

## LÝ LỊCH KHOA HỌC

|  |   |  |                       |
|--|---|--|-----------------------|
| <b>1. Họ và tên: NGUYỄN ĐÌNH TOÀN</b>  |   |  |                       |
| <b>2. Năm sinh:</b> 10 – 06 – 1975   |   | <b>3. Nam/Nữ:</b> Nam                          |                       |
| <b>4. Học hàm:</b><br>Học vị: Tiến sĩ  |   | <b>Năm được phong:</b><br>Năm đạt học vị: 2018 |                       |
| <b>5. Lĩnh vực nghiên cứu trong 5 năm gần đây: Khoa học xã hội</b>   |   |  |                       |
| Khoa học Tự nhiên <input type="checkbox"/>   | Khoa học Kỹ thuật và Công nghệ <input type="checkbox"/> | Khoa học Y dược <input type="checkbox"/>       |                       |
| Khoa học Xã hội <input checked="" type="checkbox"/>  | Khoa học Nhân văn <input type="checkbox"/>              | Khoa học Nông nghiệp <input type="checkbox"/>  |                       |
| <b>Mã chuyên ngành KH&amp;CN:</b>  | 5 0 2 0 2   | <b>Tên gọi: KINH DOANH VÀ QUẢN LÝ</b>          |                       |
| <b>6. Chức danh nghiên cứu:</b> Nguyên cứu viên – Giảng viên<br><b>Chức vụ hiện nay :</b> Phó Trưởng bộ môn  |   |  |                       |
| <b>7. Địa chỉ nhà riêng:</b> Phòng 1602 Nhà 17T8, Khu ĐTM Trung Hòa – Nhân Chính, Phường Nhân Chính, Quận Thanh Xuân, Hà Nội<br><br>Điện thoại NR: 024.62975988; CQ:024.36280280; Mobile: 0983100668<br>E-mail: <a href="mailto:nguyendinhtoan@neu.edu.vn">nguyendinhtoan@neu.edu.vn</a>   |   |  |                       |
| <b>8. Cơ quan công tác:</b> Khoa Marketing, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân<br><br>Tên cơ quan: <b>Trường Đại học Kinh tế Quốc dân</b><br>Tên người đứng đầu: PGS.TS Phạm Hồng Chương – Hiệu Trưởng<br>Địa chỉ cơ quan: 207 Đường Giải Phóng, Hà Nội<br>Điện thoại: 024.36280280; Fax:024.39695992; Website: <a href="http://www.Neu.edu.vn">http://www.Neu.edu.vn</a> |   |  |                       |
| <b>9. Quá trình đào tạo</b>  |   |  |                       |
| <b>Bậc đào tạo</b>   | <b>Nơi đào tạo</b>                                      | <b>Chuyên ngành</b>                            | <b>Năm tốt nghiệp</b> |
| Đại học  | Trường ĐH Kinh tế Quốc dân                              | QTKD CN&XDCCB                                  | 1999                  |
| Đại học  | Trường ĐH Ngoại ngữ - ĐHQGHN                            | Tiếng Anh                                      | 2017                  |
| Thạc sỹ  | Trường ĐH Kinh tế Quốc dân                              | Marketing                                      | 2004                  |
| Tiến sĩ  | Trường ĐH Kinh tế Quốc dân                              | QTKD (Marketing)                               | 2018                  |
| Trao đổi giảng viên  | San Diego State University                              | QTKD và Marketing                              | 2011                  |

**10. Trình độ ngoại ngữ: Tiếng Anh: nghe, nói, đọc, viết****11. Quá trình công tác**

| <b>Thời gian<br/>(từ năm ... đến năm...)</b> | <b>Vị trí công tác</b>  | <b>Lĩnh vực chuyên môn</b>     | <b>Cơ quan công tác</b>    |
|--|---|--------------------------------|----------------------------|
| 1/2000 – 5/2006                              | Phụ trách marketing,  | Kinh doanh                     | Công ty TNHH Việt Quang    |
| 6/2006 – 6/2009                              | Chuyên viên, Phòng Quản lý đào tạo  | Chuyên viên                    | Trường ĐH kinh tế quốc dân |
| 6/2009 – 3/2014                              | Giảng viên, Bộ môn Truyền thông Marketing, Khoa Marketing.                          | Marketing, Quản trị kinh doanh | Trường ĐH kinh tế quốc dân |
| 4/2014 – 1/2020                              | Giảng viên, Phó Trưởng Bộ môn, Bộ môn Truyền thông Marketing, Khoa Marketing.       | Marketing, Quản trị kinh doanh | Trường ĐH kinh tế quốc dân |
| 02/2020 – nay                                | Giảng viên chính, Phó Trưởng Bộ môn, Bộ môn Truyền thông Marketing, Khoa Marketing. | Marketing, Quản trị kinh doanh | Trường ĐH kinh tế quốc dân |

**12. Các công trình KH&CN chủ yếu được công bố, sách chuyên khảo**

| <b>TT</b> | <b>Tên công trình<br/>(bài báo, công trình...)</b>  | <b>Là tác giả hoặc là đồng tác giả công trình</b> | <b>Nơi công bố<br/>(tên tạp chí đã đăng/nhà xuất bản)</b>                                   | <b>Năm công bố</b> |
|-----------|---|---|---|--------------------|
| <b>I</b>  | <b>Tạp chí khoa học quốc tế</b>   |   |   |                    |
| 1.        | Brand Image Transfer through Event Sponsorship: The Case of Habeco Sponsorship for Happy Color Run Event                          | Tác giả chính                                     | Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems, Vol 11.09, p266-274 (Scopus) | 7/2019             |
| 2.        | Determinants Influencing Vietnamese Farmers' Intention in Applying New Technologies in Agricultural Farming                       | Đồng tác giả                                      | European Journal of Business and Management, Vol.12, No.6, 2020                             | 3/2020             |
| 3.        | Determinants Influencing Entrepreneurial Intention in Hanoi, Vietnam  | Tác giả chính                                     | European Journal of Business and Management, Vol.12, No.15, 2020                            | 5/2020             |
| 4.        | Factors Affecting The Decision To Use Apps For Providing Online Food Ordering Service To Consumers In Hanoi                       | Đồng tác giả                                      | International Journal of Advanced Science and Technology, Vol. 29, No. 8s, (2020), (Scopus) | 8/2020             |
| 5.        | The Impact of Psychological and Environmental Factors on Consumers' Purchase Intention toward Organic Food: Evidence from Vietnam | Tác giả chính                                     | Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 1 (2021) 915–925 (Scopus)         | 02/2021            |

| <b>II Tạp chí khoa học quốc gia</b> |   |                  |  |         |
|-------------------------------------|---|------------------|--|---------|
| 1.                                  | Mối quan hệ giữa sự thỏa mãn, lòng trung thành và mua lặp lại đối với sản phẩm áo sơ mi may sẵn   | Đồng Tác giả     | Tạp chí Kinh tế & Phát triển, Số 200(II)   | 2/2014  |
| 2.                                  | Hiệu quả hoạt động quan hệ công chúng (PR), nhìn từ thực hiện chương trình “Trái tim cho em” của Viettel                                    | Đồng tác giả     | Tạp chí Kinh tế & Phát triển, Số 201(II)   | 3/2014  |
| 3.                                  | Ảnh hưởng của tài trợ sự kiện đến hình ảnh thương hiệu của nhà tài trợ: Nghiên cứu trường hợp HABECO với sự kiện Happy Colour Run           | Đồng tác giả     | Tạp chí Kinh tế & Phát triển, Số 237(II)   | 3/2017  |
| 4.                                  | Ảnh hưởng của tài trợ sự kiện đến hình ảnh thương hiệu của nhà tài trợ: Tổng quan tình hình nghiên cứu                                      | Đồng tác giả     | Tạp chí Kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương, Số 496   | 6/2017  |
| 5.                                  | Ảnh hưởng của một số nhân tố đến ý định ứng dụng công nghệ nông nghiệp mới của các hộ nông dân Việt Nam                                     | Đồng tác giả     | Tạp chí Kinh tế & Phát Triển, Số 263   | 5/2019  |
| 6.                                  | Xây dựng mô hình nghiên cứu các yếu tố cản trở hành vi mua thực phẩm sạch và an toàn của người tiêu dùng thành thị: nghiên cứu tại Việt Nam | Đồng tác giả     | Tạp chí Khoa học Thương mại, Số 130  | 6/2019  |
| 7.                                  | Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên: Nghiên cứu trường hợp sinh viên trên địa bàn Hà Nội                             | Tác giả duy nhất | Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, Số 11 (510)  | 11/2020 |
| <b>III Hội thảo quốc tế</b>         |   |                  |  |         |
| 1.                                  | Image transfer through sponsorship the role of sponsor-event congruence: The Happy Colour Run and Habeco Case                               | Tác giả chính    | 13th International Conference on Humanities & Social Sciences 2017 (IC-HUSO2017)   | 11/2017 |
| 2.                                  | Investigating the moderating role of attitude toward sponsorship on event sponsorship   | Tác giả chính    | The 1 <sup>st</sup> International Conference on Contemporary Issues in Economics, Management and Business (1 <sup>st</sup> CIEMB 2018) | 11/2018 |
| 3.                                  | Marketing xã hội bao cao su trong chương trình Dân số - Kế hoạch hóa gia đình tại Việt Nam: Trường hợp nghiên cứu bao cao su Nighthappy.    | Đồng tác giả     | Kinh doanh số và Marketing trong kỷ nguyên toàn cầu hóa  | 11/2019 |
| 4.                                  | The impact of Psychological and Enviromental factors on consumer’s purchase attention toward organic food:study conducted in Hanoi, Vietnam | Đồng tác giả     | The 2 <sup>nd</sup> International Conference on Contemporary Issues in Economics, Management and Business (2 <sup>nd</sup> CIEMB 2019) | 11/2019 |
| 5.                                  | Factors influencing the decision to adopt organic agricultural production by farmers in the suburbs of Hanoi                                | Tác giả chính    | The 3 <sup>rd</sup> International Conference on Contemporary Issues in Economics, Management and Business (3 <sup>rd</sup> CIEMB 2020) | 11/2020 |

| <b>IV</b> | <b>Hội thảo quốc gia</b>  |                  |  |         |
|-----------|---|------------------|--|---------|
| 1.        | Cơ sở dữ liệu khách hàng chìa khóa cho quảng cáo thành công   | Tác giả duy nhất | Quan trị Quan hệ khách hàng lý thuyết và thực tiễn ứng dụng ở Việt Nam   | 2012    |
| 2.        | Giảng dạy học phần tài trợ tại trường ĐH KTQD   | Tác giả chính    | Đào tạo, nghiên cứu, ứng dụng Marketing và Định giá ở Việt Nam   | 2016    |
| 3.        | Ảnh hưởng của tài trợ sự kiện đến hình ảnh thương hiệu của nhà tài trợ: Nghiên cứu trường hợp HABECO với sự kiện Happy Colour Run.                    | Tác giả chính    | Marketing tại Việt Nam từ lý thuyết đến thực tiễn  | 2017    |
| 4.        | Hệ thống cơ chế, chính sách hiện hành và vai trò của chính quyền địa phương trong việc phát triển sản xuất các sản phẩm nông nghiệp hữu cơ ở Việt Nam | Tác giả duy nhất | Giải pháp thúc đẩy phát triển sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp hữu cơ trên địa bàn TP. Hà Nội, Tại TP. Hà Nội         | 6/2020  |
| 5.        | Công nghệ hóa dược trong phát triển ngành Công nghiệp dược phẩm ở Việt Nam  | Tác giả chính    | Vai trò của các tổ chức trung gian trên thị trường KH&CN tại Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0; Tại TP. HCM                     | 6/2020  |
| 6.        | Chuỗi giá trị ngành dược phẩm toàn cầu và đặc điểm chuỗi giá trị của ngành dược phẩm ở Việt Nam   | Tác giả chính    | Vai trò của các tổ chức trung gian trên thị trường KH&CN tại Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0; Tại TP. HCM                     | 6/2020  |
| 7.        | Thực trạng năng lực hoạt động của các tổ chức trung gian KH&CN trong ngành Hóa dược   | Tác giả chính    | Nghiên cứu đề xuất giải pháp chính sách hỗ trợ phát triển các tổ chức trung gian của thị trường KH&CN Việt Nam, Tại TP. Hà Nội | 9/2020  |
| 8.        | Các hình thức hoạt động và kết nối của các tổ chức trung gian khoa học công nghệ ngành Hóa dược   | Tác giả chính    | Nghiên cứu đề xuất giải pháp chính sách hỗ trợ phát triển các tổ chức trung gian của thị trường KH&CN Việt Nam, Tại TP. Hà Nội | 9/2020  |
| 9.        | Ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 tới hoạt động nghiên cứu khoa học của giảng viên đại học  | Đồng tác giả     | Covid-19 đại dịch và những vấn đề đặt ra đối với phát triển bền vững, Tại Viện Hàn lâm khoa học và Xã hội Việt Nam, Hà Nội     | 11/2020 |
| <b>V</b>  | <b>Sách, giáo trình và các ấn phẩm khác đã công bố</b>  |                  |  |         |
| 1.        | Giáo Trình Truyền thông marketing tích hợp (IMC)  | Tham viên        | NXB Trường ĐH KTQD   | 2016    |
| 2.        | Bài giảng Quan hệ công chúng  | Chủ biên         | NXB Trường ĐH KTQD   | 2017    |
| 3.        | Các yếu tố ảnh hưởng tới việc ứng dụng công nghệ trong sản xuất nông nghiệp ở Việt Nam  | Thành viên       | NXB Lao động xã hội  | 2019    |

| <b>13. Số lượng văn bằng độc quyền sáng chế/ giải pháp hữu ích/ văn bằng bảo hộ giống cây trồng/ thiết kế bố trí mạch tích hợp đã được cấp</b> |                                   |                                       |   |   |
|--|-----------------------------------|---------------------------------------|---|---|
| TT   | Tên và nội dung văn bằng          | Năm cấp văn bằng                      |   |   |
| 1.   |                                   |                                       |   |   |
| <b>14. Số lượng công trình, kết quả nghiên cứu được áp dụng trong thực tiễn</b>  |                                   |                                       |   |   |
| TT   | Tên công trình                    | Hình thức, quy mô, địa chỉ áp dụng    | Thời gian                                 |   |
| 1.   |                                   |                                       |   |   |
| <b>15. Các đề tài, dự án, nhiệm vụ KH&amp;CN đã chủ trì hoặc tham gia trong 5 năm gần đây</b>  |                                   |                                       |   |   |
| <b>Tên đề tài, dự án, nhiệm vụ KH&amp;CN đã chủ trì</b>  |                                   | <b>Thời gian (bắt đầu - kết thúc)</b> | <b>Thuộc Chương trình (nếu có)</b>        | <b>Tình trạng (đã nghiệm thu-xếp loại, chưa nghiệm thu)</b> |
| Phát triển thương hiệu làng nghề truyền thống ở Hà Nội: Trường hợp thương hiệu làng nghề xôi chè Phú Thượng, Quận Tây Hồ, Hà Nội               |                                   | 2017                                  | Đề tài cấp cơ sở                          | Đã nghiệm thu – xếp loại tốt                                |
| Thực trạng hoạt động của các tổ chức trung gian của thị trường khoa học và công nghệ của ngành dược  |                                   | 2020                                  | Đề tài nhánh thuộc đề tài TTKHCN.ĐT.01-20 | Đang nghiệm thu   |
| <b>Tên đề tài, dự án, nhiệm vụ KH&amp;CN đã tham gia</b>   |                                   | <b>Thời gian (bắt đầu - kết thúc)</b> | <b>Thuộc Chương trình</b>                 | <b>Tình trạng (đã nghiệm thu, chưa nghiệm thu)</b>          |
| Nghiên cứu hoàn thiện pháp luật điều chỉnh hoạt động quảng cáo ở Việt Nam  |                                   | 2012 – 2013                           | Cấp Bộ                                    | Đã nghiệm thu – xếp loại tốt                                |
| Vai trò của Việt Nam trong mô hình tổ chức sản xuất của các doanh nghiệp Nhật Bản  |                                   | 2017 – 2018                           | Đề tài nhánh thuộc đề tài KX01.13/16-20   | Đã nghiệm thu – xếp loại tốt                                |
| Yếu tố cản trở hành vi mua sắm thực phẩm sạch và an toàn của người dân trong các đô thị ở Việt Nam   |                                   | 2018 – 2019                           | Cấp Bộ                                    | Đã nghiệm thu – xếp loại tốt                                |
| Giải pháp thúc đẩy phát triển sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp hữu cơ trên địa bàn thành phố Hà Nội                                   |                                   | 2018 – 2020                           | Cấp Thành phố                             | Đã nghiệm thu – xếp loại tốt                                |
| Nghiên cứu đề xuất giải pháp chính sách hỗ trợ phát triển các tổ chức trung gian của thị trường khoa học và công nghệ Việt Nam                 |                                   | 2019 – 2020                           | Cấp Nhà nước TTKHCN.ĐT.01-20              | Đã nghiệm thu cấp cơ sở                                     |
| <b>16. Giải thưởng (về KH&amp;CN, về chất lượng sản phẩm, ...)</b>   |                                   |                                       |   |   |
| TT   | Hình thức và nội dung giải thưởng |                                       | Năm tặng thưởng                           |   |
| 1  |                                   |                                       |   |   |

| <b>17. Kinh nghiệm về quản lý, đánh giá KH&amp;CN</b>  |                    |                               |                 |                       |
|--|--------------------|-------------------------------|-----------------|-----------------------|
| TT   | Hình thức Hội đồng |                               |                 | Số lần                |
| 1  |                    |                               |                 |                       |
| <b>18. Nghiên cứu sinh đã hướng dẫn bảo vệ thành công</b>  |                    |                               |                 |                       |
| TT   | Họ và tên          | Hướng dẫn hoặc đồng hướng dẫn | Đơn vị công tác | Năm bảo vệ thành công |
| 1  |                    |                               |                 |                       |
| <b>19. Lĩnh vực chuyên môn sâu có thể tư vấn</b>   |                    |                               |                 |                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinh tế và Quản trị kinh doanh;</li> <li>- Marketing vi mô, Marketing vĩ mô;</li> <li>- Xây dựng chính sách phát triển công nghiệp, nông nghiệp;</li> <li>- Thu hút đầu tư, cải cách và phát triển giáo dục, y tế.</li> </ul> |                    |                               |                 |                       |
| <b>20. Tham gia Đào tạo Sau Đại học:</b>   |                    |                               |                 |                       |
| <p>Hướng dẫn Cao học viên trong nước thực hiện Luận văn Thạc sĩ, từ năm 2020 đến nay</p>   |                    |                               |                 |                       |

*Tôi xin cam đoan những thông tin được ghi ở trên là hoàn toàn chính xác.*

*Hà Nội, ngày 22 tháng 03 năm 2021*

**Xác nhận của Cơ quan chủ quản**

**Người khai**



**Nguyễn Đình Toàn**