

## LÝ LỊCH KHOA HỌC

<b>1. Họ và tên: NGUYỄN ĐÌNH TOÀN</b>					
2. Năm sinh: 10 – 06 – 1975			3. Nam/Nữ: Nam		
4. Học hàm: Phó Giáo sư			Năm được phong: 2022		
Học vị: Tiến sĩ			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 cao cấp <b>Chức vụ hiện nay : Phó Trưởng bộ môn</b>					
<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					
Điện thoại NR: 024.62975988; CQ:024.36280280; Mobile: 0983100668 E-mail: <a href="mailto:nguyendinhthoan@neu.edu.vn">nguyendinhthoan@neu.edu.vn</a>					
<b>8. Cơ quan công tác:</b> Khoa Marketing, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân					
Tên cơ quan: <b>Trường Đại học Kinh tế Quốc dân</b> Tên người đứng đầu: GS.TS Phạm Hồng Chương – Hiệu Trưởng Địa chỉ cơ quan: 207 Đường Giải Phóng, Hà Nội 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&XDCB	1999		
Đại học	Trường ĐH Ngoại ngữ - ĐHQGHN	Tiếng Anh	2017		
Thạc sỹ	Trường ĐH Kinh tế Quốc dân	Marketing	2004		
Tiến sỹ	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 (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 – 01/2023	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
02/2023 – nay	Giảng viên cao cấp, 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 (bài báo, công trình...)</b>	<b>Là tác giả hoặc đồng tác giả công trình</b>	<b>Nơi công bố (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, Q3)	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.	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, Q4).	8/2020
4.	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,Q2/ESCI (ISI))	02/2021
5.	Factors influencing the decision to adopt organic agricultural production by farmers in the suburbs of Hanoi	Tác giả chính	Journal of Economics and Development (JED), Vol Special Issue (2021), 97 - 112	6/2021

6.	Inter-relationships among green consumption values, attitude towards green consumption, and green consumption intention: Evidence from Vietnam	Tác giả duy nhất	Central Asia and the Caucasus, Volume 22 Issue 5 2021, 1331-1346 (Scopus Q3)	12/2021
7.	Measuring attitudes toward sponsor and purchase intention	Tác giả chính	Cogent Business and Management, Volume 9 Issue 1, 2022, 2014-2020, Scopus,Q2/ESCI (ISI)	3/2022
8.	Event Sponsorship and Brand Loyalty: Mediating Role of Attitude Toward Sponsored Events and Sponsoring Brand	Tác giả duy nhất	VNU Journal of Economics and Business, Vol 2, Issue 2, 2022	4/2022
9.	The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Customer Loyalty: Evidence From Vietnam	Tác giả chính	International Journal of Customer Relationship Marketing and Management, Vol 13, Issue 1, 2022 (Q4)	6/2022
10.	The effect of Generation Z's perceptions of brand activism on brand loyalty: evidence from Vietnam	Tác giả chính	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol 35, Issue 6, 2023 (SSCI/Q1)	5/2023
<b>II</b>	<b>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	Tác giả chính	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	Tác giả chính	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	Tác giả chính	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	Tác giả chính	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
8.	Ảnh hưởng của các yếu tố tại điểm bán tới phản hồi hành vi của khách hàng: So sánh sự khác biệt về giới tính	Tác giả chính	Tạp chí Công Thương, số 11 (2021)	05/2021

9.	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên Việt Nam: So sánh sự khác biệt giới tính và khối ngành	Tác giả chính	Tạp chí Kinh tế & Phát Triển, Số 292	10/2021
10.	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tiêu dùng xanh của giới trẻ: Nghiên cứu trường hợp giới trẻ trên địa bàn Hà Nội	Tác giả chính	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, Số 11 (522)	11/2021
11.	Tác động của công nghệ thực tế tăng cường AR tới mức độ bảo mật và tiện ích trên các nền tảng bán hàng trực tuyến tại Việt Nam hiện nay	Tác giả chính	Tạp chí Công Thương, số 1 (2022)	1/2022
12.	Ảnh hưởng của sự bảo chứng của người nổi tiếng đến ý định mua của giới trẻ Việt Nam: Nghiên cứu trường hợp thương hiệu điện thoại di động OPPO	Tác giả chính	Tạp chí Khoa học Thương mại, số 162 (2022)	2/2022
13.	Ảnh hưởng nhận thức của thế hệ Z đối với thương hiệu theo chủ nghĩa hành động đến lòng trung thành thương hiệu: So sánh sự khác biệt giữa các thành phố	Tác giả chính	Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á, Vol 33, Issue 7, 2022	4/2022
14.	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư chứng khoán của các nhà đầu tư cá nhân tại Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19	Tác giả chính	Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và phát triển, số 131 (5A), 2022	4/2022
15.	Ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến sức khỏe tâm thần của người lao động Việt Nam trong thời điểm giãn cách xã hội	Tác giả chính	Tạp chí Nghiên cứu kinh tế, số 5 (2022)	5/2022
16.	Mối quan hệ giữa tính khả dụng của trang web với thái độ và ý định mua của người tiêu dùng: Vai trò trung gian của sự hài lòng	Tác giả duy nhất	Tạp chí Kinh tế & Phát Triển, Số 299, 2022	5/2022
<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	13 <sup>th</sup> International Conference on Humanities & Social Sciences 2017 (IC-HUSO2017, Thailand)	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, Hanoi)	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, Hanoi	11/2019
4.	Foreign direct investment situation and trend of some asia countries: Opportunities for Vietnam	Tác giả chính	The 4 <sup>th</sup> International Conference on Contemporary Issues in Economics, Management and Business, Hanoi	11/2021

5.	The impact of eco-label on green purchase behavior of Vietnamese youth	Tác giả chính	International Conference on Social Economic and Environmental Issues in Development – (ICSEED 15th).	6/2022
6.	The Impact Of Electronic Word-Of-Mouth (Ewom) On Intention To Use E-Wallet: Evidence From Vietnamese students	Đồng tác giả	The 3rd International Conference on Marketing in the Connected Age (MICA-2022)	10/2022
7.	Why do cusstomers trust affiliate travel websites? How Vietnamese travel companies can improve their websites	Tác giả chính	The 5 <sup>th</sup> International Conference on Contemporary Issues in Economics, Management and Business (5 <sup>th</sup> CIEMB 2022)	11/2022
8.	Factors affecting learning outcomes of students in universities in Hanoi	Đồng tác giả	International Conference on Social Economic and Environmental Issues in Development – (ICSEED 17th).	6/2023
9.	Consumers' intention and behaviour in a circular economy: A proposed model	Đồng tác giả	The 6 <sup>th</sup> International Conference on Contemporary Issues in Economics, Management and Business (5 <sup>th</sup> CIEMB 2023)	11/2023
<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 KHCN 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 KHCN 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 (Sách chuyên khảo)	Thành viên	NXB Lao động xã hội	2019
4.	Giáo trình Nghiên cứu Marketing	Thành viên	NXB Trường ĐH KTQD	2021
5.	Sự tham gia của các tổ chức trung gian vào phát triển thị trường khoa học và công nghệ tại Việt Nam (sách chuyên khảo)	Thành viên	NXB Trường ĐH KTQD	2021
6.	Phát triển sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp hữu cơ: Từ lý thuyết đến thực tiễn (Sách chuyên khảo)	Đồng chủ biên	NXB Khoa học Kỹ thuật	2021
7.	Giáo trình Xúc tiến bán	Chủ biên	NXB Trường ĐH KTQD	2022
8.	Phát triển thị trường khoa học công nghệ Việt Nam	Thành viên	NXB Trường ĐH KTQD	2023
9.	Giáo trình Quan hệ công chúng	Chủ biên	NXB Trường ĐH KTQD	2024
<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.	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	Sử dụng trong việc xây dựng “Chương trình phát triển thị trường KHCN quốc gia đến năm 2030” của Chính phủ		21/7/2021

<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
Phân tích quá trình Việt Nam tham gia PTBV và sự hoàn thiện về nội hàm PTBV thời gian qua.	2019-2021	Đề tài nhánh thuộc đề tài độc lập cấp Quốc gia: Mã số TTDL.XH.05/19_2.1 TS. Nguyễn Đình Toàn	Đã nghiệm thu xếp loại tốt
Tìm ra các điều kiện khác biệt của dải ven biển Bắc Trung Bộ đặt ra trong bối cảnh mới.	2019-2021	Đề tài nhánh thuộc đề tài độc lập cấp Quốc gia: Mã số TTDL.XH.05/19_2.2 TS. Nguyễn Đình Toàn	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	2020-2021	Đề tài nhánh thuộc đề tài cấp Nhà nước mã số: TTKHCN.ĐT.01-20TS. Nguyễn Đình Toàn	Đã nghiệm thu xếp loại tốt
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
Luận cứ khoa học cho giải pháp chính sách phát triển bền vững giải ven biển Bắc Trung Bộ.	2019 – 2021	Đề tài độc lập cấp Quốc gia, Mã số TTDL.XH.05/19	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 – 2021	Cấp Nhà nước, mã số TTKHCN.ĐT.01-20	Đã nghiệm thu xếp loại tốt
Đề xuất giải pháp thúc đẩy phát triển thị trường khoa học và công nghệ trên địa bàn thành phố Hà Nội trong bối cảnh mới	2022-2023	Cấp Thành phố	Đã nghiệm thu xếp loại tốt

<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; Marketing vi mô, Marketing vĩ mô;</li> <li>- Truyền thông Marketing; Quan hệ công chúng; Quản trị khủng hoảng</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>				
Hướng dẫn Cao học viên, NCS trong nước thực hiện Luận văn Thạc sĩ, luận án tiến sĩ từ năm 2019 đến nay				

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

Hà Nội, ngày 18 tháng 03 năm 2024

**Xác nhận của Cơ quan chủ quản**

**Người khai**

**PGS.TS Nguyễn Đình Toàn**