ISSN: 1046-1310 eISSN: 1936-4733	SSCI, Scopus IF=2,8; Q1	1	Vol 42, pp. 30262-30276	12/2023
31	Real-time interactivity and impulsive buying in livestreaming commerce: the focal intermediary role of inspiration https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2176987	2	x	International Journal of Human-Computer Interaction ISSN: 1044-7318 eISSN: 1532-7590	SSCI, Scopus IF=4,7; Q1	14	Vol 40 (11), pp. 2938-2953	5/2024
32	The role of food-related consideration of future consequences, health and environmental concerns in explaining sustainable food (fish) attitudes https://doi.org/10.1108/JED-01-2024-0003	2	x	Journal of Economics and Development ISSN: 1859-0020 eISSN: 2632-5330	Scopus Q2		Đang chờ XB	05/2024
II.B	Các bài báo xuất bản trên tạp chí trong nước							
33	Trách nhiệm xã hội đối với nhân viên và hiệu quả làm việc: Vai trò trung gian của hành vi	1	x	Tạp chí Kinh tế & Phát triển			288(6), tr. 74-82	6/2021

	<p>công dân tổ chức trong bối cảnh dịch vụ khách sạn</p> <p>https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-288/muc-luc-253/trach-nhiem-xa-hoi-doi-voi-nhan-vien-va-hieu-qua-lam-viec-vai-tro-trung-gian-cua-hanh-vi-cong-dan-to-chuc-trong-boi-canhdichvu-khachsan.380493.aspx</p>			ISSN: 1859-0012			
34	<p>Nghiên cứu khám phá tác động của các nhân tố lập luận đạo đức đến thái độ và ý định hành vi mua của người tiêu dùng hàng nhái tại Việt Nam</p> <p>https://tckhtm.tmu.edu.vn/tin-tuc/chi-tiet/canh-chi-hoang-va-nguyen-huu-khoi-nghien-cuu-kham-pha-tac-dong-cua-cac-nhan-to-lap-luan-dao-duc-den-thai-do-va-y-dinh-hanh-vi-mua-cua-nguoi-tieu-dung-hang-nhai-tai-viet-nam-21198</p>	2		<p>Tạp chí Khoa học Thương mại</p> <p>ISSN: 2815-5726</p>		151, tr. 42-49	7/2021
35	<p>Mối quan hệ giữa tính “sành điệu” của sản phẩm thời trang, giá trị cảm nhận và ý định mua của người tiêu dùng trẻ tuổi tại Nha Trang</p> <p>https://tckhtm.tmu.edu.vn/tin-tuc/chi-tiet/nguyen-huu-khoi-nguyen-thi-nga-va-bui-hoang-ngoc-moi-quan-he-giua-tinh-sanhdieu-cua-san-pham-thoitrang-gia-tri-camnhan-va-y-dinh-mua-cua-</p>	3	x	<p>Tạp chí Khoa học Thương mại</p> <p>ISSN: 2815-5726</p>		149-150, tr. 137-147	7/2021

	nguoi-tieu-dung-tre-tuoi-tai-nha-trang-21180							
36	<p>Giá trị cảm nhận, chất lượng mối quan hệ và sự gắn kết của khách hàng trong bối cảnh dịch vụ nhà hàng</p> <p>https://journalofscience.ou.edu.vn/index.php/econ-vi/article/view/1424</p>	1	x	<p>Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh (Kinh tế và Quản trị Kinh doanh)</p> <p>ISSN: 2734-9578</p>			17(1), tr. 91-102	8/2021
37	<p>Nhận thức đạo đức, tách rời đạo đức và ý định tiêu dùng sản phẩm vi phạm bản quyền: tác động điều tiết của khuynh hướng đạo đức</p> <p>https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-295/muc-luc-311/nhan-thuc-dao-duc-tach-roi-dao-duc-va-y-dinh-tieu-dung-san-pham-vi-pham-ban-quyen-tac-dong-dieu-tiet-cua-khuynh-huong-dao-duc.380608.aspx</p>	2	x	<p>Tạp chí Kinh tế & Phát triển</p> <p>ISSN: 1859-0012</p>			295(1), tr. 73-82.	1/2022
38	<p>Tác động của gắn bó cảm xúc và trung thành thương hiệu đến truyền miệng và nói tiêu cực về thương hiệu cạnh tranh</p> <p>https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-308/muc-luc-999/tac-dong-cua-gan-bo-cam-xuc-va-trung-thanh-thuong-hieu-den-truyen-mieng-va-noi-tieu-cuc-ve-thuong-hieu-can-tranh.380805.aspx</p>	1	x	<p>Tạp chí Kinh tế & Phát triển</p> <p>ISSN: 1859-0012</p>			308(2), tr. 32-41	2/2023

39	Tác động của giá trị cảm nhận đến mua hàng lặp lại và sự sẵn sàng chi trả https://tckhtm.tmu.edu.vn/tin-tuc/chi-tiet/nguyen-huu-khoi-tac-dong-cua-gia-tri-cam-nhan-den-mua-hang-lap-lai-va-su-san-sang-chi-tra-22115	1	x	Tạp chí Khoa học Thương Mại ISSN: 2815-5726			170, tr. 82-91	2/2023
40	Phân nhóm người tiêu dùng cá tại Việt Nam dựa trên thuộc tính sản phẩm	3	x	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế ISSN: 0866-7489			3(358), tr. 88-100	3/2023
41	Giá trị cảm nhận, mua hàng lặp lại và truyền miệng trong bối cảnh bán lẻ: vai trò trung gian của hài lòng và gắn bó cảm xúc https://tckhtm.tmu.edu.vn/tin-tuc/chi-tiet/nguyen-huu-khoi-va-nguyen-thi-nga-gia-tri-cam-nhan-mua-hang-lap-lai-va-truyen-mieng-trong-boi-can-ban-le-vai-tro-trung-gian-cua-hai-long-va-gan-bo-cam-xuc-22619	2	x	Tạp chí Khoa học Thương mại ISSN: 2815-5726			174, tr. 76-88	4/2023
42	Ý định tiêu dùng sản phẩm cá: mở rộng lý thuyết hành vi dự định với thuộc tính sản phẩm	3	x	Tạp chí Phát triển bền vững Vùng ISSN: 2354-0729			13(2), tr. 60-72	6/2023
43	Ảnh hưởng của giá trị sang trọng đến sẵn lòng chi trả và truyền miệng đối với khách sạn hạng sang: Vai trò của sự hài lòng https://ktpt.neu.edu.vn/tap-chi/so-319/muc-	3		Tạp chí Kinh tế & Phát triển ISSN: 1859-0012			319(1), tr. 74-83	1/2024

	luc-982/anh-huong-cua-gia-tri-sang-trong-den-san-long-chi-tra-va-truyen-mieng-doi-voi-khach-san-hang-sang-vai-tro-cua-su-hai-long.382013.aspx							
44	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm của khách hàng trong bối cảnh bán lẻ hợp kênh https://tckhtm.tmu.edu.vn/tin-tuc/chi-tiet/nguyen-thi-nga-va-nguyen-huu-khoi-cac-nhan-to-anh-huong-den-y-dinh-mua-sam-cua-khach-hang-trong-boi-can-ban-le-hop-kenh-24009	2		Tạp chí Khoa học Thương mại ISSN: 2815-5726			186, tr. 76-86	2/2024
III	Tham gia các Hội thảo trước khi được công nhận TS							
III.A	Hội thảo quốc tế							
45	Entrepreneurial enablers, risk perception, motivational factors and behavioral intention: evidence from Vietnam	4	x	International Conference of University of Economics Ho Chi Minh City: Policies and Sustainable Economic Development ISBN: 978-604-922-568-0			pp. 119-136	9/2017
46	The role of self-esteem and cognitive subjective well-being on online impulsive and compulsive buying	2	x	Book of abstracts: The 6 th International Conference on Marketing ISBN: 978-955-3605-15-3			pp. 6	10/2018

III.B	Hội thảo quốc gia							
47	Tác động của nội dung do người tiêu dùng tạo ra trên YouTube đến hành vi người tiêu dùng	4	x	Proceedings of International Conference: Marketing in the Connected Age ISBN: 978-604-84-1836-6			tr. 80-91	10/2016
48	Truyền thông xã hội và hành vi người tiêu dùng trong lĩnh vực du lịch	4		Kỷ yếu hội thảo khoa học ứng dụng công nghệ thông tin trong du lịch ISBN: 978-604-922-510-9			tr. 31-46	5/2017
IV	Tham gia các Hội thảo sau khi được công nhận TS							
IV.A	Hội thảo quốc tế							
49	An extensive model of perceived value in predicting consumer satisfaction toward mobile commerce: the moderator role of use of time	2		Proceedings of the International Conference on Management and Business 2021 ISBN: 978-604-79-2984-9			pp. 465-480	11/2021
IV.B	Hội thảo quốc gia							
50	Giải thích hành vi truyền miệng và nói tiêu cực về thương hiệu cạnh tranh: vai trò của gắn bó và trung thành thương hiệu	2		Kỷ yếu hội thảo quốc tế dành cho các nhà khoa học trẻ khối trường Kinh tế và Kinh doanh 2022 ISBN: 978-604-384-776-5			tr. 316	10/2022

- 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: 10 bài gồm bài [22], [23], [24], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32].

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					

- 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					

- 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						

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

a) Thời gian được bổ nhiệm PGS

Được bổ nhiệm PGS chưa đủ 3 năm, còn thiếu (số lượng năm, tháng):

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:

- 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:

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:

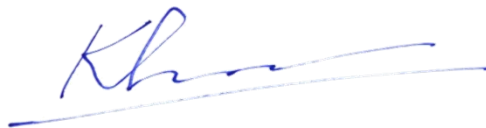
- Không đủ điểm biên soạn giáo trình và sách chuyên khảo:

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.

Khánh Hòa, ngày 19 tháng 06 năm 2024

NGƯỜI ĐĂNG KÝ



Nguyễn Hữu Khôi