

TỜ TRÌNH

Về việc đề nghị cho phép đào tạo trình độ tiến sĩ ngành Quản trị kinh doanh (mã số: 9340101)

Kính gửi: Vụ Giáo dục Đại học – Bộ GD&ĐT

Trường Đại học Nam Cần Thơ được thành lập ngày 25/01/2013 theo Quyết định số 230/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ và Trường đã được Bộ Giáo dục và Đào tạo cho phép hoạt động đào tạo theo quyết định số 1335/QĐ-BGDĐT ngày 12 tháng 4 năm 2013.

Trường có trụ sở chính tại số 168, đường Nguyễn Văn Cừ (nổi dài) Phường An Bình, Quận Ninh Kiều, Thành phố Cần Thơ với diện tích đất được quy hoạch trên 30,8 hecta và diện tích sàn xây dựng phục vụ đào tạo, nghiên cứu khoa học hơn 62.500 m² đáp ứng được nhu cầu đào tạo học tập của trên 11.000 sinh viên.

Trường Đại học Nam Cần Thơ (DNC) luôn hướng tới xây dựng thành một trường ĐH tiên tiến về chất lượng đào tạo và chuyển giao các thành quả nghiên cứu khoa học cơ bản ứng dụng vào các hoạt động thực tiễn.

Trường ĐH Nam Cần Thơ đã được phép đào tạo 28 ngành: Dược học, Kế toán, Tài chính – Ngân hàng, Quản trị Kinh doanh, Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành, Quản lý đất đai, Quản lý Tài nguyên và Môi trường, Quan hệ Công chúng (PR), Kỹ thuật xây dựng, Kiến trúc, Luật Kinh tế, Công nghệ kỹ thuật ô tô, Xét nghiệm y học, Kỹ thuật hình ảnh y học, Công nghệ thực phẩm... Ngoài ra, Trường còn kết hợp đào tạo liên thông với các trường ĐH trên thế giới. Trường đã xây dựng thư viện điện tử khá hiện đại phục vụ tra cứu tài liệu qua mạng Internet.

Sau hơn 09 năm xây dựng và phát triển, đến nay Trường đã có trên 5.000 sinh viên ra trường thuộc các ngành đào tạo như Tài chính – Ngân hàng, Kế toán, Quản trị kinh doanh, Dược học, Luật kinh tế, Quan hệ công chúng,... đóng góp vào sự phát triển nguồn nhân lực có chất lượng cao theo nhu cầu xã hội của cả nước.

Trước nhu cầu học tập và yêu cầu cần thiết cung cấp nguồn nhân lực có trình độ sau đại học, phục vụ sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội các tỉnh phía Nam, nhất là vùng Đồng Bằng sông Cửu Long. Trường Đại Nam Cần Thơ đã có sự đầu tư, chuẩn bị cho việc đào tạo Tiến sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh.

Hiện nay, Trường Đại học Nam Cần Thơ đã ổn định bộ máy hoạt động và đầu tư cơ sở vật chất, các trang thiết bị, tài liệu giảng dạy, học tập hiện đại. Đội ngũ giảng viên cơ hữu của nhà trường hiện nay là 711 người, trong đó: 01 GS, 14 PGS,

65 tiến sĩ, 463 thạc sĩ, 168 đại học (bao gồm cả CK cấp I, cấp II). Đây là đội ngũ giảng viên có nhiều kinh nghiệm giảng dạy tại các trường đại học, giàu nhiệt huyết và có tâm với nghề. Bên cạnh đó, còn có sự tham gia đào tạo của đội ngũ giảng viên mời giảng có trình độ cao, có kinh nghiệm đào tạo.

Dự kiến chỉ tiêu tuyển sinh trong năm đầu tiên là 08 nghiên cứu sinh, sau đó mỗi năm tăng khoảng từ 02 – 03 nghiên cứu sinh và giữ nguyên chỉ tiêu tuyển sinh cho đến khi đạt được 10 nghiên cứu sinh. Như vậy sau 05 năm đào tạo Tiến sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh có khoảng 40 nghiên cứu sinh tại ĐH Nam Cần Thơ.

Trên cơ sở chuẩn bị đội ngũ giảng viên cơ hữu và giảng viên mời giảng cùng cơ sở vật chất đáp ứng yêu cầu đào tạo trình độ Tiến sĩ, Trường Đại Nam Cần Thơ kính trình Bộ Giáo dục và Đào tạo xem xét cho phép Trường đào tạo bậc Tiến sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh. Toàn bộ nội dung hồ sơ đề nghị cho phép đào tạo đã được đưa lên trang web của cơ sở đào tạo tại địa chỉ: www.nctu.edu.vn.

Trân trọng kính trình.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu VT, TC-HC.



TS. Nguyễn Văn Quang



Trường đại học

PHẦN 1: SỰ CẦN THIẾT PHẢI XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

1. Giới thiệu về cơ sở đào tạo

Trường Đại học Nam Cần Thơ được thành lập ngày 25/01/2013 theo quyết định số 230/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

Trường có trụ sở chính tại số 168, đường Nguyễn Văn Cừ (nối dài) Phường An Bình, Quận Ninh Kiều, Thành phố Cần Thơ với diện tích đất được quy hoạch trên 30,8 hecta và diện tích sàn xây dựng phục vụ đào tạo, nghiên cứu khoa học hơn 62.500 m² đáp ứng được nhu cầu đào tạo học tập của trên 12.000 sinh viên.

Hiện nay, Trường Đại học Nam Cần Thơ đã xây dựng hoàn thành hệ thống cơ sở hạ tầng kiến trúc qui hoạch thống nhất bao gồm: hệ thống khu nhà hiệu bộ, khu giảng đường lý thuyết, phòng học ngoại ngữ, tin học, cùng với các phòng thực hành thí nghiệm phục vụ nhu cầu nghiên cứu và học tập của sinh viên.

Cuối năm 2014, Trường ĐH Nam Cần Thơ đã đầu tư xây dựng và đưa vào sử dụng Khu ký túc xá với diện tích hơn 10.000 m² được xây dựng theo mô hình khu phức hợp khép kín, hiện đại dành cho HSSV với nhiều loại hình dịch vụ như: phòng đọc sách, phòng internet...với diện tích hơn 10.000m², có sức chứa khoảng 1.500 HSSV, đáp ứng nhu cầu nội trú của HSSV tại trường.

Vào tháng 10/2015, Trường đã đưa vào sử dụng khu Hiệu bộ, giảng đường hiện đại được xây dựng trong khuôn viên rộng 50.500m², có diện tích sàn sử dụng 10.800m². Tổng vốn đầu tư khoảng 55 tỉ đồng.

Nhân dịp Lễ khai giảng năm học 2016 – 2017, công trình Khu giảng đường, phòng học khối chữ I được xây dựng với tổng diện tích sàn xây dựng hơn 10.000m², gồm 04 tầng nổi và 01 tầng hầm cũng được khánh thành đưa vào sử dụng.

Cuối tháng 9/2017 trường Đại học Nam Cần Thơ đã đưa vào sử dụng công trình Thư viện điện tử với lối kiến trúc hiện đại, ứng dụng đồng bộ các giải pháp công nghệ tự động trong quản lý, vận hành và các tiện ích sáng tạo truyền cảm hứng cho người đọc, nghiên cứu khoa học. Trung tâm Thư viện điện tử Trường Đại học Nam Cần Thơ được xây dựng với quy mô một trệt, ba lầu. Diện tích sử dụng trên 4.200m², kinh phí đầu tư trên 50 tỷ đồng, cùng lúc phục vụ 2.000 người đọc... Công trình xây dựng Trung tâm Thư viện điện tử Trường Đại học Nam Cần Thơ là dự án quan trọng góp phần phục vụ công tác giảng dạy và nghiên cứu khoa học. Dự án không chỉ góp phần đào tạo nguồn nhân lực chất lượng, mà còn là bước đi quan trọng để Đại học Nam Cần Thơ hoàn thiện mô hình xây dựng Trường trở thành Trường Đại học theo hướng nghiên cứu ứng dụng.

Để phục vụ nhu cầu đào tạo ngành Công nghệ kỹ thuật ô tô và ngành Kỹ thuật cơ khí động lực, trường Đại học Nam Cần Thơ cũng đã xây dựng nhà xưởng thực thành Cơ khí – ô tô tại khuôn viên nhà trường với diện tích hơn 1.200 m², công

trình đã được khánh thành và đã đưa vào sử dụng trong tháng 07/2018. Mặt khác, nhà trường cũng đang xây dựng Showroom ô tô Nam Cần Thơ DNC tại đường song hành, quốc lộ 1A, khu dân cư Hồng Loan – Quận Cái Răng – Tp. Cần Thơ, diện tích sàn xây dựng 5.400m² với tổng vốn đầu tư hơn 150 tỷ đồng. Tháng 03/2020 Showroom ô tô Nam Cần Thơ DNC đã khánh thành đưa vào sử dụng. Showroom ô tô Nam Cần Thơ DNC là nơi thực hành thực tập cho sinh viên thuộc khối ngành Công nghệ kỹ thuật ô tô nói riêng và các ngành thuộc khối ngành Cơ khí động lực nói chung.

Sáng ngày 24/7/2018, Trường Đại học Nam Cần Thơ đã làm lễ khởi công xây dựng Khối thực hành đa chức năng và khởi công xây dựng Hồ bơi DNC tại trường. Khối thực hành đa chức năng của Trường Đại học Nam Cần Thơ được xây dựng với quy mô 01 tầng hầm, 01 tầng trệt, 04 tầng lầu và 01 tầng thượng. Diện tích sàn xây dựng 14.800m², tổng kinh phí đầu tư 150 tỷ đồng, do Trường Đại học Nam Cần Thơ làm chủ đầu tư và Tập đoàn Nam Miền Nam là nhà thầu thi công. Công trình được thi công trong thời gian dự kiến là 18 tháng. Khối thực hành đa chức năng của Trường Đại học Nam Cần Thơ là dự án quan trọng góp phần phục vụ công tác giảng dạy, đào tạo thực hành – thí nghiệm và nghiên cứu khoa học, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng, bước đi quan trọng để DNC hoàn thiện mô hình xây dựng Trường trở thành Trường Đại học theo hướng nghiên cứu ứng dụng, mô hình thành lập doanh nghiệp trong trường học.

Để phục vụ nhu cầu học tập, thực hành – thực tập cho sinh viên khối ngành sức khỏe cũng như đáp ứng nhu cầu khám chữa bệnh cho người dân, ngày 05/12/2018, Trường Đại học Nam Cần Thơ đã khởi công xây dựng Bệnh viện Đa khoa Nam Cần Thơ tại khu dân cư Nam Cần Thơ với tổng vốn đầu tư hơn 800 tỉ đồng. Bệnh viện Đa khoa Nam Cần Thơ có 09 tầng với quy mô 300 giường bệnh (Giai đoạn 1 xây dựng 200 giường và giai đoạn 2 xây dựng 100 giường) có diện tích xây dựng gần 25.000m². Bệnh viện Đa khoa Nam Cần Thơ dự kiến đến tháng 04 năm 2022 sẽ khánh thành đưa vào sử dụng.

2. Kết quả khảo sát, phân tích, đánh giá nhu cầu về nguồn nhân lực trình độ Tiến sĩ ngành quản trị kinh doanh

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế thế giới hiện nay, đòi hỏi mỗi người phải không ngừng cập nhật kiến thức mới, trau dồi kỹ năng chuyên môn để phát triển năng lực bản thân. Do đó, nhu cầu học tập nâng cao trình độ ngày càng gia tăng, nhất là nhu cầu tiếp tục học sau đại học. Ý định về việc tiếp tục học ở trình độ cao hơn của mỗi người có thể được hình thành ngay từ khi còn đang học ở bậc học hiện tại và đó cũng là động lực để họ thực hiện hành vi trong tương lai. Nghiên cứu về khía cạnh ý định của hành vi đã có rất nhiều công trình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước; điển hình là đóng góp của Ajzen and Fishbein (1975) với lý thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA), khẳng định ý định

hành vi phụ thuộc vào Thái độ đối với hành vi và Chuẩn mực chủ quan. Sau đó, Ajzen (1991) đã bổ sung thêm thang đo Nhận thức về kiểm soát hành vi và phát triển thành mô hình hành vi có hoạch định (Theory of Planned Behavior - TPB). Mô hình TPB đã được sử dụng trong nghiên cứu ở nhiều lĩnh vực khác nhau về ý định hành vi. Trong lĩnh vực giáo dục, một số tác giả đã vận dụng khung lý thuyết này để nghiên cứu về ý định học cao học của sinh viên sau khi tốt nghiệp, điển hình như các nghiên cứu ở nước ngoài (Haur, 2009; Ng *et al.*, 2011; Chong *et al.*, 2014), các nghiên cứu trong nước (Hồ Trúc Vi và Phan Trọng Nhân, 2017; Phạm Xuân Giang và Nguyễn Thị Phương Thảo, 2019; Đoàn Liêng Diễm và cộng sự, 2021).

Sau hơn 09 năm thành lập và phát triển, Đại học Nam Cần Thơ đã trở thành địa chỉ tin cậy thu hút đông đảo học viên, sinh viên tham gia học tập. Với số lượng sinh viên rất lớn đang theo học tại Trường, đây sẽ là khách hàng mục tiêu cho các chương trình đào tạo sau đại học. Vì vậy, việc nghiên cứu ý định vẫn tiếp tục lựa chọn Trường Đại học Nam cần Thơ là nơi theo học trình độ Tiến sĩ QTKD rất cần thiết giúp cho nhà trường có nhiều thông tin trong việc tiếp tục phát triển chương trình đào tạo, xây dựng các chính sách phát triển đào tạo và thu hút người học sau khi tốt nghiệp.

a. Phương pháp nghiên cứu

Thực tế, nhóm thực hiện khảo sát 500 sinh viên đang học năm 4 tại Trường Đại học Tây Đô, Đại học Nam Cần Thơ, Đại học Cần Thơ, Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ. Thời gian thu thập số liệu sơ cấp được tiến hành từ tháng 01 đến 03/2022.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả để diễn giải đặc điểm mẫu nghiên cứu dưới dạng phần trăm. Kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronchbach's Alpha nhằm loại các biến không phù hợp. Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) và phân tích hồi quy bội để xác định các yếu tố và mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến nhu cầu học Tiến sĩ Quản trị kinh doanh trên địa bàn TP. Cần Thơ.

b. Kết quả nghiên cứu

Kết quả khảo sát 500 sinh viên đang học năm thứ ba và năm thứ tư tại Trường Đại học Nam Cần Thơ được thống kê ở Bảng 1 cho thấy, sinh viên có ý định lựa chọn học tiếp lên cao học ngành Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Nam Cần Thơ tập trung chủ yếu ở khối ngành kinh tế (Quản trị kinh doanh, Marketing, Kinh doanh quốc tế, Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Quản trị khách sạn, Kế toán, Tài chính - Ngân hàng), chiếm 97,5%; các ngành khác rất ít 2,5% (Luật Kinh tế, Du lịch, Ngôn ngữ Anh). Bên cạnh đó, mức đại diện của sinh viên trong mẫu nghiên cứu phân theo giới tính có sự chênh lệch đáng kể, trong khi sinh viên nữ chiếm đến 75,5% thì sinh viên nam chỉ chiếm 24,5%. Phần lớn sinh viên có

ý định học Thạc sĩ Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Nam Cần Thơ tập trung chủ yếu ở năm thứ ba, chiếm 83%; trong khi đó tỷ lệ này ở sinh viên năm thứ tư là 17%.

Bảng 1: Thông tin về mẫu nghiên cứu

Tiêu chí		Tần số (Sinh viên)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	49	24,5
	Nữ	151	75,5
Ngành học	Quản trị kinh doanh	103	51,5
	Marketing	8	4,0
	Kinh doanh quốc tế	8	4,0
	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	19	9,5
	Quản trị khách sạn	9	4,5
	Kế toán	36	18,0
	Tài chính - Ngân hàng	12	6,0
	Luật kinh tế	1	0,5
	Du lịch	1	0,5
	Ngôn ngữ Anh	3	1,5
Năm đang học	Năm thứ ba	166	83,0
	Năm thứ tư	34	17,0

Nguồn: Kết quả phân tích từ 500 phiếu phỏng vấn sinh viên, 2022.

c. Các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu học Tiến sĩ Quản trị kinh doanh tại TP Cần Thơ

❖ Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo ở Bảng 2 cho thấy, các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha trên 0,6; các biến quan sát đều đạt hệ số tương quan với biến tổng lớn hơn 0,3; và hệ số Cronbach's Alpha sẽ giảm nếu loại bất kỳ biến nào. Do đó, các biến đo lường này đều đảm bảo độ tin cậy và được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

Bảng 2: Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Nhân tố	Số biến quan sát	Hệ số tương quan biến - tổng nhỏ nhất	Hệ số Cronbach's Alpha
TD - Thái độ đối với học cao học	4	0,667	0,856
CQ - Chuẩn mực chủ quan	4	0,601	0,825
HV - Nhận thức về kiểm soát hành vi	4	0,458	0,744

DT - Chương trình đào tạo	3	0,628	0,822
NN - Cơ hội nghề nghiệp	3	0,664	0,840
YD - Ý định học cao học	3	0,521	0,748

Nguồn: Kết quả phân tích từ 500 phiếu phỏng vấn sinh viên, 2022.

❖ Kết quả phân tích EFA các biến độc lập

Kết quả phân tích EFA các biến độc lập ở Bảng 3 với các kiểm định được đảm bảo như sau: hệ số $0,5 < KMO = 0,800 < 1,0$ nên phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế; $Sig. = 0,00 < 0,05$, các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện nên việc phân tích nhân tố đã có ý nghĩa; Phương sai cộng dồn là $69,281\% > 50\%$, đạt yêu cầu, có nghĩa là $69,281\%$ thay đổi của các nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát. Bên cạnh đó, kết quả phân tích EFA có 5 Eigenvalues đầu tiên lớn hơn 1 nên có 5 nhân tố được chọn trong nghiên cứu và các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 nên đạt yêu cầu. Bảng 3 cũng cho thấy, không có sự thay đổi về việc gom nhóm các biến quan sát so với mô hình nghiên cứu đã đề xuất, gồm 5 nhóm nhân tố độc lập với 18 biến quan sát.

Bảng 3: Ma trận nhân tố sau khi xoay

Biến	Diễn giải	Nhân tố				
		1	2	3	4	5
TD1	Việc học cao học là xứng đáng với số tiền tôi bỏ ra	0,828				
TD2	Việc học cao học đã được tôi hướng đến từ trước	0,764				
TD3	Việc học cao học đem đến cho tôi rất nhiều lợi ích	0,836				
TD4	Việc học cao học là sự lựa chọn tốt nhất đối với tôi	0,848				
CQ1	Gia đình động viên và khuyến khích tôi học cao học		0,754			
CQ2	Thầy/Cô khuyên và tư vấn cho tôi học cao học		0,715			
CQ3	Tôi lựa chọn học cao học sau khi được nhiều người ủng hộ và tư vấn		0,751			
CQ4	Tôi lựa chọn học cao học khi thấy nhiều người khác cũng học cao học		0,823			
HV1	Tôi nhận thấy có nhiều điều kiện thuận lợi học cao học			0,632		
HV2	Tôi tự tin vào năng lực của bản thân để học cao học			0,764		
HV3	Tôi thường xuyên trao đổi kiến thức để có thể thành công trong việc học cao học			0,757		
HV4	Tôi có đầy đủ thông tin cần thiết cho quyết định học cao học			0,789		
DT1	Chương trình đào tạo được thiết kế khoa học, trang bị các kiến thức thực tế và lý thuyết sâu, rộng				0,839	

Biến	Diễn giải	Nhân tố				
		1	2	3	4	5
DT2	Chương trình đào tạo tích hợp các kỹ năng thực hành và thực tế phong phú				0,869	
DT3	Chương trình đào tạo tập trung phát triển năng lực sáng tạo của học viên				0,788	
NN1	Nâng cao triển vọng nghề nghiệp và cơ hội thăng tiến nhiều hơn					0,826
NN2	Kỳ vọng cao hơn về thu nhập và môi trường làm việc tốt hơn					0,803
NN3	Xây dựng nhiều mối quan hệ hữu ích cho sự phát triển nghề nghiệp bản thân					0,772
Hệ số KMO = 0,800; Sig. = 0,00; Phương sai cộng dồn = 69,281%						

Nguồn: Kết quả phân tích từ 500 phiếu phỏng vấn sinh viên, 2022.

❖ Kết quả phân tích EFA biến phụ thuộc

Bảng 4 cho thấy, kết quả phân tích EFA biến phụ thuộc với các kiểm định được đảm bảo như sau: $0,5 < KMO = 0,678 < 1,0$ nên phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế; $Sig. = 0,00 < 0,05$, các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện nên việc phân tích nhân tố đã có ý nghĩa; Phương sai cộng dồn là $66,899\% > 50\%$, đạt yêu cầu, có nghĩa là $66,899\%$ thay đổi của nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát. Bên cạnh đó, có 1 Eigenvalue lớn hơn 1 nên 3 biến YD1, YD2, YD3 được gom thành một nhân tố duy nhất và được đặt tên là “Ý định học cao học” và các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 nên đạt yêu cầu.

Bảng 4: Kết quả phân tích EFA thang đo nhu cầu học Tiến sĩ QTKD

Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố
YD1	0,834
YD2	0,845
YD3	0,772
Hệ số KMO = 0,678; Sig. = 0,00; Phương sai cộng dồn = 66,899%	

Nguồn: Kết quả phân tích từ 500 phiếu phỏng vấn sinh viên, 2022.

❖ Phân tích hồi quy bội

Từ kết quả phân tích EFA các biến độc lập và biến phụ thuộc, tác giả tiếp tục thực hiện phân tích hồi quy bội để xác định mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến nhu cầu học Tiến sĩ Quản trị kinh doanh tại TP Cần Thơ.

Bảng 5: Kết quả phân tích hồi quy bội

Các biến độc lập	Hệ số Beta chuẩn hóa	Sig.	Hệ số VIF
(Hằng số)		1,000	

Các biến độc lập	Hệ số Beta chuẩn hóa	Sig.	Hệ số VIF
F1 - Thái độ đối với học TS	0,213	0,000	1,000
F2 - Chuẩn mực chủ quan	0,343	0,000	1,000
F3 - Nhận thức về kiểm soát hành vi	0,182	0,000	1,000
F4 - Chương trình đào tạo	0,536	0,000	1,000
F5 - Cơ hội nghề nghiệp	0,329	0,000	1,000
R ² hiệu chỉnh: 0,581; Hệ số Durbin - Watson: 1,956; ANOVA: Sig. 0,000			

Nguồn: Kết quả phân tích từ 200 phiếu phỏng vấn sinh viên, 2022.

Bảng 5 cho thấy, phân tích phương sai với Sig. < 0,05 cho biết mô hình đưa ra phù hợp với dữ liệu thực tế, nghĩa là các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc. Tất cả các biến F1, F2, F3, F4, F5 đều có Sig. < 0,05 nên tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc và độ tin cậy 95%. Hệ số Durbin - Watson là 1,956 thể hiện mô hình không vi phạm hiện tượng tự tương quan. Hệ số phóng đại phương sai VIF của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2,0 nên không có tình trạng đa cộng tuyến trong mô hình. Mô hình có R² hiệu chỉnh là 0,581 có nghĩa là 58,1% sự biến thiên của ý định học cao học được giải thích bởi các biến độc lập.

Kết quả phân tích hồi quy bội đã xác định được cả 5 biến độc lập đều có tương quan cùng chiều với ý định học cao học. Mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố theo thứ tự từ cao đến thấp là: Chương trình đào tạo ($\beta_4 = 0,536$), Chuẩn mực chủ quan ($\beta_2 = 0,343$), Cơ hội nghề nghiệp ($\beta_5 = 0,329$), Thái độ đối với học cao học ($\beta_1 = 0,213$), Nhận thức về kiểm soát hành vi ($\beta_3 = 0,182$).

d. Kết luận

Bài viết đã vận dụng lý thuyết hành vi có hoạch định của Ajzen (1991) gồm 3 yếu tố: Thái độ đối với hành vi, Chuẩn mực chủ quan, Nhận thức về kiểm soát hành vi; và bổ sung thêm hai yếu tố “Chương trình đào tạo” và “Cơ hội nghề nghiệp” trong nghiên cứu ý định học Thạc sĩ Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Nam Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng, cả 5 yếu tố đều có ảnh hưởng tích cực đến ý định học cao học và mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố theo thứ tự: Chương trình đào tạo, Chuẩn mực chủ quan, Cơ hội nghề nghiệp, Thái độ đối với học cao học, Nhận thức về kiểm soát hành vi. Qua kết quả phân tích, bài viết đề xuất một số hàm ý quản trị cho Trường Đại học Nam Cần Thơ:

Về chương trình đào tạo, đây là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định học cao học của sinh viên năm thứ ba và năm thứ tư. Theo đó, sinh viên đặc biệt quan tâm đến nội dung chương trình đào tạo, họ sẽ có được những kiến thức và kỹ năng gì sau quá trình đầu tư học tiếp lên cao học. Kết quả khảo sát cũng cho thấy, đa phần sinh viên đều lựa chọn học chương trình đào tạo Tiến sĩ Quản trị kinh doanh theo định hướng ứng dụng, chiếm 82,5%; trong khi đó tỷ lệ sinh viên lựa chọn

chương trình đào tạo định hướng nghiên cứu chỉ chiếm 17,5%. Qua kết quả nghiên cứu đã khẳng định, việc xây dựng chương trình đào tạo trình độ Tiến sĩ Quản trị kinh doanh theo định hướng ứng dụng của Trường trong thời gian qua là phù hợp. Theo đó, chương trình đào tạo được thiết kế khoa học, trang bị các kiến thức thực tế sâu, rộng; tích hợp các kỹ năng thực hành và thực tế phong phú; các học phần được lựa chọn gắn với ứng dụng trong thực tế nhằm phát triển năng lực sáng tạo của học viên. Tuy nhiên, về chiến lược lâu dài, nhà trường có thể phát triển đào tạo Tiến sĩ Quản trị kinh doanh theo cả hai hướng: nghiên cứu và ứng dụng nhằm đáp ứng nhu cầu xã hội.

Về chuẩn mực chú quan, có ảnh hưởng mạnh thứ hai đến ý định học cao học của sinh viên. Đây là yếu tố liên quan đến nhận thức của một người về những sức ép xã hội khiến người đó thực hiện hay không thực hiện các hành vi. Thực tế cho thấy, sinh viên cũng có xu hướng quan tâm đến sự ủng hộ của gia đình, bạn bè và Thầy/Cô đối với quyết định của họ. Do đó, hoạt động truyền thông của nhà trường không chỉ tác động đến sinh viên mà cần mở rộng đến gia đình, người thân và bạn bè của họ. Từ đó, các đối tượng này sẽ động viên, khuyến khích con, em, bạn bè học tiếp lên cao học.

Về cơ hội nghề nghiệp, việc tiếp tục học những bậc cao hơn giúp người học nâng cao kiến thức chuyên môn, đảm nhận được những công việc khó hơn và trở thành chuyên gia trong lĩnh vực được đào tạo. Do đó, họ có cơ hội phát triển nghề nghiệp, thăng tiến nhiều hơn, cũng như kỳ vọng cao hơn về thu nhập và môi trường làm việc tốt hơn. Vì vậy, bên cạnh xây dựng môi trường học tập tốt nhất, nhà trường cần đặc biệt quan tâm tìm kiếm, mở rộng liên kết với các doanh nghiệp để giới thiệu việc làm cho học viên. Nhà trường thực hiện đào tạo gắn với nhu cầu việc làm của doanh nghiệp nhằm nâng cao chất lượng dạy và học cũng như đáp ứng nhu cầu xã hội. Việc đẩy mạnh kết nối với doanh nghiệp không chỉ giúp tạo mối quan hệ, hỗ trợ cho việc đào tạo, gắn với việc làm mà còn mang đến cơ hội giao lưu, trao đổi, chia sẻ thông tin, hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp trong việc đào tạo theo địa chỉ, theo đơn đặt hàng, hoặc chuyên giao công nghệ và nghiên cứu khoa học.

Về thái độ đối với học cao học, nhà trường cần đẩy mạnh hoạt động truyền thông thông qua nhiều kênh như: giảng viên, cố vấn học tập, cựu sinh viên đã chuyển tiếp học cao học tại trường, hoặc những chương trình định hướng nghề nghiệp cho sinh viên sau khi ra trường để họ nhận thấy được những lợi ích thiết thực của việc học tiếp lên và rằng đây là một sự đầu tư đúng đắn cho tương lai. Từ đó, dần hình thành nơi sinh viên thái độ tích cực là tiếp tục học cao học.

Về nhận thức kiểm soát hành vi, nhà trường cần chú trọng cung cấp đầy đủ những thông tin liên quan đến tuyển sinh cao học và chương trình đào tạo nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho người học trong quá trình đăng ký dự tuyển và theo học

sau đó. Theo đó, Khoa Quản trị kinh doanh, Khoa Sau đại học, Phòng Đào tạo, Phòng Tuyển sinh và Truyền thông phối hợp chặt chẽ cung cấp, tư vấn chi tiết thông tin học cao học để thúc đẩy sinh viên quyết tâm tiếp tục học lên tại các Trường Đại học TP. Cần Thơ sau khi tốt nghiệp.

Bên cạnh những đóng góp thiết thực thông qua kết quả nghiên cứu, bài viết vẫn còn hạn chế nhất định về đối tượng khảo sát. Trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp và nguồn lực có hạn, bài viết này chỉ thực hiện khảo sát sinh viên đang học năm thứ ba và năm thứ tư tại Trường Đại học TP. Cần Thơ. Do đó, nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng khảo sát sinh viên đang học năm thứ ba và năm thứ tư tại các cơ sở đào tạo khác và những người đang làm việc tại các cơ quan, ban, ngành, doanh nghiệp; từ đó đề xuất các hàm ý quản trị có tính bao quát hơn nhằm thu hút đa dạng các nhóm đối tượng lựa chọn học Tiến sĩ Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học trên địa bàn TP. Cần Thơ.

3. Khoa Kinh tế - Đơn vị quản lý chuyên môn ngành Quản trị kinh doanh

Khoa Kinh tế được thành lập theo quyết định số 43/QĐ-CTHĐQT-ĐHNCT của Chủ tịch Hội đồng quản trị Trường ĐHNCT để thực hiện chức năng đào tạo và nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực khoa học kinh tế và kinh doanh.

Đến năm 2018 do qui mô đào tạo ngày càng tăng nên Nhà trường đã quyết định tách khoa Kinh tế - Luật để thành lập hai khoa mới là Khoa Kinh Tế và Khoa Luật theo quyết định số 57/QĐ-ĐHNCT của Chủ tịch HĐQT Trường ĐHNCT, ngày 07/09/2018, nhằm đáp ứng nhu cầu thực tế của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN nói chung và sự phát triển của Trường nói riêng.

Năm 2018, Khoa KT được Hiệu trưởng Nhà trường giao nhiệm vụ đào tạo trình độ Thạc sĩ chuyên ngành QTKD, đến nay có 95 học viên đã và đang theo học tại trường, đánh dấu sự phát triển về năng lực đào tạo, góp phần đưa trường ĐHNCT trở thành trường Đại học tư thục đầu tiên của vùng ĐBSCL tuyển sinh đào tạo sau đại học sau hơn 8 năm thành lập và phát triển.

Khoa đã và đang đào tạo cho hơn 3000 SV, học viên trình độ đại học và sau đại học các chuyên ngành thuộc lĩnh vực kinh tế.

Nhiệm vụ chính của Khoa là đào tạo nguồn nhân lực ở nhiều trình độ để phục vụ cho sự phát triển lĩnh vực kinh tế khu vực ĐBSCL nói riêng và Việt Nam nói chung.

Trải qua chặng đường hơn 9 năm xây dựng và phát triển, Khoa Kinh tế đã đạt nhiều thành tựu trong giảng dạy, NCKH, chuyển giao công nghệ và lao động sản xuất, không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng đào tạo trong mọi mặt hoạt động. Sứ mạng của Khoa Kinh tế là “Cung cấp cho xã hội nguồn nhân lực chất lượng cao theo định hướng nghiên cứu kết hợp thực hành đáp ứng nhu cầu phát triển chất

lượng, hiệu quả và bền vững; nghiên cứu và chuyển giao các kết quả nghiên cứu cho các tổ chức, doanh nghiệp và xã hội; tạo môi trường thuận lợi để sáng tạo, nuôi dưỡng, phát triển tài năng trong các lĩnh vực QTKD hiện đại”.

4. Lý do chính cho việc xin phép đào tạo:

Căn cứ vào các phân tích về cung và cầu của xã hội và chiến lược phát triển của Khoa Kinh tế. Trường Đại học Nam Cần Thơ đề nghị Bộ GD&ĐT cho phép được mở chương trình đào tạo trình độ tiến sĩ với các lý do tóm tắt sau:

- Nhu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao có trình độ tiến sĩ rất lớn;
- Khả năng đào tạo của các chương trình đào tạo tiến sĩ hiện tại còn khá hạn chế;
- Mục tiêu chiến lược của Trường Đại học Nam Cần Thơ nói chung và Khoa Kinh tế nói riêng là đẩy mạnh nghiên cứu khoa học và đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, việc đào tạo Tiến sĩ, do đó, nằm trong chiến lược này;
- Nguồn lực hiện tại của khoa bao gồm những giảng viên có nhiều kinh nghiệm trong nghiên cứu và các giảng viên trẻ, có những thành tích đáng kể trong lĩnh vực nghiên cứu chuyên môn và công bố khoa học

PHẦN 2: NĂNG LỰC ĐÀO TẠO CỦA CƠ SỞ ĐÀO TẠO

1. Khái quát quá trình đào tạo

Sau hơn 09 năm thành lập và phát triển, Nhà trường đã được phép đào tạo Đại học 35 ngành hệ chính quy tập trung dài hạn và 01 ngành liên thông chính quy từ Trung cấp chuyên nghiệp và cao đẳng lên Đại học ngành Dược, 04 ngành thạc sĩ Quản trị kinh doanh; Luật kinh tế, Quản lý kinh tế, Dược lý và Dược lâm sàng và 01 chương trình liên kết với trường Đại học Khoa học và Công nghệ Malaysia (MUST) đào tạo cử nhân ngành Quản trị kinh doanh.

Hiện nay, tất cả các khóa, ngành đều được tổ chức đào tạo theo học chế tín chỉ. Sau mỗi học kỳ, công tác đánh giá xếp loại học tập sinh viên được thực hiện nghiêm túc, đúng quy chế. Hoạt động quản lý giảng dạy được thực hiện quy củ, giảng viên áp dụng phương pháp giảng dạy tích cực và đã được sinh viên hưởng ứng, chú tâm trong học tập.

2. Đội ngũ giảng viên và cán bộ cơ hữu:

Hiện nay, Trường Đại học Nam Cần Thơ đã ổn định bộ máy hoạt động và đầu tư cơ sở vật chất, các trang thiết bị, tài liệu giảng dạy, học tập hiện đại. Đội ngũ giảng viên cơ hữu của nhà trường hiện nay là 711 người, trong đó: 01 GS, 14 PGS, 65 tiến sĩ, 463 thạc sĩ, 168 đại học (bao gồm cả CK cấp I, cấp II). Đây là đội ngũ giảng viên có nhiều kinh nghiệm giảng dạy tại các trường đại học, giàu nhiệt huyết và có tâm với nghề. Bên cạnh đó, còn có sự tham gia đào tạo của đội ngũ giảng viên mời giảng có trình độ cao, có kinh nghiệm đào tạo.

Về hợp tác trong đào tạo, Trường có các chương trình, dự án, kế hoạch về hợp tác quốc tế phù hợp với tổng thể chiến lược phát triển kinh tế - xã hội các tỉnh Tây Nam Bộ: Ngay từ năm 2013 đã phối hợp cùng với trường ĐH Ngân Hàng Tp Hồ Chí Minh triển khai đào tạo thạc sĩ tại Trường ĐH Nam Cần Thơ; Tham gia các hoạt động nghiên cứu khoa học cùng với các cấp chính quyền nhằm phục vụ định hướng phát triển chiến lược; Đề xuất và triển khai đề án hỗ trợ phát triển năng lực giảng dạy tiếng Anh cho giáo viên THPT địa bàn Tp Cần Thơ;

Trường đã ký biên bản ghi nhớ liên kết đào tạo với ĐH khoa học công nghệ Malaysia, sẽ tiến hành các chương trình đào tạo tiếng Anh, dự bị đại học, đại học và sau đại học theo tiêu chuẩn quốc tế. Hai bên xúc tiến trao đổi cán bộ đào tạo (các giáo sư, giảng viên hoặc các nhà nghiên cứu), trao đổi sinh viên (ở bậc ĐH và sau đại học), trao đổi và chia sẻ các thông tin và tài liệu tham khảo liên quan đến đào tạo, trao đổi các ấn phẩm đào tạo xuất bản định kỳ, liên kết tổ chức các chương trình nghiên cứu. Ngày 22/9/2017 được BGDDT cho phép thực hiện chương trình liên kết đào tạo và cấp bằng cử nhân ngành Quản trị kinh doanh với ĐH công nghệ Malaysia (MUST) bằng công văn số 3712/QĐ-BGDĐT.

Tập đoàn Nam Miền Nam hoạt động đa lĩnh vực, đa ngành nghề là đối tác chiến lược, toàn diện trong việc tổ chức đào tạo theo hướng ứng dụng với Trường ĐH Nam Cần Thơ. Tập đoàn là cơ sở tiếp nhận sinh viên thực tập, thực hiện nghiên cứu ứng dụng và triển khai hoạt động sản xuất kinh doanh thực tiễn.

3. Cơ sở vật chất phục vụ đào tạo

Hệ thống cơ sở vật chất khang trang hiện đại, hiện nay trường đang đầu tư hoàn thiện cơ sở vật chất giai đoạn 2. Trường hiện sở hữu hệ thống khu hiệu bộ, khu giảng đường (Dãy A, B, C và D), phòng học ngoại ngữ, tin học, trung tâm thực hành thí nghiệm, xưởng cơ khí ô tô, Viện nghiên cứu và phát triển dược liệu, Bên viện đa khoa Nam Cần Thơ...trên tổng diện tích đất hơn 30hecta, đáp ứng được nhu cầu đào tạo học tập của trên 15.000 sinh viên.

4. Hoạt động nghiên cứu khoa học

Công tác nghiên cứu khoa học được nhà trường đặc biệt quan tâm, thời gian qua luôn nỗ lực thúc đẩy cho công tác nghiên cứu khoa học trong đội ngũ giảng viên, cán bộ - công nhân viên của nhà trường.

Nhà trường luôn tích cực hợp tác với các trường, viện để thúc đẩy công tác nghiên cứu khoa học trong thời gian qua, cụ thể tiến hành hợp tác với Viện Kinh tế TP.HCM, Viện kinh tế - Xã hội Cần Thơ, ĐH Cần Thơ và Tp. Cần Thơ để thực hiện được 1 đề tài nghiên cứu khoa học cấp thành phố năm 2015 “**Chuyển đổi mô hình tăng trưởng kinh tế TP. Cần Thơ phù hợp với toàn cầu hóa và hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới và khu vực tầm nhìn đến năm 2030**”. Thực hiện nhiều đề tài cấp cơ sở và tổ chức 2 hội thảo khoa học, và nhiều công trình nghiên cứu được công bố trên tạp chí và kỷ yếu hội thảo.

Nhà trường đã tổ chức nhiều cuộc hội thảo với quy mô lớn và in thành các kỷ yếu. Sau hơn 07 năm hoạt động Trường cũng đã được Bộ Thông tin truyền thông cấp giấy phép phát hành “**Tạp chí khoa học và kinh tế phát triển**” từ năm 2017 (mã số ISSN: 2588 1272).

Để phục vụ cho công tác nghiên cứu khoa học và phát triển các sản phẩm từ dược liệu, nhà trường đã thành lập Viện Nghiên cứu và Phát triển Dược liệu vào ngày 31 tháng 07 năm 2018. Tính đến tháng 12/2020 Viện đã nghiên cứu thành công và đưa ra thị trường 02 sản phẩm bảo vệ sức khỏe là DNC NAMCTGU và DNC GAN. Các sản phẩm này đều được Cục An toàn Thực phẩm - Bộ Y tế xét duyệt và công nhận.

5. Hợp tác quốc tế trong hoạt động đào tạo và nghiên cứu khoa học

Trường có các chương trình, dự án, kế hoạch về hợp tác quốc tế phù hợp với tổng thể chiến lược phát triển kinh tế - xã hội các tỉnh Tây Nam Bộ: Ngay từ năm 2013 đã phối hợp cùng với trường ĐH Ngân Hàng Tp Hồ Chí Minh triển khai đào

tạo thạc sĩ tại Trường ĐH Nam Cần Thơ; Tham gia các hoạt động nghiên cứu khoa học cùng với các cấp chính quyền nhằm phục vụ định hướng phát triển chiến lược; Đề xuất và triển khai đề án hỗ trợ phát triển năng lực giảng dạy tiếng Anh cho giáo viên THPT địa bàn Tp Cần Thơ;

Trường đã ký biên bản ghi nhớ liên kết đào tạo với ĐH khoa học công nghệ Malaysia, sẽ tiến hành các chương trình đào tạo tiếng Anh, dự bị đại học, đại học và sau đại học theo tiêu chuẩn quốc tế. Hai bên xúc tiến trao đổi cán bộ đào tạo (các giáo sư, giảng viên hoặc các nhà nghiên cứu), trao đổi sinh viên (ở bậc ĐH và sau đại học), trao đổi và chia sẻ các thông tin và tài liệu tham khảo liên quan đến đào tạo, trao đổi các ấn phẩm đào tạo xuất bản định kỳ, liên kết tổ chức các chương trình nghiên cứu. Ngày 22/9/2017 được BGDDT cho phép thực hiện chương trình liên kết đào tạo và cấp bằng cử nhân ngành Quản trị kinh doanh với ĐH công nghệ Malaysia (MUST) bằng công văn số 3712/QĐ-BGDDT.

Tập đoàn Nam Miền Nam hoạt động đa lĩnh vực, đa ngành nghề là đối tác chiến lược, toàn diện trong việc tổ chức đào tạo theo hướng ứng dụng với Trường ĐH Nam Cần Thơ. Tập đoàn là cơ sở tiếp nhận sinh viên thực tập, thực hiện nghiên cứu ứng dụng và triển khai hoạt động sản xuất kinh doanh thực tiễn.

Ngoài ra Trường đã và đang tiếp nhận các tình nguyện viên nước ngoài đến giảng dạy tiếng Anh cho Sinh viên của Trường. Trường cũng đã ký Hợp đồng nguyên tắc liên kết đào tạo đại học, Thạc sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh với Trường Đại học Khoa học và Công Nghệ Malaysia (MUST), đây là bước đánh dấu sự phát triển trong hợp tác quốc tế của trường.

STT	Trường Đại học	Thời điểm ký kết	Nội dung ký kết
1	Trường Đại học Regis, Hoa Kỳ	15/08/2016	Trường Đại học Regis hỗ trợ Trường Đại học Nam Cần Thơ thực hiện Dự án Tập huấn kỹ năng giảng dạy tiếng Anh cho giáo viên hệ phổ thông của TP Cần Thơ
2	Trường Đại học Khoa học Công nghệ Malaysia (MUST)	26/02/2017	Thực hiện chương trình liên kết đào tạo cử nhân chuyên ngành Quản trị kinh doanh
3	Trường Đại học Future Generations, Hoa Kỳ	07/05/2017	Trường Đại học Future Generations hỗ trợ Trường Đại học Nam Cần Thơ thực hiện Dự án Tập huấn kỹ năng giảng dạy tiếng Anh cho giáo viên hệ phổ thông của TP Cần Thơ
4	Trường Đại học Southeastern Philippines	10/06/2017	Liên kết đào tạo, trao đổi sinh viên, trao đổi giảng viên, liên kết và trao đổi dự án

STT	Trường Đại học	Thời điểm ký kết	Nội dung ký kết
			nghiên cứu khoa học, hợp tác tổ chức hội thảo khoa học
5	Trường Đại học Future Generations, Hoa Kỳ	25/03/2018	Trường Đại học Future Generations hỗ trợ Trường Đại học Nam Cần Thơ thực hiện Dự án Tập huấn kỹ năng giảng dạy tiếng Anh cho giáo viên hệ phổ thông của TP Cần Thơ
6	Trường Đại học Nông nghiệp và Công nghệ Quốc tế, Bangladesh	16/11/2019	Hợp tác trao đổi giảng viên/ nghiên cứu sinh, sinh viên, tham gia tổ chức các hội thảo quốc tế và các hội nghị, các chương trình đào tạo liên kết ngắn hạn và các dự án phát triển nhân viên.
7	Trường Kinh doanh Montpellier, Pháp	17/01/2020	Hợp tác xây dựng đề án đào tạo thạc sĩ, tiến sĩ Quản trị kinh doanh quốc tế.

PHẦN 3: CHƯƠNG TRÌNH VÀ KẾ HOẠCH ĐÀO TẠO

1. Chương trình đào tạo

1.1. Thông tin về ngành đào tạo

Tên ngành	: Quản trị kinh doanh
Mã số	: 9340101
Tên chương trình	: Tiến sĩ Quản Trị Kinh Doanh
Trình độ đào tạo	: Tiến sĩ

1.2. Căn cứ xây dựng chương trình đào tạo:

Luật Giáo dục số 43/2019/QH14 ngày 14 tháng 6 năm 2019, hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2020;

Điều lệ trường đại học ban hành tại Quyết định số 70/2014/QĐ-TTg ngày 10/12/2014 của Thủ tướng chính phủ;

Thông tư số 25/2017/TT-BGDĐT ngày 10 tháng 10 năm 2017 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành danh mục giáo dục, đào tạo cấp IV trình độ thạc sĩ, tiến sĩ;

Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 06 năm 2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Thông tư số 18/2021/TT-BGDĐT ngày 28 tháng 06 năm 2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành quy chế tuyển sinh và đào tạo trình độ Tiến sĩ;

Thông tư số 02/2022/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 01 năm 2022 Quy định điều kiện, tranh tự, thủ tục mở ngành đào tạo, đình chi hoạt động của ngành đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ;

Quyết định 70/2014/QĐ-TTg ngày 10/12/2014 của Thủ tướng Chính phủ về Điều lệ Trường Đại học;

Kế hoạch chiến lược phát triển của Trường Đại học Nam Cần Thơ từ năm 2016 đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2025, Quyết định số 16/QĐ/VL-HĐT ngày 29/04/2020 về việc cho phép mở ngành đào tạo trình độ tiến sĩ của Trường Đại học Nam Cần Thơ;

Nghị quyết số 01/NQ/VL-HNNĐT, ngày 29/02/2020 của Hội nghị nhà đầu tư Trường Đại học Nam Cần Thơ;

Nghị quyết ngày 31/12/2021 của Hội đồng Trường, Trường Đại học Nam Cần Thơ.

Luận cứ về sự cần thiết, khảo sát các căn cứ, điều kiện mở chuyên ngành đào tạo tiến sĩ Quản trị kinh doanh;

Khảo sát nhu cầu đào tạo đội ngũ cán bộ có trình độ sau đại học chuyên ngành Tiến sĩ Quản trị kinh doanh vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

1.3. Chương trình đào tạo tham khảo:

Khi xây dựng chương trình đào tạo Quản trị kinh doanh, Nhà trường tham khảo chương trình đào tạo của 02 trường đại học:

[1]. Trường Đại học Quốc tế Hồng

<https://hiu.vn/hoc-tap-tai-hiu/chuong-trinh-sau-dai-hoc/chuong-trinh-tien-si-tien-si-quan-tri-kinh-doanh/>

[2]. Trường Đại học Mở TPHCM:

<http://sdh.ou.edu.vn/pages/view/241-chuong-trinh-dao-tao-tien-si-quan-tri-kinh-doanh-2019>

1.4. Tóm tắt về chương trình đào tạo:

1.4.1. Mục tiêu

a. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo tiến sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh tại trường Đại học Nam Cần Thơ nhằm đào tạo người nghiên cứu có trình độ cao về lý thuyết và khả năng ứng dụng chủ động, nắm bắt những kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực quản trị kinh doanh, phát hiện và giải quyết được những vấn đề quản trị kinh doanh theo kịp sự phát triển trong nước và thế giới; trang bị cho đội ngũ cán bộ khoa học kiến thức quản trị và có khả năng nghiên cứu độc lập và sáng tạo với chất lượng cao, có năng lực nghiên cứu và tổ chức, hướng dẫn nghiên cứu khoa học, và có phẩm chất chính trị, đạo đức tốt.

Mục tiêu cụ thể:

- **Về phẩm chất chính trị:** Có phẩm chất chính trị vững vàng, nắm vững những nguyên lý cơ bản của Chủ nghĩa Mác - Lê Nin, hình thành một thái độ tốt đối với cộng đồng, biết yêu các giá trị của cuộc sống, yêu tổ quốc; có tinh thần trách nhiệm cao đối với công việc và cuộc sống; hình thành đạo đức nghề nghiệp.

- **Về kỹ năng:** Chương trình nhằm đào tạo cho học viên những kỹ năng nghiên cứu một cách độc lập trong lĩnh vực kinh tế. Có khả năng giải quyết những vấn đề lớn đòi hỏi phải có kiến thức sâu rộng và sự vận dụng kiến thức một cách tổng hợp. Cụ thể như sau:

- Phân tích và đánh giá được các kiến thức, lý thuyết hiện hành thuộc lĩnh vực nghiên cứu để xây dựng được những hướng nghiên cứu mới
- Có kỹ năng truyền đạt tri thức dựa trên nghiên cứu, thảo luận các vấn đề chuyên môn và khoa học với người cùng ngành và với những người khác.
- Kỹ năng tổ chức, quản trị và quản lý các hoạt động nghề nghiệp tiên tiến.

- Kỹ năng nghiên cứu phát triển và sử dụng các công nghệ một cách sáng tạo trong lĩnh vực học thuật và nghề nghiệp.

- Thiết lập toàn bộ một nghiên cứu cụ thể từ việc đưa ra ý tưởng, thiết kế, triển khai nghiên cứu và công bố kết quả nghiên cứu trong lĩnh vực chuyên môn.

- Phát triển kỹ năng xây dựng ý tưởng, tổ chức thực hiện nghiên cứu tạo ra tri thức mới trong lĩnh vực quản trị kinh doanh. Có kỹ năng thu thập, xử lý thông tin để có thể tự học hỏi, tự nghiên cứu.

- **Về nghiên cứu:** Chương trình đào tạo tiến sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh nhằm đào tạo và hướng cho học viên những hướng nghiên cứu chính sau đây:

- Kiến thức thực tế và lý thuyết sâu, rộng, tiên tiến, nắm vững các nguyên lý và học thuyết nâng cao trong lĩnh vực nghiên cứu thuộc chuyên ngành kinh tế - quản trị kinh doanh.

- Phát triển năng lực tự chủ và trách nhiệm trong nghiên cứu, phát triển tri thức và nghề nghiệp. Thúc đẩy tinh thần tự học hỏi, tự nghiên cứu.

1.4.2. Chuẩn đầu ra

a. Về kiến thức

- Phân tích và đánh giá được các kiến thức, lý thuyết hiện hành thuộc lĩnh vực nghiên cứu để xây dựng được những hướng nghiên cứu mới;

- Nắm vững lý thuyết về các phương pháp nghiên cứu, từ đó lựa chọn và ứng dụng được phương pháp nghiên cứu phù hợp vào một nghiên cứu mới.

- Thiết lập toàn bộ một nghiên cứu cụ thể từ việc đưa ra ý tưởng, thiết kế, triển khai nghiên cứu và công bố kết quả nghiên cứu trong lĩnh vực chuyên môn.

b. Về kỹ năng

- Sử dụng thành thạo ít nhất một công cụ phân tích dữ liệu trong nghiên cứu thuộc lĩnh vực chuyên ngành hoặc các lĩnh vực có liên quan.

- Tư duy độc lập và sáng tạo, có năng lực tổ chức và thực hiện các hoạt động nghiên cứu khoa học hay ứng dụng trong lĩnh vực chuyên môn.

c. Về thái độ, trách nhiệm nghề nghiệp

- Có thái độ học tập, làm việc nghiêm túc, có nhận thức rõ ràng về tinh thần trách nhiệm, đạo đức của người nghiên cứu khoa học.

d. Về vị trí việc làm mà người học có thể đảm nhiệm sau khi tốt nghiệp

- Học viên có đủ năng lực tham gia vào các hoạt động đào tạo và nghiên cứu khoa học. Chủ trì các đề tài và nhiệm vụ nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực quản trị kinh doanh.

- Công tác trong các cơ sở giáo dục và đào tạo, là chuyên gia nghiên cứu cấp cao cho các tổ chức kinh doanh trong nước và quốc tế.

- Tham gia các vị trí nghiên cứu sau tiến sĩ tại các cơ sở giáo dục và đào tạo trong nước và quốc tế.

1.4.3. Tổng khối lượng kiến thức: 60 tín chỉ

STT	Khối kiến thức	Số TC	Tỷ lệ (%)
1	Kiến thức chuyên ngành	20	22.22
	- Bắt buộc	16	17.77
	- Tự chọn	4	4.23
2	Luận án	70	78.78
	Tổng số	90	100

1.4.4. Danh mục môn học

Mã học phần		Học phần của chương trình tiến sĩ	Số tín chỉ (TC)		
Phần chữ	Phần số		Tổng	LT	TH
PHẦN 1: CÁC HỌC PHẦN BẮT BUỘC			16	6	10
TS	001955	Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao Advanced research methods	3	2	1
TS	001956	Phương pháp nghiên cứu định lượng Quantitative research methods	3	2	1
TS	001957	Phương pháp nghiên cứu định tính Qualitative research methods	3	2	1
TS	001958	Tiểu luận tổng quan Literature review	3	0	3
TS	001959	Chuyên đề 1 Seminar 1	2	0	2
TS	001960	Chuyên đề 2 Seminar 2	2	0	2
PHẦN 2: CÁC HỌC PHẦN TỰ CHỌN (NCS chọn 02 trong các học phần sau để đạt được 04 tín chỉ, tập trung vào các hướng: Quản trị kinh doanh quốc tế, Quản trị nhân sự, marketing, đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp)			4	4	0
TS	001961	Kinh doanh quốc tế đương đại: các hướng nghiên cứu mới (Contemporary international business: New trends in research)	2	2	0
TS	001962	Thương hiệu và chiến lược marketing: các hướng nghiên cứu mới (Strategic brand and marketing: New trends in research)	2	2	0
TS	001963	Thương mại điện tử (E-commerce)	2	2	0
TS	001964	Quản trị tri thức (Knowledge management)	2	2	0

Mã học phần		Học phần của chương trình tiến sĩ	Số tín chỉ (TC)		
Phần chữ	Phần số		Tổng	LT	TH
TS	001965	Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo: các hướng nghiên cứu mới (Entrepreneurship and Innovation: New trends in research)	2	2	0
PHẦN 3: LUẬN ÁN			70		
TS	001966	Luận án	70	0	70
TỔNG CỘNG			90	10	80

2. Kế hoạch tuyển sinh, đào tạo và đảm bảo chất lượng đào tạo

2.1. Phương án tuyển sinh và chỉ tiêu đào tạo dự kiến 5 năm đầu

Căn cứ vào phân tích đánh giá nhu cầu đào tạo tiến sĩ ngành Quản trị kinh doanh và năng lực đào tạo của khoa Kinh tế, phương án tuyển sinh trong 05 năm đầu tiên dự kiến như sau:

Bảng 6. Kế hoạch tuyển sinh 2022 – 2026

Năm	2022	2023	2024	2025	2026
Số NCS	8	8	10	10	10

2.2. Đối tượng và điều kiện tuyển sinh

Yêu cầu đối với người dự tuyển (văn bằng, ngành học, loại tốt nghiệp, kinh nghiệm công tác).

Đối tượng tuyển sinh

- Thạc sĩ hoặc cử nhân (tốt nghiệp loại giỏi) đúng chuyên ngành Quản trị kinh doanh;

- Thạc sĩ tốt nghiệp các chuyên ngành gần: Tài chính-ngân hàng-bảo hiểm, Kế toán-kiểm toán, Quản trị-quản lý, Kinh tế học, Quản lý công nghiệp, Quản lý xây dựng, Quản lý bệnh viện được đại học trong nước hoặc nước ngoài đào tạo phải hoàn tất học bổ túc các học phần cho phù hợp với chuyên ngành Quản trị kinh doanh.

Điều kiện dự tuyển

- Có bằng tốt nghiệp đại học loại giỏi trở lên hoặc bằng thạc sĩ.
- Là tác giả 01 bài báo hoặc báo cáo liên quan đến lĩnh vực dự định nghiên cứu đăng trên tạp chí khoa học hoặc kỷ yếu hội nghị, hội thảo khoa học chuyên ngành có phân biện.

- Người dự tuyển là công dân Việt Nam phải có một trong những văn bằng, chứng chỉ minh chứng về năng lực ngoại ngữ sau:

a) Bằng tốt nghiệp đại học hoặc bằng thạc sĩ do cơ sở đào tạo nước ngoài cấp

cho người học toàn thời gian ở nước ngoài mà ngôn ngữ sử dụng trong quá trình học tập là tiếng Anh hoặc tiếng nước ngoài khác;

b) Bằng tốt nghiệp đại học các ngành ngôn ngữ nước ngoài do các cơ sở đào tạo của Việt Nam cấp;

c) Chứng chỉ tiếng Anh TOEFL iBT từ 45 trở lên hoặc Chứng chỉ IELTS (Academic Test) từ 5.0 trở lên do một tổ chức khảo thí được quốc tế và Việt Nam công nhận cấp trong thời hạn 02 năm (24 tháng) tính đến ngày đăng ký dự tuyển;

d) Người dự tuyển đáp ứng quy định tại điểm (a) khoản này khi ngôn ngữ sử dụng trong thời gian học tập không phải là tiếng Anh; hoặc đáp ứng quy định tại điểm (b) khoản này khi có bằng tốt nghiệp đại học ngành ngôn ngữ nước ngoài không phải là tiếng Anh; hoặc có các chứng chỉ tiếng nước ngoài khác tiếng Anh ở trình độ tương đương (quy định tại Bảng 7) theo quy định tại điểm (c) khoản này do một tổ chức khảo thí được quốc tế và Việt Nam công nhận cấp trong thời hạn 02 năm (24 tháng) tính đến ngày đăng ký dự tuyển thì phải có khả năng giao tiếp được bằng tiếng Anh trong chuyên môn (có thể diễn đạt những vấn đề thuộc lĩnh vực chuyên môn cho người khác hiểu bằng tiếng Anh và hiểu được người khác trình bày những vấn đề chuyên môn bằng tiếng Anh).

*Bảng 7: Tham chiếu các chứng chỉ tiếng nước ngoài
(Ban hành kèm theo Thông tư số 08/2017/TT-BGDĐT ngày 04 tháng 4 năm 2017
của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo)*

STT	Chứng chỉ	Trình độ
1	TOEFL iBT	45 - 93
2	IELTS	5 - 6.5
3	Cambridge examination	CAE 45-59 PET Pass with Distinction
4	CIEP/Alliance française diplomas	TCF B2 DELF B2 Diplôme de Langue
5	Goethe -Institut	Goethe- Zertifikat B2 Zertifikat Deutsch für den Beruf (ZDfB)
6	TestDaF	TDN3- TDN4
7	Chinese Hanyu Shuiping Kaoshi	HSK level 4
8	Japanese Language Proficiency Test	N2
9	ТРКИ - Тест по русскому языку как иностранному	ТРКИ-2

e) Đối với công dân nước ngoài, người dự tuyển chuyên ngành Quản trị kinh

doanh phải có trình độ tiếng Việt tối thiểu từ Bậc 4 trở lên theo Khung năng lực tiếng Việt dùng cho người nước ngoài;

- Được cơ quan quản lý nhân sự (nếu là người đã có việc làm), hoặc trường nơi sinh viên vừa tốt nghiệp giới thiệu dự tuyển đào tạo trình độ tiến sĩ. Đối với người chưa có việc làm cần được địa phương nơi cư trú xác nhận nhân thân và hiện không vi phạm pháp luật.

- Cam kết thực hiện các nghĩa vụ tài chính đối với quá trình đào tạo theo quy định của nhà trường (đóng học phí; hoàn trả kinh phí với nơi đã cấp cho quá trình đào tạo nếu không hoàn thành luận án tiến sĩ).

- Có đủ sức khỏe để học tập và lao động theo quy định tại Thông tư liên Bộ Y tế - Đại học, THCN và DN số 10/TT-LB ngày 18/8/1989 và công văn hướng dẫn số 2445/TS ngày 20/8/1990 của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

2.3. Điều kiện tốt nghiệp

Hoàn thành chương trình đào tạo tiến sĩ của Trường Đại học Nam Cần Thơ (các học phần bổ sung nếu có, các học phần ở trình độ tiến sĩ);

Đối với các nghiên cứu sinh đã có bằng thạc sĩ

- Hoàn thành chương trình đào tạo tiến sĩ của nhà trường (các học phần bổ sung nếu có, các học phần ở trình độ tiến sĩ);

- Nghiên cứu sinh phải công bố tối thiểu 02 bài báo về kết quả nghiên cứu của luận án trong đó có 01 bài đăng trên tạp chí khoa học thuộc danh mục các tạp chí ISI- Scopus hoặc đã công bố tối thiểu 02 báo cáo trong kỳ yếu hội thảo quốc tế có phân biện hoặc 02 bài báo đăng trên tạp chí khoa học nước ngoài có phân biện;

- Bảo vệ thành công luận án tiến sĩ (cấp cơ sở và cấp nhà nước) theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo;

- Đáp ứng các quy định và điều kiện khác của nhà trường.

Đối với các nghiên cứu sinh chưa có bằng thạc sĩ:

- Ngoài các yêu cầu của mục (Đối với các nghiên cứu sinh đã có bằng thạc sĩ), nghiên cứu sinh phải hoàn thành chương trình các học phần bổ sung trong chương trình đào tạo thạc sĩ của chuyên ngành Quản trị kinh doanh.

2.4. Danh mục học phần bổ sung kiến thức

Nghiên cứu sinh phải hoàn thành 5 học phần bổ sung chuyên ngành Quản trị kinh doanh (Bảng 8). Nghiên cứu sinh được xét miễn giảm nếu đã học các học phần ở trình độ thạc sĩ.

Bảng 8: Bảng danh mục các học phần bổ túc đối với chuyên ngành gần

STT	Học phần	Số tín chỉ
01	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	03
02	Chiến lược và các mô hình quản trị chiến lược trong doanh nghiệp	03
03	Quản trị tài chính và kế toán cho cấp quản trị	03
04	Lý thuyết và các mô hình quản trị nguồn nhân lực trong doanh nghiệp	03
05	Nghiên cứu Marketing	03

2.5. Kế hoạch đào tạo

Kế hoạch đào tạo được thể hiện trong Bảng 9 như sau:

Bảng 9 : Kế hoạch đào tạo

Thời gian	Đối tượng là thạc sĩ	Đối tượng là cử nhân
Năm 1	Xây dựng đề cương nghiên cứu	Học các học phần trong chương trình thạc sĩ
	Học các học phần bổ sung (nếu có)	
	Học các học phần trong chương trình tiến sĩ	
	Báo cáo đề cương nghiên cứu	Xây dựng đề cương nghiên cứu
Năm 2	Thực hiện tiểu luận tổng quan	Học các học phần trong chương trình tiến sĩ
	Thực hiện chuyên đề tiến sĩ 1	
	Thực hiện chuyên đề tiến sĩ 2	
	Báo cáo các nhóm chuyên đề	Báo cáo đề cương
Năm 3	Viết và tổng hợp luận án	Thực hiện tiểu luận tổng quan
	Công bố kết quả nghiên cứu trên các tạp chí và hội thảo	Thực hiện chuyên đề tiến sĩ 1
	Bảo vệ luận án cấp cơ sở và cấp trường	Thực hiện chuyên đề tiến sĩ 2
		Báo cáo các nhóm chuyên đề
Năm 4		Viết và tổng hợp luận án
		Công bố kết quả nghiên cứu trên các tạp chí và hội thảo
		Bảo vệ luận án cấp cơ sở và cấp trường

2.6. Kế hoạch đảm bảo chất lượng đào tạo

2.6.1. Kế hoạch phát triển đội ngũ giảng viên, cán bộ quản lý

Đội ngũ giảng viên cơ hữu hiện nay của Khoa Quản trị kinh doanh gồm 30 giảng viên cơ hữu, trong đó có 03 PGS. TS, 08 TS. đúng chuyên ngành Quản trị kinh doanh. Bên cạnh các giảng viên có nhiều năm thâm niên trong giảng dạy và nghiên cứu, Khoa Kinh tế còn có một đội ngũ giảng viên trẻ, và luôn nỗ lực trong học tập và nghiên cứu. Khoa Kinh tế đã triển khai công tác phát triển đội ngũ giảng viên, khuyến khích giảng viên cơ hữu tham gia học tập nghiên cứu sinh ở các trường đại học trong nước và quốc tế. Hiện nay, Khoa Kinh tế có 03 nghiên cứu sinh đúng chuyên ngành đào tạo tại Việt Nam sẽ tốt nghiệp trong năm 2022. Bên cạnh đó, có 04 giảng viên khác đã dự tuyển các chương trình tiến sĩ và sẽ bắt đầu học vào năm 2023.

2.6.2. Kế hoạch tăng cường cơ sở vật chất, đầu tư chi phí đào tạo

Hàng năm, Trường Đại học Nam Cần Thơ thường xuyên đầu tư chi phí cho cơ sở vật chất, bổ sung trang thiết bị dạy và học, tăng số đầu sách trong thư viện, bổ sung thiết bị và dụng cụ thí nghiệm, sửa chữa nhỏ, nâng cấp hệ thống internet, E-learning, số hóa tài liệu, nâng cấp dịch vụ ký túc xá,...theo yêu cầu của kế hoạch đào tạo và tương xứng với mức thu học phí.

2.6.3. Kế hoạch hợp tác quốc tế về đào tạo

Hiện Khoa Kinh tế đang có mối quan hệ chặt chẽ với các tổ chức đào tạo khoa học trên thế giới như: Đại học Carnegie Mellon University - Mỹ, Đại học Victoria - Úc. Trong tương lai gần, khoa sẽ tăng cường hợp tác về nghiên cứu và đào tạo với các nước trong khu vực (Thái Lan, Hàn Quốc) và Âu Mỹ.

Chính sách của Khoa Kinh tế trong thời gian tới là tích cực tìm kiếm cơ hội mở rộng hợp tác với nhiều cơ quan, tổ chức quốc tế nhằm đa dạng hoá hoạt động nghiên cứu, tạo điều kiện cho giảng viên, nghiên cứu viên, nghiên cứu sinh nâng cao năng lực nghiên cứu và đào tạo; Tiếp tục duy trì và phát triển các hoạt động hợp tác quốc tế đã được thiết lập trong việc trao đổi giảng viên và sinh viên, liên kết đào tạo hộ cử nhân và cao học cấp bằng nước ngoài; Thành lập các nhóm phụ trách hợp tác đối ngoại và khuyến khích các cán bộ giảng viên, nhân viên tham gia nhằm nâng cao năng lực và kinh nghiệm thực hiện các hoạt động hợp tác đối ngoại.

2.7. Đề cương chi tiết học phần

Phụ lục đính kèm

Cần Thơ, ngày 01 tháng 4 năm 2022



PHẦN 4. PHƯƠNG ÁN, GIẢI PHÁP ĐỀ PHÒNG, NGĂN NGỪA, XỬ LÝ RỦI RO TRONG MỞ NGÀNH ĐÀO TẠO

1. Điểm mạnh, điểm yếu của cơ sở đào tạo để thích ứng với tình hình phát triển kinh tế xã hội & ngăn ngừa, hạn chế rủi ro có thể xảy ra.

Năm 2021, sự bùng phát trở lại và kéo dài của đại dịch COVID-19 đã tác động không nhỏ đến mọi mặt kinh tế - xã hội của Việt Nam khiến nhiều địa phương trên cả nước phải thực hiện giãn cách xã hội kéo dài, sản xuất bị đình trệ, chuỗi cung ứng đứt gãy, các chỉ số chính của nền kinh tế đều sụt giảm, sức mua của người dân giảm mạnh, đời sống bị ảnh hưởng nghiêm trọng, tỷ lệ thất nghiệp tăng cao. Trong khi biến thể Delta và sau đó là biến thể Omicron khiến nhiều nước trên thế giới “chao đảo”. Trường Đại học Nam Cần Thơ cũng là một trong những cơ sở đào tạo đã hứng chịu nhiều ảnh hưởng từ đại dịch này. Tuy nhiên, cùng với sự lãnh đạo đúng đắn và nắm bắt tình hình để thích ứng với đại dịch trong thời kì mới của Đảng và Nhà Nước ta, Việt Nam nói chung và cơ sở đào tạo nói riêng đã từng bước phục hồi và phát triển mạnh mẽ hơn sau đại dịch. Qua những kinh nghiệm đã trải qua sau đại dịch, cơ sở đào tạo đã rút ra được những bài học để dự báo, giải quyết những rủi ro có thể xảy ra khi triển khai tuyển sinh khi mở ngành cũng như đánh giá được những điểm mạnh, điểm yếu của cơ sở đào tạo cụ thể như sau:

1.1. Về điểm mạnh của cơ sở đào tạo:

- Về cơ sở vật chất: Trường Đại học Nam Cần Thơ đã đầu tư, xây dựng hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng kiến trúc hiện đại để phục vụ cho mục đích học tập, nghiên cứu khoa học, giải trí, trau dồi kỹ năng chuyên môn để phát triển năng lực bản thân của từng học viên, sinh viên.

- Đội ngũ giảng viên: Giàu kinh nghiệm kết hợp giảng dạy, dẫn dắt các đội ngũ giảng viên trẻ để tăng tính năng động, sáng tạo nhưng vẫn giữ được giá trị cốt lõi, tính kế thừa những giá trị từ lớp giảng viên giàu kinh nghiệm mang lại.

- Mô hình phát triển của cơ sở đào tạo có tính đổi mới, hiện đại: trường hướng về “phát triển doanh nghiệp trong lòng trường Đại học” vì vậy sinh viên được tiếp cận nhiều hơn với doanh nghiệp từ khi còn trong ghế nhà trường để thích nghi với chuyên đổi số và cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay và hướng tới cuộc cách mạng công nghiệp 5.0 sắp tới. Ngoài ra, trường Đại học Nam Cần Thơ còn rất chú trọng phát triển chuyên đổi số trong quản lý, đổi mới phương pháp dạy và học. trường đã xây dựng thư viện điện tử, trung tâm công nghệ phần mềm, xây dựng hệ thống quản lý giáo dục, sinh viên trong nội bộ nhà trường & trường đã xây dựng hệ thống dạy trực tuyến để thích ứng với tình hình mới sau đại dịch.

Với những ưu điểm kể trên, trường Đại học Nam Cần Thơ có đầy đủ năng lực để có thể dự báo được những rủi ro có thể xảy ra khi mở ngành đào tạo.

1.2. Về điểm yếu của cơ sở đào tạo:

- Cơ sở giáo dục còn non trẻ: Trường Đại học Nam Cần Thơ được thành lập ngày 25/01/2013 theo quyết định số 230/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, cơ sở đào tạo đã có hơn 09 năm xây dựng và phát triển. Thời gian thành lập, xây dựng và phát triển tuy còn khiêm tốn nhưng trường đã phát triển một cách mạnh mẽ và chú trọng vào công tác đầu tư, phát triển cơ sở giáo dục tuy nhiên việc sơ suất trong công tác quản lý, giảng dạy không tránh được những sai sót. Cơ sở giáo dục đã từng bước khắc phục những hạn chế về kinh nghiệm và hướng đến phát triển bền vững và trở thành cơ sở đào tạo nguồn nhân lực uy tín cho khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long nói riêng và cả nước nói chung.

- Xây dựng cơ sở vật chất song song với phát triển đào tạo: Trong những năm đầu thành lập vì điều kiện cơ sở vật chất còn hạn chế, trường Đại học Nam Cần Thơ đã vừa phải phát triển giáo dục đào tạo song song phát triển cơ sở vật chất nên đã gặp rất nhiều khó khăn trong công tác quản lý, giảng dạy. Tuy nhiên đến năm 2022, trường đã cơ bản hoàn thiện và đáp ứng đầy đủ những hạn mục, những công trình, cơ sở vật chất để phục vụ sinh viên, học viên yên tâm đến trường để học tập, nghiên cứu, trao đổi và phát triển bản thân.

Trường Đại học Nam Cần Thơ đang từng bước phát triển và khắc phục những điểm yếu còn tồn đọng để hướng tới những giá trị cốt lõi và trở thành địa chỉ cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao tại Đồng bằng Sông Cửu Long.

2. Báo cáo, thuyết minh về các giải pháp xử lý rủi ro trong trường hợp cơ sở đào tạo bị đình chỉ hoạt động ngành đào tạo:

- Thông tư mới đã có quy định cụ thể 02 trường hợp cơ sở đào tạo bị đình chỉ hoạt động ngành đào tạo của cơ sở đào tạo như tự chủ mở ngành khi chưa đủ được điều kiện được tự chủ mở ngành theo quy định; tự chủ mở ngành khi chưa đủ một trong các điều kiện quy định. Quan trọng hơn, cơ sở bị đình chỉ ngành đào tạo sẽ không được tự chủ mở ngành trong 5 năm. Nếu cơ sở giáo dục bị đình chỉ hoạt động ngành đào tạo, trường sẽ có những phương án, giải pháp cụ thể như sau:

- Ưu tiên đưa ra những giải pháp trấn an tâm lý của sinh viên, học viên và phải đảm bảo những quyền lợi, lợi ích của họ được đặt lên hàng đầu;
- Tìm hiểu nguyện vọng của sinh viên, học viên để tư vấn chuyển những ngành còn được cấp phép đào tạo tại cơ sở giáo dục sao cho phù hợp với quy chế đào tạo của cơ sở giáo dục và Bộ giáo dục & Đào tạo Việt Nam;
- Tìm kiếm những cơ sở giáo dục uy tín trong khu vực để liên hệ chuyển trường cho những học viên, sinh viên đúng theo quy chế, quy định hiện hành nếu không đồng ý chuyển ngành còn được đào tạo tại cơ sở đào tạo;
- Thỏa thuận, bồi hoàn chi phí học tập, tuyển sinh đến thời điểm sinh viên, học viên còn đang theo học nếu không đồng ý với các cách giải quyết nêu trên.

PHẦN 5. PHỤ LỤC CÁC MINH CHỨNG KÈM THEO ĐỀ ÁN

- [1] Quyết định của Hội đồng trường về việc thống nhất chủ trương mở ngành đào tạo trình độ tiến sĩ.
- [2] Quyết định thành lập ban xây dựng đề án mở ngành đào tạo
- [3] Quyết định thành lập Tổ soạn thảo chương trình đào tạo
- [4] Quyết định thành lập Hội đồng thẩm định chương trình đào tạo
- [5] Quyết định ban hành chương trình đào tạo
- [6] Biên bản thẩm định chương trình đào tạo
- [7] Biên bản thẩm định đề án mở ngành của Hội đồng khoa học và đào tạo
- [8] Đề cương chi tiết môn học
- [9] Phụ lục 3: Xác nhận điều kiện thực tế của cơ sở đào tạo
- [10] Lý lịch khoa học và văn bằng của đội ngũ giảng viên thực hiện chương trình.
- [11] Giấy chứng nhận kiểm định chất lượng cơ sở giáo dục
- [12] Giấy chứng nhận kiểm định chất lượng chương trình đào tạo trình độ thạc sĩ
- [13] Một số công trình khoa học của đội ngũ giảng viên thực hiện chương trình

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Tên học phần: Phương pháp NCKH nâng cao

1. Thông tin tổng quát:

- **Tên học phần (tiếng việt):** Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao
- **Tên học phần (tiếng anh):** Advanced Research Methods
- **Mã số học phần:** TS001955
- **Số tín chỉ học phần:** 03 tín chỉ.
- **Số tiết học phần** : 30 tiết lý thuyết, 30 tiết thực hành, 90 tiết tự học.
- **Ghi chú khác:**
 - + Môn học dành cho NCS.
 - + Tài liệu tham khảo chủ yếu bằng tiếng Anh.
 - + Lớp học không quá 25 học viên.

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- **Bộ môn** : Quản trị kinh doanh
- **Khoa** : Kinh tế
- **Thông tin giảng viên:**

[1] PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

[2] PGS-TS. Nguyễn Hữu Đăng

3. Điều kiện tiên quyết: Phương pháp luận nghiên cứu khoa học trong kinh doanh (Bậc thạc sĩ)

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Mục tiêu chung.

Môn học trang bị cho người học những phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực Quản trị kinh doanh tạo nền tảng kiến thức vững chắc, hướng tới việc thực hiện được các công trình nghiên cứu hàn lâm của giảng viên đại học hoặc nghiên cứu viên. Sau khi hoàn tất môn học này, người học có thể chuyển đổi từ người biết hấp thụ và ứng dụng tri thức khoa học (knowledge consumption) sang người không những biết tiêu thụ tri thức mà còn biết cách tạo sinh ra tri thức khoa học (knowledge creation).

4.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
Kiến thức	
G1	Hiểu biết lý thuyết về tri thức khoa học và các trường phái nhận thức luận tri thức khoa học.
G2	Ứng dụng phương pháp lược khảo lý thuyết vào việc tự thực hiện việc lược khảo lý thuyết để xác định được khoảng trống nghiên cứu, xác định được mục tiêu nghiên cứu, xây dựng giả thuyết khoa học.
Kỹ năng	
G3	Ứng dụng các phương pháp nghiên cứu định tính/định lượng vào việc tự thiết kế nghiên cứu định tính cho đề tài nghiên cứu KH của người học
G4	Hiểu biết và nâng cao kỹ năng viết báo cáo nghiên cứu và công bố quốc tế.
Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm	
G5	Trách nhiệm với công việc nghiên cứu

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Môn học này đề cập đến các chủ đề liên quan đến phương pháp luận và phương pháp NCKH như Lý thuyết về tri thức khoa học, Các trường phái nhận thức luận tri thức khoa học, Các phương pháp tạo ra tri thức khoa học, Xây dựng và Kiểm định lý thuyết khoa học, Lược khảo lý thuyết, Nghiên cứu định tính, Nghiên cứu định lượng nâng cao, và Cách viết một báo cáo khoa học.

6. Cấu trúc nội dung học phần:

Buổi	Nội dung	Tài liệu (mục 9)	Trình bày	Gv
1	Giới thiệu môn học. Cơ sở triết học của PPNC: Bản thể luận và nhận thức luận Chủ nghĩa kiến tạo và chủ nghĩa thực dụng			
2	Đặt vấn đề nghiên cứu, phát biểu mục tiêu, câu hỏi nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu			
3	Tổng quan/lược khảo lý thuyết Ý nghĩa của lược khảo lý thuyết trong nghiên cứu định tính và định lượng Các kỹ thuật thiết kế: các bước thực hiện, xác định nguồn dữ liệu, chọn lựa tài liệu tham khảo, xây dựng bản đồ tài liệu tham khảo, tóm tắt các nghiên cứu trước.		- Mỗi cá nhân chuẩn bị nội dung liên quan đến bài (nộp) - Trình bày 2 nhóm - Tổng kết	
4	Phương pháp nghiên cứu định tính: đặc điểm, vai trò của nhà nghiên cứu, thủ		- Mỗi cá nhân chuẩn bị nội dung	

	tục thu thập và ghi chép dữ liệu, phân tích và giải thích dữ liệu, độ tin cậy, giá trị hiệu dụng và tính tổng quát hóa, kỹ thuật viết báo cáo.		liên quan đến bài (nộp) - Trình bày 2 nhóm - Tổng kết	
5	Phương pháp nghiên cứu định lượng: Thiết kế khảo sát: lập kế hoạch khảo sát, tổng thể và mẫu nghiên cứu, công cụ đo lường, các biến số, phân tích và giải thích dữ liệu. Thiết kế thực nghiệm: người tham dự, biến số, công cụ đo lường, thủ tục thực nghiệm, phân tích dữ liệu, giải thích kết quả.		- Mỗi cá nhân chuẩn bị nội dung liên quan đến bài (nộp) - Trình bày 2 nhóm - Tổng kết	
6	Phương pháp nghiên cứu hỗn hợp – mixed method		- Mỗi cá nhân chuẩn bị nội dung liên quan đến bài (nộp) - Trình bày 2 nhóm - Tổng kết	
7	Cách viết: <ul style="list-style-type: none"> • Đề cương luận án, • Bài báo • và luận án nghiên cứu 			
8	Các chủ đề chuyên sâu trong nghiên cứu định tính ngành Quản trị kinh doanh		- Mỗi cá nhân chuẩn bị nội dung liên quan đến bài (nộp) - Trình bày 1 nhóm - Tổng kết	
9	Các chủ đề chuyên sâu trong nghiên cứu định lượng ngành Quản trị kinh doanh		- Mỗi cá nhân ngành QTKD chuẩn bị nội dung liên quan đến bài (nộp) - Trình bày 2 nhóm - Tổng kết	
10	Mỗi NCS trình bày đề cương nghiên cứu ngành Quản trị kinh doanh (7NCS)		NCS trình bày đề cương (theo danh sách)	

7. Phương pháp giảng dạy/học tập:

- Môn học này yêu cầu học viên tự nghiên cứu tài liệu, thực hiện các bài tập/dự án nghiên cứu theo nhóm hoặc cá nhân, trình bày và thảo luận tại lớp theo dạng workshop/seminars;
- Để có thể học tốt, học viên cần có khả năng đọc hiểu tốt các tài liệu bằng tiếng Anh;
- Giảng viên giữ vai trò hướng dẫn và hỗ trợ cho học viên trong quá trình học. Học viên sẽ học được nhiều hơn nếu có sẵn một đề tài nghiên cứu. Ngược lại, học viên sẽ không học được nhiều nếu không đọc trước tài liệu và thực hành nghiên cứu ;
- Các học viên sẽ được chia nhóm từ 2-3 hv/nhóm. Các nhóm sẽ được bốc thăm để chọn thứ tự trình bày. Tất cả các thành viên trong nhóm đều phải tham gia trình bày và thảo luận. Thời gian thuyết trình cho mỗi nhóm là 20-40 phút ;
- Thời gian nộp bài cá nhân và nhóm vào cuối mỗi buổi học được giao bài tập.

8. Đánh giá môn học

Thành phần	Nội dung	%
Bài tập cá nhân	Mỗi học viên nộp bài viết theo chủ đề của từng buổi học do GV phụ trách	42% (7% x 6 bài)
Thuyết trình nhóm và thảo luận tại lớp	Mỗi nhóm chuẩn bị và thuyết trình tại lớp theo chủ đề do GV phân công.	18%
Thuyết trình đề cương nghiên cứu cá nhân	Mỗi học viên nộp và thuyết trình bản đề cương nghiên cứu.	40%

9. Tài liệu học tập:

Tài liệu học tập gồm có các sách và bài báo được sử dụng cho các buổi học như sau:

Tên sách và báo	Buổi giảng
1. Cooper, D. R. và Schindler, P. S. (2012), " <i>Business Research Methods</i> ", McGraw. Hill International Edition. 2. Creswell JW (2009), <i>Thiết kế nghiên cứu: Các cách tiếp cận định tính, định lượng và hỗn hợp</i> , 3 rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage. 3. Creswell JW (2009), <i>Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches</i> , 3 rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage. 4. Nguyễn Đình Thọ (2011), <i>Phương pháp nghiên cứu khoa học</i>	Buổi 1

Tên sách và báo	Buổi giảng
<p><i>trong kinh doanh</i>, TPHCM: NXB Lao động Xã hội</p> <p>5. John, A., Hafiz T.A., Khan R. R., and David (2007), <i>Research Methods for Graduate Business and Social Science Students</i>. Thousand Oak, CA: Sage</p> <p>6. Phil, J. and Joanne D. (2000). <i>Understanding Management Research</i>. Thousand Oak, CA: Sage</p> <p>Và một số tài liệu khác</p>	
<p>1. Sekaran, U. and Bougie, R. (2013), <i>Research methods for business</i>, Wiley</p> <p>2. Baker, MJ (2000), Writing a literature review, <i>The marketing review</i>, Vol. 1: 219-247</p> <p>3. Zorn, T & Campell, N (2006), Improving the writing of literature reviews through a literature integration exercise, <i>Business Communication Quarterly</i>, Vol 69 (2): 172-183.</p> <p>4. Webster J & Watson, RT (2002), Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review, <i>MIS Quarterly</i>, Vol. 26(2).</p>	<p>Buổi 2 và 3 (Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu; lược khảo lý thuyết xác định khoảng trống nghiên cứu)</p>
<p>1. Cooper, D. R. và Schindler, P. S. (2012), <i>Business Research Methods</i>, McGraw. Hill International Edition.</p> <p>2. Creswell JW (2009), <i>Thiết kế nghiên cứu: Các cách tiếp cận định tính, định lượng và hỗn hợp</i>, 3rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage.</p> <p>3. Creswell JW (2009), <i>Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches</i>, 3rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage.</p> <p>4. Nguyễn Đình Thọ (2011), <i>Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh</i>, TPHCM: NXB Lao động Xã hội</p>	<p>Buổi 4 (Phương pháp nghiên cứu định tính)</p>
<p>1. Cooper, D. R. và Schindler, P. S. (2012), “<i>Business Research Methods</i>”, McGraw. Hill International Edition.</p> <p>2. Creswell JW (2009), <i>Thiết kế nghiên cứu: Các cách tiếp cận định tính, định lượng và hỗn hợp</i>, 3rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage.</p> <p>3. Creswell JW (2009), <i>Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches</i>, 3rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage.</p> <p>4. Nguyễn Đình Thọ (2011), <i>Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh</i>, TPHCM: NXB Lao động Xã hội</p> <p>Một số tài liệu khác (sẽ giới thiệu sau)</p>	<p>Buổi 5 (Phương pháp nghiên cứu định lượng)</p>
<p>1. Cooper, D. R. và Schindler, P. S. (2012), “<i>Business Research Methods</i>”, McGraw. Hill International Edition.</p> <p>2. Creswell JW (2009), <i>Thiết kế nghiên cứu: Các cách tiếp cận định tính, định lượng và hỗn hợp</i>, 3rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage.</p>	<p>Buổi 6 (Phương pháp NC hỗn hợp)</p>

Tên sách và báo	Buổi giảng
<ol style="list-style-type: none"> 3. Creswell JW (2009), <i>Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches</i>, 3rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage. 4. Nguyễn Đình Thọ (2011), <i>Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh</i>, TPHCM: NXB Lao động Xã hội 5. Fielding, N. (2010) Mixed methods research in the real world, <i>International J. of Social Research Methodology</i>, 13(2) 127-138. 6. Harrison III, R. (2013) Using mixed methods designs in the JBR, 1990-1010. <i>Journal of Business Research</i>, 66:2153-2162 7. Leech, N. & Onwuegbuzie, A. (2009) A typology of mixed methods research designs, <i>Qual Quant</i>, 43:265-275 8. Lopez-Fernandez, O., Molina-Azorin, J, (2011) The use of mixed methods research in the field of behavioral sciences, <i>Qual Quant</i>, 45:1459-1472. 9. Zachariadis, M., Scott, S. & Barrett, M. (2013) Methodological implications of critical realism for mixed methods research, <i>MIS Quarterly</i>, 37(3): 855-879. 	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cooper, D. R. và Schindler, P. S. (2012), "<i>Business Research Methods</i>", McGraw. Hill International Edition. 2. Các tài liệu trong file gửi 	<p style="text-align: center;">Buổi 7 (Đề cương NC Viết bài báo Viết luận án)</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creswell JW (2009), <i>Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches</i>, 3rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage. 2. Creswell JW (2009), <i>Thiết kế nghiên cứu: Các cách tiếp cận định tính, định lượng và hỗn hợp</i>, 3rd Ed., Thousand Oak, CA: Sage. 3. Nguyễn Đình Thọ (2011), <i>Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh</i>, TPHCM: NXB Lao động Xã hội 4. Islam, J U and Rahman, Z(2016),"The transpiring journey of customer engagement research in marketing", <i>Management Decision</i>, Vol. 54, Iss 8, pp. 2008 - 2034 5. Andriopoulos, C and Slater, S (2013),"Exploring the landscape of qualitative research in international marketing", <i>International Marketing Review</i>, Vol. 30 Iss 4 pp. 384 – 412 6. Cohanier, B. (2014),"What qualitative research can tell us about performance management systems", <i>Qualitative Research in Accounting & Management</i>, Vol. 11 Iss 4 pp. 380 – 415 7. Guercini, S (2014), "New qualitative research methodologies in 	<p style="text-align: center;">Buổi 8 và 9 (Các chủ đề chuyên sâu trong nghiên cứu định tính và định lượng ngành Quản trị kinh doanh)</p>

Tên sách và báo	Buổi giảng
<p>management", <i>Management Decision</i>, Vol. 52 Iss 4 pp. 662 – 674</p> <p>8. Maarten R., Jeroen M. and Tanya B. (2016), "Advancing multilevel thinking and methods in HRM research", <i>Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance</i>, Vol. 3 Iss 2 pp. 204 – 218</p> <p>9. Pantelitsa P. E, Leonidas C. L. AND Constantine S. K. (2016), "Corporate social responsibility in international marketing: review, assessment, and future research", <i>International Marketing Review</i>, Vol. 33 Iss 4 pp. 580 – 624</p> <p>10. Brennan R., Tzempelikos, N. and Wilson, J. (2014), "Improving relevance in B2B research: analysis and recommendations", <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i>, Vol. 29 Iss 7/8 pp. 601 – 609</p> <p>11. Kantur, D. (2016), "Strategic entrepreneurship: mediating the entrepreneurial orientation performance link", <i>Management Decision</i>, Vol. 54 Iss 1 pp. 24 – 43</p> <p>12. Sheehan C., De Cieri H., Cooper, B. and Shea T. (2016), "Strategic implications of HR role management in a dynamic environment", <i>Personnel Review</i>, Vol. 45 Iss 2 pp. 353 – 373</p> <p>13. Chang, L.-L., Backman, K. F. and Huang Y. C. (2014), "Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention", <i>International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research</i>, Vol. 8 Iss 4 pp. 401 – 419</p> <p>14. Gruber-Muecke T. and Hofer K. M. (2015), "Market orientation, entrepreneurial orientation and performance in emerging markets", <i>International Journal of Emerging Markets</i>, Vol. 10 Iss 3 pp. 560 - 571 Permanent</p>	



Cần Thơ, ngày 15 tháng 3 năm 2022
TRƯỜNG KHOA

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm.

PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Tên học phần: Phương pháp nghiên cứu định lượng

1. Thông tin tổng quát:

- **Tên học phần (tiếng việt):** Phương pháp nghiên cứu định lượng
- **Tên học phần (tiếng anh):** Quantitative Research Methods
- **Mã số học phần:** TS001956
- **Số tín chỉ học phần:** 03 tín chỉ.
- **Số tiết học phần** : 30 tiết lý thuyết, 30 tiết thực hành, 90 tiết tự học.
- **Ghi chú khác:**
 - + Môn học dành cho NCS.
 - + Tài liệu tham khảo chủ yếu bằng tiếng Anh.
 - + Lớp học không quá 25 học viên.

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- **Bộ môn** : Quản trị kinh doanh
- **Khoa** : Kinh tế
- **Thông tin giảng viên:**
 - [1] PGS-TS. Lê Nguyễn Đoàn Khôi
 - [2] TS. Đoàn Hoài Nhân

3. Điều kiện tiên quyết:

Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Mục tiêu chung.

Đây là một môn học ứng dụng thực tế. Trong đó các học viên đầu tiên sẽ học lý thuyết sau đó sẽ sử dụng máy vi tính để phân tích dữ liệu. Mục đích của môn học là cung cấp cho học viên những kỹ năng để tổ chức thu thập và phân tích dữ liệu kinh tế.

4.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
Kiến thức	
G1	Được trang bị kiến thức trong việc sử dụng và thực hiện phân tích tình hình sản xuất kinh doanh bằng các kỹ thuật phân tích định lượng và dự báo.

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
G2	Kiến thức về các kỹ thuật phân tích định lượng và dự báo sẽ cho phép các học viên hiểu được số liệu báo cáo để đánh giá phân tích tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp; và hiểu được các kết quả dựa trên nghiên cứu thực nghiệm trong lĩnh vực kinh tế - xã hội
Kỹ năng	
G3	Hiểu được công việc thu thập thông tin, thiết kế một cuộc điều tra.
G4	Hiểu được các nền tảng thống kê về phân tích hồi và dự báo.
G5	Tiến hành lập mô hình hồi qui dựa trên các dữ liệu doanh nghiệp, dữ liệu kinh tế, sử dụng chương trình bảng tính, ví dụ như EXCEL hay SPSS, Stata, SmartPLS, AMOSS
G6	Đánh giá, nhận xét những bảng báo cáo dựa trên các phân tích thực nghiệm
Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm	
G5	Trách nhiệm với công việc nghiên cứu

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Phần chính của môn học tập trung vào các kỹ thuật hồi qui và dự báo. Phân tích hồi qui là một kỹ thuật đặc lực để phân tích các thông tin và dữ liệu. Thông qua các bài tập và đề tài cuối khóa học viên sẽ áp dụng những kỹ thuật phân tích trong lĩnh vực kinh tế.

6. Cấu trúc nội dung học phần:

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Gv
1	<ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu môn học - Thống kê mô tả. - Các vấn đề về thu thập thông tin phục vụ cho yêu cầu nghiên cứu, phân tích. - Đọc và hiểu số liệu (Ôn lại những vấn đề cơ bản trong xác suất và thống kê) 	Hanke, Reitsch, Chương 2 Hanke, J. – Reitsch, A. Chương 4 Gujarati, D. Chương 1, Phụ lục A. Ramanathan, R. Chương 1 và 2		
2	<ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu các mô hình định lượng - Điều kiện áp dụng các mô hình định lượng - Hồi qui đơn biến. Ước lượng khoảng và kiểm định giả thiết. 	Gujarati. Chương 2, 3 Ramanathan, Chương 3 Wooldridge, J. M. (2019), Chương 2	Đăng ký đề tài của đề án môn học	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Gv
3	<ul style="list-style-type: none"> - Các mô hình hồi qui đa biến: Thực tập trên máy tính - Hồi qui đa biến – Tính đa cộng tuyến 	Gujarati, D. Chương 7 Ramanathan, R. Chương 4 Gujarati, D. Chương 7 Ramanathan, R. Chương 5 Wooldridge. Ch. 3, 4, 5	Nội đề cương sơ bộ của đề án môn học	
4	<ul style="list-style-type: none"> - Các biến định tính - Định lượng các biến định tính trong hồi quy - Hồi quy đa biến với các biến định tính - Phân tích biến định tính - Hồi qui Logistic 	Gujarati, D. (2014), Chương 15 Wooldridge, J. M. (2019), Chương 7		
5	<ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu các biến instruments hồi quy - Các giải pháp cho các biến bỏ sót (Omitted Variables) 	Wooldridge, J. M. (2015), C5, C8 Wooldridge, J. M. (2019), Chương 15		
6	<ul style="list-style-type: none"> - Phạm vi của các mô hình Simultaneous Equations Models - Xác định một hệ thống tuyến tính trong mô hình - Ước lượng sau khi xác định hệ thống tuyến tính - Những vấn đề khác trong mô hình Simultaneous Equations Models tuyến tính - Sự không tuyến tính của mô hình Simultaneous Equations Models với các biến nội suy - Các biến Instruments khác nhau trong các phương trình khác nhau 	Wooldridge, J. M. (2015), C9 Wooldridge, J. M. (2019), Chương 16		
7	Cách viết: Đề cương theo hướng định lượng			
8	- Giới thiệu về dự báo.	Ramanathan, Chương		

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Gv
	<ul style="list-style-type: none"> - Các mô hình dự báo - Điều kiện để áp dụng các mô hình dự báo - Ứng dụng các mô hình trong dự báo 	11 Kirchgassner & Wolters (2017) Koop (2016) Wooldridge (2019), Chương 10, 11, 12		
9	<ul style="list-style-type: none"> - Bản chất chuỗi thời gian - Các ví dụ về hồi quy với chuỗi thời gian - Các tính chất mẫu giới hạn của hồi quy OLS và các giả thuyết cổ điển - Dự báo với chuỗi thời gian I (khuynh hướng và theo mùa) 	Gujarati, D. Chương 21 & 22 Kirchgassner, G. & Wolters, J. (2017) Koop, G. (2016) Wooldridge, J. M. (2019), Chương 10, 11, 12		
10	Mỗi NCS trình bày đề cương nghiên cứu theo hướng định lượng		NCS trình bày đề cương	

7. Phương pháp giảng dạy/học tập:

- Môn học này yêu cầu học viên tự nghiên cứu tài liệu, thực hiện các bài tập/dự án nghiên cứu theo nhóm hoặc cá nhân, trình bày và thảo luận tại lớp theo dạng workshop/seminars;

- Để có thể học tốt, học viên cần có khả năng đọc hiểu tốt các tài liệu bằng tiếng Anh;

- Giảng viên giữ vai trò hướng dẫn và hỗ trợ cho học viên trong quá trình học. Học viên sẽ học được nhiều hơn nếu có sẵn một đề tài nghiên cứu. Ngược lại, học viên sẽ không học được nhiều nếu không đọc trước tài liệu và thực hành nghiên cứu ;

- Các học viên sẽ được chia nhóm từ 2-3 hv/nhóm. Các nhóm sẽ được bốc thăm để chọn thứ tự trình bày. Tất cả các thành viên trong nhóm đều phải tham gia trình bày và thảo luận. Thời gian thuyết trình cho mỗi nhóm là 20-40 phút ;

- Thời gian nộp bài cá nhân và nhóm vào cuối mỗi buổi học được giao bài tập.

8. Đánh giá môn học

Thành phần	Nội dung	%
------------	----------	---

Thành phần	Nội dung	%
Bài tập cá nhân	Mỗi học viên nộp bài viết theo chủ đề của từng buổi học do GV phụ trách	42% (6 bài)
Thuyết trình nhóm và thảo luận tại lớp	Mỗi nhóm chuẩn bị và thuyết trình tại lớp theo chủ đề do GV phân công.	18%
Thuyết trình đề cương nghiên cứu cá nhân	Mỗi học viên nộp và thuyết trình bản đề cương nghiên cứu.	40%

9. Tài liệu học tập:

- [1]. Baltagi, B. H. (2016), *Panel Data Econometrics: Theoretical Contributions and Empirical Applications*. Elsevier, The Netherlands.
- [2]. Damodar N. Gujarati (2014), *Kinh tế lượng cơ sở*, ấn bản thứ tư. Nhà xuất bản McGraw-Hill, 2013. Website: <http://www.mhhe.com/econometrics/gujarati4>
- [3]. Kirchgassner, G. & Wolters, J. (2017), *Introduction to Modern Time Series Analysis*. Springer
- [4]. Koop, G. (2016), *Analysis of Financial Data*. John Wiley & Son Ltd
- [5]. Ramu Ramanathan (2012), *Nhập môn kinh tế lượng với các ứng dụng*, ấn bản thứ năm. Nhà xuất bản Harcourt College, 2002. Website: <http://econ.ucsd.edu/~rramanat/embook5.htm>
- [6]. *Thống kê doanh nghiệp*, ấn bản thứ hai, của John E. Hanke / Arthur G. Reitsch. Nhà xuất bản Irwin, 1994.
- [7]. Wooldridge, J. M. (2015), *Econometric Analysis Cross Section and Panel Data*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England.
- [8]. Wooldridge, J. M. (2019), *Introductory Econometrics: A Modern Approach*. South – Western Cengage Learning, Canada.



Cần Thơ, ngày 15 tháng 3 năm 2022
TRƯỜNG KHOA

PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Tên học phần: Phương pháp nghiên cứu định tính

1. Thông tin tổng quát:

- **Tên học phần (tiếng việt):** Phương pháp nghiên cứu định tính
- **Tên học phần (tiếng anh):** Qualitative Research Methods
- **Mã số học phần:** TS001957
- **Số tín chỉ học phần:** 03 tín chỉ.
- **Số tiết học phần** : 30 tiết lý thuyết, 30 tiết thực hành, 90 tiết tự học.
- **Ghi chú khác:**
 - + Môn học dành cho NCS.
 - + Tài liệu tham khảo chủ yếu bằng tiếng Anh.
 - + Lớp học không quá 25 học viên.

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- **Bộ môn** : Quản trị kinh doanh
- **Khoa** : Kinh tế
- **Thông tin giảng viên:**

1- PGS-TS. Nguyễn Văn Áng

2- TS. Nguyễn Hồng Gấm

3. Điều kiện tiên quyết: Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Mục tiêu chung.

Học viên thu nhận được kiến thức và hiểu được những vấn đề cốt yếu khi thực hiện một nghiên cứu định tính, gồm phương pháp đo lường (measurement), tính hợp lệ (validity), và khả năng tin cậy (reliability); khả năng ứng dụng các phương pháp định tính trong một số nghiên cứu đặc thù, và cách đánh giá tính phù hợp của các phương pháp định tính trong các nghiên cứu định tính khác.

4.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
Kiến thức	
G1	Phát triển và nâng cao kiến thức cho học viên về các phương pháp định tính

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
	sử dụng trong các nghiên cứu xã hội thông qua các hệ thống các khái niệm và các trải nghiệm thực tế
G2	Hiểu chuyên sâu các vấn đề quan trọng khi thực hiện nghiên cứu định tính, gồm phương pháp đo lường (measurement), tính hợp lệ (validity), và khả năng tin cậy (reliability)
Kỹ năng	
G3	Tăng cường sự hiểu biết của sinh viên về các bước trong quy trình thực hiện một nghiên cứu định tính
G4	Có khả năng đánh giá tính ứng dụng của các phương pháp định tính cụ thể trong các nghiên cứu định tính cụ thể.
G5	Có kỹ năng cơ bản sử dụng được phần mềm N-vivo cho phân tích dữ liệu định tính
Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm	
G6	Trách nhiệm với công việc nghiên cứu

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Về mặt phương pháp, các nghiên cứu thường sử dụng một trong ba hướng: định tính, định lượng hoặc kết hợp cả định tính và định lượng. Môn học này giới thiệu chuyên sâu về các phương pháp phân tích định tính quan trọng và hướng dẫn một trong các công cụ nghiên cứu phổ biến (phần mềm N-vivo) để hỗ trợ trong quá trình thực hiện nghiên cứu định tính.

6. Cấu trúc nội dung học phần:

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	GV
1	Giới thiệu - Định nghĩa về một nghiên cứu định tính và các phương pháp nghiên cứu định tính - Các lưu ý về đạo đức nghiên cứu - Phương pháp đo lường (measurement), tính hợp lệ (validity), và khả năng tin cậy (reliability) - Các cách tiếp cận, truyền thống và phương pháp nghiên cứu trong nghiên cứu định tính	(Creswell, 2012) Ch. 3 “Designing a Qualitative Study” (Creswell, 2012) Ch. 4 “Five Qualitative Approaches to Inquiry” Read Saldana (2019) pp. 1-21 in an “An Introduction to Codes and Coding”		
2	Thiết kế nghiên cứu định tính (Research Design) - Giới thiệu cách thiết kế nghiên cứu	Bryman, A. (2021). Marshall, C., & Rossman, G. B. (2016).	Đăng ký đề tài của đề án	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	GV
	cứu định tính - Các bước thiết kế nghiên cứu định tính - Nội dung thiết kế nghiên cứu định tính - Điều kiện đánh giá một thiết kế nghiên cứu định tính		môn học	
3	Một số phương pháp nghiên cứu định tính phổ biến - Nghiên cứu tài liệu lưu trữ (Archival Studies) - Giới thiệu tổng quan về phương pháp nghiên cứu định tính phổ biến - Điều kiện để áp dụng các nghiên cứu định tính - Giới thiệu nghiên cứu tài liệu lưu trữ - Cách nghiên cứu tài liệu lưu trữ - Điều kiện áp dụng nghiên cứu tài liệu lưu trữ - Ý nghĩa của việc nghiên cứu tài liệu lưu trữ	Creswell, J. W. (2012), Tharenou, P., Donohue, R., & Cooper, B. (2017) Marshall, C., & Rossman, G. B. (2016).	Nộp đề cương sơ bộ của đề án môn học	
4	Nội dung: Phân tích nội dung (content analysis) - Cách nghiên cứu và điều kiện áp dụng phân tích nội dung - Ý nghĩa của việc nghiên cứu phân tích nội dung - Một số ứng dụng của phân tích nội dung	Krippendorff (2014)		
5	Nội dung: Nghiên cứu tình huống (case-studies) - Điều kiện để áp dụng nghiên cứu tình huống - Các phương pháp nghiên cứu tình huống - Cách trình bày và viết nghiên cứu tình huống trong nghiên cứu	Yin (2019) George, A. L., & Bennett, A. (2005).		

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	GV
	- Ý nghĩa của việc nghiên cứu tình huống			
6	Các phương pháp thu thập dữ liệu định tính phổ biến - Tham dự (Participating) - Quan sát (observing) - Phỏng vấn có cấu trúc định sẵn hoặc một phần định sẵn (semi-structured, structured) - Phỏng vấn nhóm (Focus Group) - Thu thập tài liệu lưu trữ (Archival Studies)	Creswell, J. W. (2012), Tharenou, P., Donohue, R., & Cooper, B. (2017)		
7	Nội dung: Viết nội dung nghiên cứu định tính - Các bước chuẩn bị để viết nghiên cứu định tính - Sử dụng chứng cứ định tính để viết các lập luận - Cấu trúc nghiên cứu/luận văn định tính - Phát triển văn phong thích hợp - Trình bày nghiên cứu/luận văn	Bryman, A. (2021). Marshall, C., & Rossman, G. B. (2016). Creswell, J. W. (2012)		
8	Sử dụng phần mềm N-vivo - Giới thiệu N-vivo - Ứng dụng phần mềm N-vivo trong phân tích định tính - Cách phân tích kết quả truy xuất từ phần mềm	N-vivo Manual Richards, L. (2015)		
9	Mỗi NCS trình bày đề cương nghiên cứu theo hướng định lượng		NCS trình bày đề cương	

7. Phương pháp giảng dạy/học tập:

- Môn học này yêu cầu học viên tự nghiên cứu tài liệu, thực hiện các bài tập/dự án nghiên cứu theo nhóm hoặc cá nhân, trình bày và thảo luận tại lớp theo dạng workshop/seminars;

- Để có thể học tốt, học viên cần có khả năng đọc hiểu tốt các tài liệu bằng tiếng Anh;

- Giảng viên giữ vai trò hướng dẫn và hỗ trợ cho học viên trong quá trình học. Học viên sẽ học được nhiều hơn nếu có sẵn một đề tài nghiên cứu. Ngược lại, học viên sẽ không học được nhiều nếu không đọc trước tài liệu và thực hành nghiên cứu ;

- Các học viên sẽ được chia nhóm từ 2-3 hv/nhóm. Các nhóm sẽ được bốc thăm để chọn thứ tự trình bày. Tất cả các thành viên trong nhóm đều phải tham gia trình bày và thảo luận. Thời gian thuyết trình cho mỗi nhóm là 20-40 phút ;

- Thời gian nộp bài cá nhân và nhóm vào cuối mỗi buổi học được giao bài tập.

8. Đánh giá môn học

Thành phần	Nội dung	%
Bài tập cá nhân	Mỗi học viên nộp bài viết theo chủ đề của từng buổi học do GV phụ trách	42% (7% x 6 bài)
Thuyết trình nhóm và thảo luận tại lớp	Mỗi nhóm chuẩn bị và thuyết trình tại lớp theo chủ đề do GV phân công.	18%
Thuyết trình đề cương nghiên cứu cá nhân	Mỗi học viên nộp và thuyết trình bản đề cương nghiên cứu.	40%

9. Tài liệu học tập:

- [1]. Blaikie, N. (2019). *Designing Social Research*. Cambridge: Polity Press.
- [2]. Bryman, A. (2021). *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press.
- [3]. Buchanan, D. A., & Byman, A. (2019). *The Sage handbook of organizational research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- [4]. Corbin, J., & Strauss, A. (2018). *Basics of Qualitative Research 3e*. London: SAGE Publications.
- [5]. Creswell, J. W. (2012). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- [6]. Gabrielian, V., Yang, K., & Spice, S. (2018). Qualitative Research Methods. In K. Yang & G. J. Miller (Eds.), *Handbook of Research Methods in Public Administration*. London: CRC Press.
- [7]. George, A. L., & Bennett, A. (2015). *Case studies and theory development in the social science*. Cambridge: MIT Press.
- [8]. Holliday, A. (2017). *Doing and writing qualitative research*. London: SAGE publications.

- [9]. Krippendorff, K. (2014). *Content Analysis*. London: Sage Publications.
- [10]. Marshall, C., & Rossman, G. B. (2016). *Designing Qualitative Research* London: SAGE.
- [11]. Saldana, J. (2019). *The coding manual for qualitative researchers*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- [12]. Silverman, D. (2015). *Doing Qualitative Research: a Practical Handbook* (2nd ed.). London: SAGE Publications.
- [13]. Tharenou, P., Donohue, R., & Cooper, B. (2017). *Management research methods* Melbourne Cambridge University Press.
- [14]. Thietart, R.-A. (2021). *Doing management research: a comprehensive guide* London: SAGE Publications.
- [15]. Yin, R. K. (2018). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE.



Cần Thơ, ngày 15 tháng 3 năm 2022

TRƯỞNG KHOA

PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Tên học phần: Kinh doanh quốc tế đương đại: các hướng nghiên cứu mới

1. Thông tin tổng quát:

- **Tên học phần (tiếng việt):** Kinh doanh quốc tế đương đại: các hướng nghiên cứu mới
- **Tên học phần (tiếng anh):** Contemporary international business: New trends in research
- **Mã số học phần:** TS001961
- **Số tín chỉ học phần:** 02 tín chỉ.
- **Số tiết học phần:** 20 tiết lý thuyết, 10 tiết thực hành, 60 tiết tự học.
- **Ghi chú khác:**
 - + Môn học dành cho NCS.
 - + Tài liệu tham khảo chủ yếu bằng tiếng Anh.
 - + Lớp học không quá 25 học viên.

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- **Bộ môn** : Quản trị kinh doanh
- **Khoa** : Kinh tế
- **Thông tin giảng viên:**
 - [1] PGS-TS. Võ Văn Dứt
 - [2] TS. Phạm Minh Đức

3. Điều kiện tiên quyết: Phương pháp luận nghiên cứu khoa học trong kinh doanh (Bậc thạc sĩ)

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Mục tiêu chung.

Môn học này trang bị cho NCS những kiến thức để có thể tiếp cận, nghiên cứu các hoạt động kinh doanh quốc tế của các công ty đa quốc gia và các chiến lược kinh doanh quốc tế mà các công ty này thực hiện nhằm thâm nhập và chiếm lĩnh thị trường toàn cầu.

4.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
Kiến thức	
G1	Hiểu được về kinh doanh quốc tế, quản trị kinh doanh quốc tế và toàn cầu hóa kinh tế;
G2	Định dạng được những chiến lược kinh doanh quốc tế chủ yếu của các MNEs và phương thức thâm nhập thị trường toàn cầu.
Kỹ năng	
G3	Triển khai tổ chức thực hiện được những chiến lược kinh doanh quốc tế chủ yếu của các MNEs.
G4	Viết được các case study liên quan đến quản trị kinh doanh quốc tế.
Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm	
G5	Trách nhiệm với công việc nghiên cứu

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Môn học giúp NCS hiểu được phương thức hoạt động của các công ty đa quốc gia (MNEs) trong môi trường quốc tế hóa và toàn cầu hóa như hiện nay. Tiếp theo là phương pháp thiết lập và triển khai chiến lược kinh doanh quốc tế của công ty đa quốc gia. Cuối cùng là nội dung và phương pháp nghiên cứu những chiến lược và chức năng cụ thể của hoạt động kinh doanh quốc tế: chiến lược sản xuất, marketing, nhân lực, tài chính quốc tế...

6. Cấu trúc nội dung học phần:

Buổi	Nội dung	Tài liệu (mục 9)	Trình bày	Giảng viên
1	Hướng dẫn học tập, nghiên cứu, viết case study Chuyên đề 1: Giới thiệu chung về quản trị kinh doanh quốc tế. 1. Các khái niệm, lý thuyết cơ bản về thương mại và đầu tư quốc tế; 2. Toàn cầu hóa kinh tế.		- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	
2	Chuyên đề 2: Chiến lược kinh doanh quốc tế và phương thức thâm nhập thị trường Định dạng và lựa chọn chiến lược; Các hình thức thâm nhập và liên minh chiến lược.		Đăng ký đề tài của đề án môn học	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (mục 9)	Trình bày	Giảng viên
3	Chuyên đề 3: Quản trị nguồn nhân lực quốc tế Thiết kế tổ chức quản lý và hệ thống kiểm soát, động viên Các chiến lược, chính sách quản trị nguồn nhân lực toàn cầu;		- Giảng viên trình bày; - NCS trao đổi, thảo luận.	
4	Chuyên đề 4: Quản trị marketing quốc tế Chiến lược marketing hỗn hợp đối với hàng hóa; Chiến lược marketing hỗn hợp đối với dịch vụ.		- Giảng viên trình bày; - NCS trao đổi, thảo luận.	
5	Chuyên đề 5: Quản trị sản xuất, điều hành quốc tế Chiến lược sản xuất; Quản lý chuỗi cung ứng toàn cầu.		- Giảng viên trình bày; - NCS trao đổi, thảo luận.	
6	Chuyên đề 6: Quản trị tài chính quốc tế Quyết định đầu tư, tài trợ; Quản trị tiền tệ toàn cầu và phòng chống rủi ro tài chính.		- Giảng viên trình bày; - NCS trao đổi, thảo luận.	
07	Mỗi NCS trình bày đề cương nghiên cứu kinh doanh quốc tế		NCS trình bày đề cương	

7. Phương pháp giảng dạy/học tập:

- Môn học này yêu cầu học viên tự nghiên cứu tài liệu, thực hiện các bài tập/dự án nghiên cứu theo nhóm hoặc cá nhân, trình bày và thảo luận tại lớp theo dạng workshop/seminars;

- Để có thể học tốt, học viên cần có khả năng đọc hiểu tốt các tài liệu bằng tiếng Anh;

- Giảng viên giữ vai trò hướng dẫn và hỗ trợ cho học viên trong quá trình học. Học viên sẽ học được nhiều hơn nếu có sẵn một đề tài nghiên cứu. Ngược lại, học viên sẽ không học được nhiều nếu không đọc trước tài liệu và thực hành nghiên cứu ;

- Các học viên sẽ được chia nhóm từ 2-3 hv/nhóm. Các nhóm sẽ được bốc thăm để chọn thứ tự trình bày. Tất cả các thành viên trong nhóm đều phải

tham gia trình bày và thảo luận. Thời gian thuyết trình cho mỗi nhóm là 20-40 phút ;

- Thời gian nộp bài cá nhân và nhóm vào cuối mỗi buổi học được giao bài tập.

8. Đánh giá môn học

Thành phần	Nội dung	Trọng số
Bài tập cá nhân	Mỗi học viên nộp bài viết theo chủ đề của từng buổi học do GV phụ trách	42% (6 bài)
Thuyết trình nhóm và thảo luận tại lớp	Mỗi nhóm chuẩn bị và thuyết trình tại lớp theo chủ đề do GV phân công.	18%
Thuyết trình đề cương nghiên cứu cá nhân	Mỗi học viên nộp và thuyết trình bản đề cương nghiên cứu.	40%

9. Tài liệu học tập:

1. *International Business: Competing in the global marketplace*. Hill, C.W.L. McGraw-Hill/Irwin, 10th ed., 2015.
2. *Kinh doanh quốc tế hiện đại*. Hill, C.W. NXB Kinh tế Tp.HCM., 2020.
3. *Quản trị kinh doanh quốc tế*. Giáo trình cao học. Hà Nam Khánh Giao. NXB Tổng hợp Tp.HCM, 2019
4. *Quản trị kinh doanh quốc tế*. Bùi Lê Hà và các tác giả. NXB Lao động-Xã hội, 2010.
5. *Global Business Today*. Hill, C.W.L. McGraw-Hill/Irwin, 2018.
6. *Strategic Management: Competiveness and Globalization*. Hitt, M.A. và các tác giả. Thomson/South-Western, 2015.
7. *Case study Research: Design and Methods*. Yin, R.K., Sage Publication, 5th ed., 2014.
8. *How to do case study research*. Zucker, D.M., School of Nursing Faculty Publication Series, Paper 2, 2019.
9. Handouts của giảng viên.
10. Văn kiện Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam và các luật hiện hành tại Việt Nam.



Cần Thơ, ngày 15 tháng 3 năm 2022
TRƯỞNG KHOA

PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Tên học phần: Thương hiệu và marketing chiến lược: các hướng nghiên cứu mới

1. Thông tin tổng quát:

- **Tên học phần (tiếng việt):** Thương hiệu và marketing chiến lược: các hướng nghiên cứu mới
- **Tên học phần (tiếng anh):** Strategic brand and marketing: New trends in research
- **Mã số học phần:** TS001962
- **Số tín chỉ học phần:** 02 tín chỉ.
- **Số tiết học phần:** 20 tiết lý thuyết, 10 tiết thực hành, 60 tiết tự học.
- **Ghi chú khác:**
 - + Môn học dành cho NCS.
 - + Tài liệu tham khảo chủ yếu bằng tiếng Anh.
 - + Lớp học không quá 25 học viên.

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- **Bộ môn :** Quản trị kinh doanh
- **Khoa :** Kinh tế
- **Thông tin giảng viên:**

[1] TS. Đoàn Hữu Tiến

[2] TS. La Nguyễn Thùy Dung

3. Điều kiện tiên quyết:

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Mục tiêu chung.

Môn học này ở cấp độ nghiên cứu chuyên sâu trang bị cho nghiên cứu sinh một số hướng nghiên cứu cơ bản và ứng dụng trong lĩnh vực Thương hiệu/Marketing. Các phương pháp tiếp cận đề tài nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực Thương hiệu/Marketing được trình bày cùng với nội dung nghiên cứu đặt trọng tâm vào việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến môi trường kinh doanh quốc tế, đặc biệt là yếu tố về văn hóa, nghiên cứu hành vi người tiêu dùng và các chiến lược Thương hiệu/Marketing.

4.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
Kiến thức	
G1	Mô tả được tiến trình xây dựng, duy trì và phát triển thương hiệu và chiến lược Marketing
G2	Phân tích được các biện pháp có thể áp dụng để khai thác giá trị thương hiệu và các chiến lược marketing
Kỹ năng	
G3	Vẽ được tiến trình xây dựng và phát triển thương hiệu và chiến lược Marketing
G4	Giải quyết được các tình huống thực tiễn trong quản trị thương hiệu và chiến lược Marketing
Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm	
G5	Hợp tác với giảng viên và tương tác với các thành viên trong nhóm, trong lớp học.

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Môn học này trang bị những kiến thức về thương hiệu/Marketing cho học viên, giúp học viên nhận thức được tầm quan trọng của thương hiệu/Marketing trong chiến lược sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, đặc biệt trong môi trường cạnh tranh gay gắt hiện nay.

6. Cấu trúc nội dung học phần:

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
1	Chủ đề 1: Tổng quan về thương hiệu Khái quát về thương hiệu Tài sản thương hiệu	Quản trị Thương hiệu: Lý thuyết và thực tiễn, Bùi Văn Quang, Nhà xuất bản Lao động- Xã hội, 2015. + Chương 1 + Chương 2	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	
2	Chủ đề 2: Xây dựng chiến lược thương hiệu Tầm nhìn thương hiệu Định vị thương hiệu	Quản trị Thương hiệu: Lý thuyết và thực tiễn, Bùi Văn Quang, Nhà xuất bản Lao động- Xã hội, 2015. + Chương 3 + Chương 4 + Chương 5	Đăng ký đề tài của đề án môn học	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
3	Chủ đề 3: Phát triển thương hiệu Thương hiệu và chiến lược sản phẩm Hệ thống nhận diện thương hiệu Thiết kế thương hiệu	Quản trị Thương hiệu: Lý thuyết và thực tiễn, Bùi Văn Quang, Nhà xuất bản Lao động- Xã hội, 2015. + Chương 6 + Chương 7 + Chương 8	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	
4	Chủ đề 4: Khai thác và quản lý Thương hiệu Truyền thông thương hiệu Quản lý thương hiệu	Quản trị Thương hiệu: Lý thuyết và thực tiễn, Bùi Văn Quang, Nhà xuất bản Lao động- Xã hội, 2015. + Chương 9 + Chương 10 + Chương 11	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	
5	Chủ đề 5: Giới thiệu các hướng nghiên cứu về lĩnh vực Marketing quốc tế Xu hướng kinh doanh toàn cầu hóa -Môi trường kinh doanh quốc tế -Hành vi người tiêu dùng trong bối cảnh toàn cầu hóa Các chiến lược chuẩn hóa và địa phương hóa của các công ty đa quốc gia Các công cụ nghiên cứu về môi trường Marketing quốc tế cung ứng toàn cầu.	From an international environmental and sectorial approach to corporate decisions formulation: The "P.R.E.S.T." model (Jean-Paul Lemaire) Tendencies of internationalization in retailing (Pop Nicolae Alexandru, Dabija Dan Cristian) The impact of the changing marketing environment in the Pacific Rim: four case studies (Sally Dibb)	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	
6	Chủ đề 6: Sự khác biệt về hành vi người tiêu dùng ở thị trường trong nước và quốc tế -Mô hình hành vi người tiêu dùng cơ bản -Mô hình hành vi người tiêu dùng cần	The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders (Archie B. Carroll) The Vietnamese consumer perception on Corporate Social	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
	phải hiệu chỉnh theo từng môi trường kinh doanh -Các đặc thù về hành vi tiêu dùng khu vực Châu Á	Responsibility (Bui Thi Lan Huong)		
	Chủ đề 7 : Chiến lược Marketing hỗn hợp, sản phẩm và dịch vụ	How the local competition defeated a global brand: The case of Starbucks (Paul G. Patterson *, Jane Scott, Mark D. Uncles) Starbucks is forbidden in the Forbidden City: Blog, circuit of culture and informal public relations campaign in China (Gang (Kevin) Han, Ai Zhang)		
07	Mỗi NCS trình bày đề cương nghiên cứu thương hiệu/marketing		NCS trình bày đề cương (theo danh sách)	

7. Phương pháp giảng dạy/học tập:

- Môn học này yêu cầu học viên tự nghiên cứu tài liệu, thực hiện các bài tập/dự án nghiên cứu theo nhóm hoặc cá nhân, trình bày và thảo luận tại lớp theo dạng workshop/seminars;
- Để có thể học tốt, học viên cần có khả năng đọc hiểu tốt các tài liệu bằng tiếng Anh;
- Giảng viên giữ vai trò hướng dẫn và hỗ trợ cho học viên trong quá trình học. Học viên sẽ học được nhiều hơn nếu có sẵn một đề tài nghiên cứu. Ngược lại, học viên sẽ không học được nhiều nếu không đọc trước tài liệu và thực hành nghiên cứu;
- Các học viên sẽ được chia nhóm từ 2-3 hv/nhóm. Các nhóm sẽ được bốc thăm để chọn thứ tự trình bày. Tất cả các thành viên trong nhóm đều phải tham gia trình bày và thảo luận. Thời gian thuyết trình cho mỗi nhóm là 20-40 phút;
- Thời gian nộp bài cá nhân và nhóm vào cuối mỗi buổi học được giao bài tập.

8. Đánh giá môn học

Thành phần	Nội dung	%
Bài tập cá nhân	Mỗi học viên nộp bài viết theo chủ đề của từng buổi học do GV phụ trách	42% (7% x 6 bài)
Thuyết trình nhóm và thảo luận tại lớp	Mỗi nhóm chuẩn bị và thuyết trình tại lớp theo chủ đề do GV phân công.	18%
Thuyết trình đề cương nghiên cứu cá nhân	Mỗi học viên nộp và thuyết trình bản đề cương nghiên cứu.	40%

9. Tài liệu học tập:

[1] Bùi Văn Quang (2015). Quản trị Thương hiệu: Lý thuyết và thực tiễn, Nhà xuất bản Lao động- Xã hội.

[2] Patricia F. Nicolino (2019). Quản trị Thương hiệu, NXB Lao động- Xã hội.

[3] Kevin Lane Keller (2018). Strategic Brand Management, Pearson International Edition.

[4] David A. Aaker (1991). Managing brand equity, The Free Press, USA.

[5] David A. Aaker (1996). Building strong brands, The Free Press, USA.

[6] David A. Aaker and Enrich Joachimsthaler (2000). Brand Leadership, The Free Press, USA.

[7] Cateora, P., Graham, J.L. (2019). International marketing, McGraw-Hill/Irwin, International Edition

[8] Terpstra, V., Sarathy R. (2019). International Marketing, The Dryden Press, Harcourt College Publishers/



Cần Thơ, ngày 15 tháng 3 năm 2022

TRƯỞNG KHOA

PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Tên học phần: Thương mại điện tử

1. Thông tin tổng quát:

- **Tên học phần (tiếng việt):** Thương mại điện tử
- **Tên học phần (tiếng anh):** E-commerce
- **Mã số học phần:** TS001963
- **Số tín chỉ học phần:** 02 tín chỉ.
- **Số tiết học phần:** 20 tiết lý thuyết, 10 tiết thực hành, 60 tiết tự học.
- **Ghi chú khác:**
 - + Môn học dành cho NCS.
 - + Tài liệu tham khảo chủ yếu bằng tiếng Anh.
 - + Lớp học không quá 25 học viên.

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- **Bộ môn** : Quản trị kinh doanh tổng hợp
- **Khoa** : Quản trị kinh doanh
- **Thông tin giảng viên:**

[1] PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

[2] TS. Võ Thành Khởi

3. Điều kiện tiên quyết:

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Mục tiêu chung

Môn học giúp người học hiểu biết sự phát triển trong lĩnh vực kinh doanh trực tuyến, các mô hình kinh doanh, thể loại công nghệ, đặc tính thị trường và hành vi của khách hàng, các cách thức tổ chức và vận hành hoạt động kinh doanh điện tử và các xu thế kinh doanh đang tiến triển trong lĩnh vực trực tuyến.

4.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
	Kiến thức
G1	Nắm được các tiến bộ trong ngành kinh doanh trực tuyến.

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
G2	Vận dụng được các mô hình kinh doanh trực tuyến, đặc tính thị trường và hành vi của khách hàng thời công nghệ.
G3	Xác định cách thức tổ chức và vận hành hoạt động kinh doanh điện tử và các xu thế kinh doanh hiện nay trong lĩnh vực trực tuyến.
Kỹ năng	
G3	Nâng cao kỹ năng đọc hiểu và phân tích các bài báo có liên quan đến nội dung môn học. Các phần đọc, phân tích, thuyết trình, và thảo luận nội dung các bài báo giúp NCS học hỏi được phương pháp viết báo khoa học, định hướng ý tưởng hoặc xác định vấn đề nghiên cứu trong lĩnh vực này.
G4	NCS sẽ có cơ hội thử thách với việc viết bài luận các chủ đề liên quan đến thương mại điện tử đương thời
Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm	
G5	Hợp tác với giảng viên và tương tác với các thành viên trong nhóm, trong lớp học.

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Sự phát triển của Internet tiếp tục mang lại nhiều ảnh hưởng đối với kinh doanh của các công ty và tổ chức thuộc tất cả các thành phần và qui mô khác nhau. Các tổ chức cũ buộc phải thiết kế lại các chiến lược và cách thức mà họ điều hành hoạt động của mình theo mô hình mới. Các tổ chức mới thì hình thành và phát triển với những mô hình kinh doanh đặc sắc, tạo ra một cuộc đua tranh đầy thử thách cho mọi loại hình tổ chức. Môn học là sự vận dụng các kiến thức tổng hợp về quản trị kinh doanh ứng dụng vào môi trường kinh doanh trực tuyến, cách thức tích hợp mô hình kinh doanh trực tuyến vào một tổ chức kinh doanh hiện có và thiết lập mới tổ chức kinh doanh trực tuyến.

6. Cấu trúc nội dung học phần:

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
1	<p><i>Chuyên đề 1. Thương mại điện tử: Các mô hình kinh doanh</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Các khái niệm căn bản của TMĐT • Các yếu tố chủ yếu của mô hình kinh doanh thương mại điện tử • Các mô hình B2C: công giao dịch, cửa hàng bán lẻ, nhà cung cấp nội dung, 	Pham, L. Pham, N. L. and Nguyen, T. T. D. (2011), Determinants of E-commerce Adoption in Vietnamese Small and Medium Sized Enterprises, <i>International Journal of Entrepreneurship</i> ,	<ul style="list-style-type: none"> - Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận. 	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
	<p>môi giới giao dịch, nhà sáng tạo thị trường, nhà cung cấp dịch vụ, ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Các mô hình B2B: nhà phân phối, nhà cung cấp dịch vụ hậu cần, liên hiệp ngành, mạng lưới công nghiệp • Các mô hình mới nổi khác: C2C, P2P, M-commerce 	<p>Vol.15, pp. 45-72.</p> <p>Abbad, M., Abbad, R., and Malik, S. (2011), <i>Limitations of e-commerce in developing countries: Jordan case Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern</i>, pp. 280-291.</p> <p>Gökmen, A. (2012), <i>Virtual business operations, e-commerce & its significance and the case of Turkey: current situation and its potential, Electronic Commerce Research</i>, pp. 31-51</p>		
2	<p><i>Chuyên đề 2. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật của thương mại điện tử</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Internet: nền tảng công nghệ • Xây dựng website thương mại điện tử 	<p>Gotzamani, K. D., Tzavlopoulos, Y. E. (2009), <i>Measuring e-commerce-quality: an exploratory review, International Journal of Quality and Service Sciences</i>, pp. 271-279.</p> <p>Li, P. and Xie, W. (2012), <i>A strategic framework for determining e-commerce adoption, Journal of technology management in China</i>, pp. 22-35.</p>	Đăng ký đề tài của đề án môn học	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
		Sin, L. G., Purnamasari, R. (2011), China e-commerce market analysis: Forecasting and profiling internet user, <i>Researchers World</i> , pp. 1-8		
3	<p>Chuyên đề 3. Khách hàng và marketing trực tuyến</p> <ul style="list-style-type: none"> o Đặc điểm khách hàng trên mạng o Mô hình hành vi tiêu dùng / Quyết định mua hàng trên mạng o Chiến lược thương hiệu trên mạng o Xây dựng và duy trì mối quan hệ với khách hàng 	Thamizhvanan, A. and Xavier, M.J. (2013), Determinants of customers' online purchase intention: an empirical study in India, <i>Journal of Indian Business Research</i> , Vol.5 No.1, pp.17-32	<ul style="list-style-type: none"> - Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận. 	
4	<p>Chuyên đề 4. Truyền thông marketing trực tuyến</p> <ul style="list-style-type: none"> o Các công cụ truyền thông marketing: Quảng cáo trực tuyến, Email marketing, Catalog trực tuyến, marketing xã hội o Chi phí và lợi ích của truyền thông marketing trực tuyến o Website là công cụ truyền thông marketing: tên miền, SEM 	Gurau, C. (2008), Integrated online marketing communication: implementation and management, <i>Journal of Communication Management</i> , Vol.12 No.2, pp.169-184.	<ul style="list-style-type: none"> - Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận. 	
5	<p>Chuyên đề 5. Bán lẻ hàng hóa và dịch vụ trực tuyến</p> <ul style="list-style-type: none"> o Phân tích khả năng tồn tại của doanh nghiệp trực 	Hansen, T. and Jensen, J. M. (2009), Shopping orientation and online clothing purchases:	<ul style="list-style-type: none"> - Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo 	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
	tuyển o Mô hình kinh doanh bán lẻ trực tuyến o Dịch vụ trực tuyến: phân loại dịch vụ, kiến thức và cường độ thông tin, cá nhân hóa và khách hàng hóa, các dịch vụ điển hình như du lịch, việc làm...	the role of gender and purchase situation, <i>European Journal of Marketing</i> , Vol. 43 No. 9/10, pp. 1154-1170	luận.	
6	Chuyên đề 6. Mạng lưới xã hội, đấu giá và cộng đồng trực tuyến o Mạng lưới xã hội và cộng đồng trực tuyến: khái niệm và sự tăng trưởng của mạng cộng đồng, phân loại mạng xã hội và mô hình kinh doanh, o Đấu giá trực tuyến: lợi ích và rủi ro của đấu giá trực tuyến, phân loại đấu giá trực tuyến, hành vi của người mua và người bán trong đấu giá.	Lorenzo-Romero, C., Constantinides, E. and Maria-del-Carmen, A. (2011), Consumer adoption of social networking sites: implications for theory and practice, <i>Journal of Research in Interactive Marketing</i> , Vol. 5 No. 2/3, pp. 170-188	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	
7	Chuyên đề 7. Thương mại điện tử B2B o Xu hướng và lợi ích tiềm năng của thương mại điện tử B2B o Quá trình hậu cầu và kênh cung ứng o Xu hướng quản trị kênh cung ứng và thương mại hợp tác	Lin, C., Huang, Y. and Stockdale, R. (2011), Developing a B2B web site effectiveness model for SMEs, <i>Internet Research</i> , Vol. 21 No. 3, pp. 304-325		
8	Mỗi NCS trình bày đề cương nghiên cứu về		NCS trình bày đề cương	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
	thương mại điện tử		(theo danh sách)	

7. Phương pháp giảng dạy/học tập:

- Môn học này yêu cầu học viên tự nghiên cứu tài liệu, thực hiện các bài tập/dự án nghiên cứu theo nhóm hoặc cá nhân, trình bày và thảo luận tại lớp theo dạng workshop/seminars;

- Để có thể học tốt, học viên cần có khả năng đọc hiểu tốt các tài liệu bằng tiếng Anh;

- Giảng viên giữ vai trò hướng dẫn và hỗ trợ cho học viên trong quá trình học. Học viên sẽ học được nhiều hơn nếu có sẵn một đề tài nghiên cứu. Ngược lại, học viên sẽ không học được nhiều nếu không đọc trước tài liệu và thực hành nghiên cứu ;

- Các học viên sẽ được chia nhóm từ 2-3 hv/nhóm. Các nhóm sẽ được bốc thăm để chọn thứ tự trình bày. Tất cả các thành viên trong nhóm đều phải tham gia trình bày và thảo luận. Thời gian thuyết trình cho mỗi nhóm là 20-40 phút ;

- Thời gian nộp bài cá nhân và nhóm vào cuối mỗi buổi học được giao bài tập.

- Mỗi NCS chọn một chủ đề theo danh sách gợi ý dưới đây:

○ Lịch sử phát triển và xu hướng tăng trưởng của Thương mại điện tử B2C trên thế giới và Việt Nam;

○ Sự phát triển thương mại điện tử B2B trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam;

○ Sự phát triển các mô hình kinh doanh trực tuyến của Việt Nam và bài học kinh nghiệm về sự thành công và thất bại;

○ Xu hướng tiêu dùng trực tuyến của người tiêu dùng khu vực Châu Á;

○ Sự phát triển các thương hiệu trực tuyến (E-retailers) và bài học kinh nghiệm;

○ Thực trạng mạng xã hội trực tuyến ở thế giới và Việt Nam;

○ Hành vi tiêu dùng của cá nhân trên các mạng xã hội trực tuyến trên thế giới và Việt Nam;

○ Các hình thức marketing trực tuyến: lý thuyết và thực tiễn;

- Các sản phẩm dịch vụ trực tuyến (du lịch, giáo dục...) và tiềm năng phát triển (NCS có thể chọn 1 hoặc hơn 1 dịch vụ);
- Thương mại điện tử di động (M-commerce): thực trạng và tiềm năng

8. Đánh giá môn học

Thành phần	Nội dung	%
Bài tập cá nhân	Mỗi học viên nộp bài viết theo chủ đề của từng buổi học do GV phụ trách	42% (7% x 6 bài)
Thuyết trình nhóm và thảo luận tại lớp	Mỗi nhóm chuẩn bị và thuyết trình tại lớp theo chủ đề do GV phân công.	18%
Thuyết trình đề cương nghiên cứu cá nhân	Mỗi học viên nộp và thuyết trình bản đề cương nghiên cứu.	40%

9. Tài liệu học tập:

- [1]. Laudon, K. C. and Traver, C. G. (2014), *E-commerce: business, technology and society*, Pearson Education, 10th Edition, Pearson Prentice Hall.
- [2]. Chaffey, D. (2012), *E-business and e-commerce management: Strategy, Implementation and Practice*, Pearson Prentice Hall.
- [3]. Turban E., King, D., McKay, J., Marshall P., and Lee, J. (2011), *Electronic commerce: A managerial and Social Network Perspective*, Pearson Prentice Hall



Cần Thơ, ngày 15 tháng 3 năm 2022
TRƯỜNG KHOA

PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Tên học phần: Quản trị tri thức

1. Thông tin tổng quát:

- **Tên học phần (tiếng việt):** Quản trị tri thức
- **Tên học phần (tiếng anh):** Knowledge Management
- **Mã số học phần:** TS001964
- **Số tín chỉ học phần:** 02 tín chỉ.
- **Số tiết học phần:** 20 tiết lý thuyết, 10 tiết thực hành, 60 tiết tự học.
- **Ghi chú khác:**
 - + Môn học dành cho NCS.
 - + Tài liệu tham khảo chủ yếu bằng tiếng Anh.
 - + Lớp học không quá 25 học viên.

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- **Bộ môn :** Quản trị kinh doanh
- **Khoa :** Kinh tế
- **Thông tin giảng viên:**
 - [1] PGS-TS. Đào Duy Huân
 - [2] TS. Lưu Tiến Thuận

3. Điều kiện tiên quyết:

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Mục tiêu chung

Môn học này nhằm đánh giá về các xu hướng kinh tế và xã hội, giải thích nguồn gốc của quản lý tri thức cũng như sửa đổi và thực hiện các mô hình đo lường

vốn trí tuệ. Môn học này yêu cầu NCS phát triển một dự án nghiên cứu về một chủ đề quản lý kiến thức

4.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
Kiến thức	
G1	Hiểu rõ các quan điểm chủ đạo, chiến lược tri thức và ứng dụng, nội dung cốt lõi của quản trị tri thức
G2	Vận dụng được các mô hình kinh mô hình quản trị tri thức hiện đại
Kỹ năng	
G3	Nắm vững các nội dung kiến thức trong quản trị tri thức và đưa ra phương pháp nghiên cứu các vấn đề của quản trị tri thức.
G4	NCS sẽ có cơ hội thử thách với việc viết bài luận các chủ đề liên quan đến quản trị tri thức
Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm	
G5	Hợp tác với giảng viên và tương tác với các thành viên trong nhóm, trong lớp học.

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Quản trị tri thức là những gì các nhà quản lý làm trong thế kỷ 21. Những thay đổi nhanh chóng đang diễn ra ở môi trường bên ngoài yêu cầu tổ chức phải thay đổi liên tục. Trọng tâm của sự thay đổi này là quản trị tri thức - tức là, tạo ra kiến thức mới, phổ biến nó thông qua tổ chức, và sử dụng trong các sản phẩm của tổ chức và dịch vụ, quy trình và cấu trúc, công nghệ và hệ thống và văn hóa.

Quản trị tri thức là một dấu hiệu của một thời đại mới trong kinh tế và quản lý. Năng suất của các tổ chức nằm ở khả năng trí tuệ và hệ thống của tổ chức so với các tài sản vật chất của tổ chức. Quản trị kinh thức liên quan đến hầu như tất cả các lĩnh vực tổ chức.

6. Cấu trúc nội dung học phần:

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
1	Chủ đề 1: Tổng quan về Quản trị tri thức và các quan điểm chủ đạo <i>Kinh tế tri thức, Đặc trưng một tổ chức kiến thức</i> <i>Phân biệt dữ liệu</i>	Junnarkar, B., and Levers, J (2004). Hewlett-Packard: Making Sense of Knowledge Management. <i>Knowledge Management Tools and</i>	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
	<p>thông tin và kiến thức, Quản trị tri thức là gì và tại sao nó quan trọng trong việc quản lý doanh nghiệp.</p>	<p><i>Techniques</i>. Rao, M. (Ed.) Butterworth-Heinemann.</p> <p>Despres, C., and Chauval, D. (2000), "A Thematic Analysis of the Thinking in Knowledge Management." In <i>Knowledge Horizons</i>. Despres, C., and Chauval, D. (Eds.) Butterworth-Heinemann.</p> <p>Leonard-Barton, D. (1995), <i>Wellsprings of Knowledge</i>. Harvard Business School Press.</p> <p>Ruggles, R. (1998), The State of the Notion: Knowledge Management in Practice. <i>California Management Review</i>. Vol 40. No. 3.</p> <p>Takeuchi, H., and Nonaka, I. (2004), "Knowledge Creation and Dialectics." In <i>Hitotsubashi on Knowledge Management</i>. Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.</p>		
2	<p>Chủ đề 2: Kiến thức và tạo ra kiến thức</p> <p>Hệ thống hóa lý thuyết tạo ra tri thức của tổ chức, thảo luận các phương pháp đo lường tài sản vô</p>	<p>Nonaka, I. and Takeuchi. (2004), "Theory of Organizational Knowledge Creation." In <i>Hitotsubashi on Knowledge Management</i>. Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.</p>	<p>Đăng ký đề tài của đề án môn học</p>	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
	<i>hình.</i>			
3	<p>Chủ đề 4: Rào cản kinh doanh tạo ra tri thức</p> <p><i>Những hệ thống và phương thức quản lý cho phép tạo ra tri thức và làm thế nào để xây dựng hệ thống như vậy. Những rào cản cá nhân và tổ chức để tạo ra tri thức là gì? Làm thế nào để khắc phục?</i></p>	<p>Krogh, G. Von. (1998), "Care in Knowledge Creation." <i>California Management Review</i>. Vol 40. No. 3.</p> <p>Krogh, G. von, Ichijo, K., and Nonaka, I. (2000), <i>Enabling Knowledge Creation</i>. Oxford University Press.</p> <p>Nonaka, I., and Toyama R. (2004), "Knowledge Creation as a Synthesizing Process." In <i>Hitotsubashi on Knowledge Management</i>. Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.</p> <p>Ichijo, K. (2004), "From Managing to Enabling Knowledge." In <i>Hitotsubashi on Knowledge Management</i>. Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.</p> <p>Pfeffer, J., and Sutton, R. (1999), "Knowing 'What' to Do Is Not Enough: Turning Knowledge into Action." <i>California Management Review</i>. Vol 42. No. 1.</p> <p>Fahey, L., and Prusak, L. (1999), "The Eleven Deadliest Sins of Knowledge Management." <i>California</i></p>	<p>- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.</p>	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
		<i>Management Review</i> . Vol 41. No 2.		
4	<p>Chủ đề 4: Loại hình tổ chức thực tiễn cộng đồng và mạng lưới xã hội</p> <p><i>Mô tả hình thức tổ chức lớn và vai trò một cộng đồng qua thực tiễn. Xác định dòng chảy của tri thức trong một cộng đồng qua thực tiễn, thảo luận vai trò của một cộng đồng trong mô hình tạo ra tri thức. Xác định các kỹ thuật quan trọng và công cụ thúc đẩy chia sẻ kiến thức.</i></p>	<p>Ahmadjian, C.L. (2004), "Inter-organizational Knowledge Creation: Knowledge and Networks." In <i>Hitotsubashi on Knowledge Management</i>. Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.</p> <p>Davenport, T.H. (2005), <i>Thinking for a Living</i>. Harvard Business School Press.</p> <p>Galbraith, Jay R., (1995), "Designing Organizations: An Executive Briefing on Strategy, Structure and Process," Jossey-Bass.</p> <p>Tapscott, D. (Ed.) (1999), <i>Creating Value in the Network Economy</i>. Harvard Business Review Book.</p> <p>Von Krogh, G, Ichijo, K., and Nonaka, I. (2000), <i>Enabling Knowledge Creation</i>. Oxford University Press.</p>	<p>- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.</p>	
5	<p>Chủ đề 5: Học tập trong tổ chức, văn hóa tổ chức và quản trị tri thức.</p> <p><i>Phân biệt tổ chức học tập và tạo ra tri thức, văn hóa của một tổ chức là gì? Đóng góp văn hóa tổ</i></p>	<p>Senge, P.M. (1994), <i>The Fifth Discipline: The Art & Practice of the Learning Organization</i> Currency.</p> <p>Kim, D.H. (1993), "The Link Between Individual and Organizational Learning." Sloan</p>	<p>- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.</p>	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
	<p><i>chức với quản trị tổ chức. Làm thế nào để văn hóa thúc đẩy hoặc làm chậm tiến độ tạo ra tri thức.</i></p>	<p>Management Review. Kofman, F., and Senge, P.M. (1993), "Communities of Commitment: The Heart of Learning Organizations." <i>Organizational Dynamics</i>. Nevis, E.C., DiBella, A.J., and Gould, J.M. (1995), "Understanding Organizations as Learning Systems." <i>Sloan Management Review</i>. Winter. Schein, E. (1999), <i>The Corporate Culture Survival Guide</i>. Jossey-Bass. Schein, E.H. (1996), "Three Cultures of Management: The Key to Organizational Learning." <i>Sloan Management Review</i>.</p>		
6	<p>Chủ đề 6: Chiến lược tri thức và ứng dụng <i>Chiến lược tri thức là gì? Phân biệt chiến lược tri thức và chiến lược kinh doanh, Các yếu tố chính của một chiến lược tri thức.</i></p>	<p>Galbraith, Jay R., (1995), "Designing Organizations: An Executive Briefing on Strategy, Structure and Process", Jossey-Bass. Ishikura, Y. (2004), "Knowledge Management and Global Competition: Olympus's Approach to Global Knowledge Management in the Digital Still Camera Industry." In <i>Hitotsubashi on Knowledge Management</i>. Eds.</p>	<p>- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.</p>	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
		Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd. Osono, E. (2004), "The Strategy-making Process as Dialogue." In <i>Hitotsubashi on Knowledge Management</i> . Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd. Takeuchi, H. (2004), "Knowledge Creation within a Dialectic Organization." In <i>Hitotsubashi on Knowledge Management</i> . Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.		
7	Mỗi NCS trình bày đề cương nghiên cứu về quản trị tri thức		NCS trình bày đề cương (theo danh sách)	

7. Phương pháp giảng dạy/học tập:

- Môn học này yêu cầu học viên tự nghiên cứu tài liệu, thực hiện các bài tập/dự án nghiên cứu theo nhóm hoặc cá nhân, trình bày và thảo luận tại lớp theo dạng workshop/seminars;
- Để có thể học tốt, học viên cần có khả năng đọc hiểu tốt các tài liệu bằng tiếng Anh;
- Giảng viên giữ vai trò hướng dẫn và hỗ trợ cho học viên trong quá trình học. Học viên sẽ học được nhiều hơn nếu có sẵn một đề tài nghiên cứu. Ngược lại, học viên sẽ không học được nhiều nếu không đọc trước tài liệu và thực hành nghiên cứu ;
- Các học viên sẽ được chia nhóm từ 2-3 hv/nhóm. Các nhóm sẽ được bốc thăm để chọn thứ tự trình bày. Tất cả các thành viên trong nhóm đều phải

tham gia trình bày và thảo luận. Thời gian thuyết trình cho mỗi nhóm là 20-40 phút ;

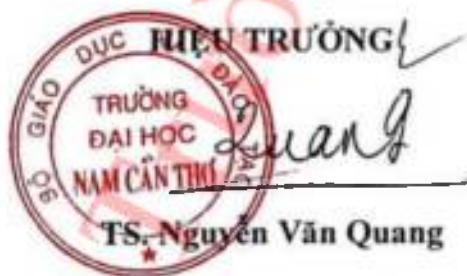
- Thời gian nộp bài cá nhân và nhóm vào cuối mỗi buổi học được giao bài tập.

8. Đánh giá môn học

Thành phần	Nội dung	%
Bài tập cá nhân	Mỗi học viên nộp bài viết theo chủ đề của từng buổi học do GV phụ trách	42% (7% x 6 bài)
Thuyết trình nhóm và thảo luận tại lớp	Mỗi nhóm chuẩn bị và thuyết trình tại lớp theo chủ đề do GV phân công.	18%
Thuyết trình đề cương nghiên cứu cá nhân	Mỗi học viên nộp và thuyết trình bản đề cương nghiên cứu.	40%

9. Tài liệu học tập:

- [1]. Galbraith, Jay R., (2015), “*Designing Organizations: An Executive Briefing on Strategy, Structure and Process*”, Jossey-Bass.
- [2]. Ishikura, Y. (2014), “Knowledge Management and Global Competition: Olympus’s Approach to Global Knowledge Management in the Digital Still Camera Industry.” In *Hitotsubashi on Knowledge Management*. Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.
- [3]. Osono, E. (2014), “The Strategy-making Process as Dialogue.” In *Hitotsubashi on Knowledge Management*. Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.
- [4]. Takeuchi, H. (2014), “Knowledge Creation within a Dialectic Organization.” In *Hitotsubashi on Knowledge Management*. Eds. Takeuchi H., and Nonaka, I. John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.



Cần Thơ, ngày 15 tháng 3 năm 2022

TRƯỞNG KHOA

PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Tên học phần: Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo: các hướng nghiên cứu mới

1. Thông tin tổng quát:

- **Tên học phần (tiếng việt):** Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo: các hướng nghiên cứu mới
- **Tên học phần (tiếng anh):** Entrepreneurship and Innovation: New trends in research
- **Mã số học phần:** TS001965
- **Số tín chỉ học phần:** 02 tín chỉ.
- **Số tiết học phần:** 20 tiết lý thuyết, 10 tiết thực hành, 60 tiết tự học.
- **Ghi chú khác:**
 - + Môn học dành cho NCS.
 - + Tài liệu tham khảo chủ yếu bằng tiếng Anh.
 - + Lớp học không quá 25 học viên.

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- **Bộ môn :** Quản trị kinh doanh
- **Khoa :** Kinh tế
- **Thông tin giảng viên:**
 - [1] PGS-TS. Đào Duy Huân
 - [2] TS. Nguyễn Quốc Nghi

3. Điều kiện tiên quyết:

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Mục tiêu chung

Môn học này trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng biết cách sáng tạo ý tưởng kinh doanh, chuẩn bị đầy đủ trước khi vận hành một doanh nghiệp mới ở bất kỳ ngành nghề nào mà luật pháp cho phép. Người học cũng biết cách điều hành doanh nghiệp mới tạo lập hoạt động hiệu quả, đánh giá sự phù hợp của phương án khởi nghiệp trước những thay đổi của môi trường cạnh tranh toàn cầu đầy biến động từ đó có phương án điều chỉnh.

4.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu
Kiến thức	
G1	Nhận dạng được các yếu tố tác động đến sự thay đổi, sáng tạo và đổi mới trong tổ chức
G2	Hình thành các kỹ năng sáng tạo qua việc xem xét và thực hành các công cụ sáng tạo cơ bản trong việc giải quyết vấn đề trong tổ chức
G3	Áp dụng các phương pháp để tìm ra ý tưởng khởi nghiệp, lập kế hoạch khởi nghiệp hợp lý, tìm kiếm người hợp tác, đối tác triển khai thực hiện ý tưởng khởi nghiệp
Kỹ năng	
G4	Tư duy sáng tạo
G5	Lập phương án thực thi ý tưởng kinh doanh
G6	Tìm kiếm nguồn tài chính và thuyết phục nhà đầu tư
Năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm	
G7	Hợp tác với giảng viên và tương tác với các thành viên trong nhóm, trong lớp học.

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Môn học cung cấp những kiến thức nhằm giúp NCS biết các kỹ thuật và công cụ để hình thành và hỗ trợ cho các hoạt động sáng tạo và đổi mới trong tổ chức, cách chuẩn bị những điều kiện cần và đủ để tạo lập và điều hành thành công một doanh nghiệp mới. Môn học cũng đồng thời trang bị những kỹ năng để người học có thể xây dựng được một kế hoạch hành động cho ý tưởng kinh doanh, thực thi kế hoạch và điều chỉnh cho phù hợp với những thay đổi của môi trường kinh doanh. Ngoài ra môn học còn nhằm nâng cao nhận thức về trách nhiệm của một doanh nhân đối với sự phát triển nền kinh tế của đất nước, đối với khách hàng mà doanh nghiệp phục vụ và với cả cộng đồng dân cư thuộc địa bàn hoạt động của doanh nghiệp.

6. Cấu trúc nội dung học phần:

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
1	Khái quát về sáng tạo Sự thay đổi trong tổ chức Sáng tạo trong tổ chức	Dawson & Andriopoulos (2014)	- GV trình bày; NCS trao đổi, thảo luận.	
2	Khái quát về sáng tạo và đổi mới Các công cụ sáng tạo cơ bản Đổi mới trong tổ chức Môi trường của đổi mới Đưa công nghệ mới vào trong tổ chức	Patrick Dawson and Constantine Andriopoulos (2014)	Đăng ký đề tài của đề án môn học	
3	Ý tưởng khởi nghiệp Khởi nghiệp - hiện tượng kinh tế và xã hội Từ ý tưởng đến cơ hội kinh doanh Giới thiệu ý tưởng khởi nghiệp Tìm cộng sự. Tìm nguồn tài chính. Thăm dò thị trường	Donald F. Kuratko (2016)	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	
4	Chủ đề 4: Phương án khởi nghiệp Cấu trúc của bản kế hoạch Phân tích kết quả nghiên cứu thị trường Phân tích nguồn lực Lựa chọn hình thức khởi nghiệp Lựa chọn kỹ thuật và công nghệ Dự toán vốn đầu tư Kế hoạch tổ chức vận hành	Donald F. Kuratko (2016).	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	
5	Chủ đề 5: Khởi nghiệp và Các xu hướng khởi nghiệp hiện đại Lựa chọn chiến lược kinh doanh Chiến lược marketing Vận hành sản xuất sản phẩm/cung ứng dịch vụ Tổ chức bán hàng	Donald F. Kuratko (2016) Eric Ries (2012).	- Giảng viên trình bày; - Các NCS trao đổi, thảo luận.	

Buổi	Nội dung	Tài liệu (xem mục 9)	Trình bày	Giảng viên
	Đánh giá kế hoạch khởi nghiệp Điều chỉnh kế hoạch khởi nghiệp			
7	Mỗi NCS trình bày đề cương nghiên cứu về quản trị tri thức		NCS trình bày đề cương	

7. Phương pháp giảng dạy/học tập:

- Môn học này yêu cầu học viên tự nghiên cứu tài liệu, thực hiện các bài tập/dự án nghiên cứu theo nhóm hoặc cá nhân, trình bày và thảo luận tại lớp theo dạng workshop/seminars;

- Để có thể học tốt, học viên cần có khả năng đọc hiểu tốt các tài liệu bằng tiếng Anh;

- Giảng viên giữ vai trò hướng dẫn và hỗ trợ cho học viên trong quá trình học. Học viên sẽ học được nhiều hơn nếu có sẵn một đề tài nghiên cứu. Ngược lại, học viên sẽ không học được nhiều nếu không đọc trước tài liệu và thực hành nghiên cứu ;

- Các học viên sẽ được chia nhóm từ 2-3 hv/nhóm. Các nhóm sẽ được bốc thăm để chọn thứ tự trình bày. Tất cả các thành viên trong nhóm đều phải tham gia trình bày và thảo luận. Thời gian thuyết trình cho mỗi nhóm là 20-40 phút ;

- Thời gian nộp bài cá nhân và nhóm vào cuối mỗi buổi học được giao bài tập.

8. Đánh giá môn học

Thành phần	Nội dung	%
Bài tập cá nhân	Mỗi học viên nộp bài viết theo chủ đề của từng buổi học do GV phụ trách	42% (7% x 6 bài)
Thuyết trình nhóm và thảo luận tại lớp	Mỗi nhóm chuẩn bị và thuyết trình tại lớp theo chủ đề do GV phân công.	18%
Thuyết trình đề cương nghiên cứu cá nhân	Mỗi học viên nộp và thuyết trình bản đề cương nghiên cứu.	40%

9. Tài liệu học tập:

[5]. Patrick Dawson and Constantine Andriopoulos (2014), *Managing Change, Creativity & Innovation*, 2nd ed., CA: SAGE Publication Inc.

- [6]. Eric Ries (2012). Khởi nghiệp tinh gọn. Dương Hiếu, Kim Phượng & Hiếu Trung dịch, NXB Thời Đại.
- [7]. Donald F. Kuratko (2016) *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*, Cengage Learning.
- [8]. Allan Afuah (2012), *Quản trị quá trình đổi mới & sáng tạo*, Hà Nội: Nhà Xuất bản Bách khoa Hà Nội



Cần Thơ, ngày 15 tháng 3 năm 2022

TRƯỜNG KHOA


PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

Trường đại học Nam Cần Thơ

PHỤ LỤC 3

XÁC NHẬN ĐIỀU KIỆN THỰC TẾ CỦA CƠ SỞ ĐÀO TẠO

(*Km theo Thông tư số 02/2022/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 01 năm 2022 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo*)

BỘ GIÁO DỤC & ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Cần Thơ, ngày 01 tháng 4 năm 2022

XÁC NHẬN ĐIỀU KIỆN THỰC TẾ CỦA CƠ SỞ ĐÀO TẠO

Ngành dự kiến mở: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Trình độ đào tạo: **Tiến sĩ**

1. VỀ GIẢNG VIÊN

MẪU 1: Danh sách giảng viên, nhà khoa học, bao gồm: giảng viên cơ hữu, giảng viên ký hợp đồng lao động xác định thời hạn từ đủ 12 tháng trở lên làm việc toàn thời gian với cơ sở đào tạo, giảng viên thỉnh giảng tham gia giảng dạy các học phần, môn học trong chương trình đào tạo của ngành đào tạo dự kiến mở của cơ sở đào tạo

Số TT	Họ và tên, ngày sinh	Số CMND, CCCD hoặc Hộ chiếu; Quốc tịch	Chức danh khoa học, năm phong	Trình độ, nước, năm tốt nghiệp	Ngành đào tạo ghi theo văn bằng tốt nghiệp	Tuyển dụng/hợp đồng từ 12 tháng trở lên làm việc toàn thời gian, hợp đồng thỉnh giảng, ngày ký; thời gian; gồm cả dự kiến		Mã số bảo hiểm	Kinh nghiệm (thời gian) giảng dạy theo trình độ (năm)	Số công trình khoa học đã công bố; cấp		Ký tên
						Tuyển dụng	Hợp đồng			Bộ	Cơ sở	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
1	Nguyễn Tri Khiêm, 01/01/1947	352331700	PGS, 2007	Tiến sĩ, Philippines, 1994	Kinh tế nông nghiệp	01/03/2013	Dài hạn	Hưu trí	42	1	10	

Số TT	Họ và tên, ngày sinh	Số CMND, CCCD hoặc Hộ chiếu; Quốc tịch	Chức danh khoa học, năm phong	Trình độ, nước, năm tốt nghiệp	Ngành đào tạo ghi theo văn bằng tốt nghiệp	Tuyển dụng/hợp đồng từ 12 tháng trở lên làm việc toàn thời gian, hợp đồng thỉnh giảng, ngày ký; thời gian; gồm cả dự kiến		Mã số bảo hiểm	Kinh nghiệm (thời gian) giảng dạy theo trình độ (năm)	Số công trình khoa học đã công bố; cấp		Ký tên
						Tuyển dụng	Hợp đồng			Bộ	Cơ sở	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
2	Đào Duy Huân, 25/12/1952	021606298	PGS, 2002	Tiến sĩ, 1988, Việt Nam	Kinh tế	01/03/2013	Dài hạn	Hưu tri	40	1	7	
3	Nguyễn Văn Áng, 20/08/1956	038056000017	PGS, 2002	Tiến sĩ, Việt Nam, 1995	Kinh tế, quản lý và kế hoạch hóa kinh tế quốc dân	01/12/2020		Hưu tri	30	8	13	
4	Nguyễn Hồng Gấm	83060004895	GVC, 2018	Tiến sĩ, Việt Nam, 2013	Kinh doanh và Quản lý	01/09/2020	Dài hạn	5496025528	9		3	
5	Đoàn Hoài Nhân, 20/10/1980	89080000109		Tiến sĩ, Việt Nam, 2019	Kinh tế nông nghiệp	01/06/2020	Dài hạn	5003004654	3	2	19	
6	Phạm Minh Đức, 29/07/1966	270689207		Tiến sĩ, Philippines, 2019	Quản trị kinh doanh	15/05/2019	Dài hạn		20		2	
7	Đoàn Hữu Tiến, 17/11/1967			Tiến sĩ, Ấn Độ, 2015	Kinh tế nông nghiệp	01/09/2018	Dài hạn		6	2	2	

Số TT	Họ và tên, ngày sinh	Số CMND, CCCD hoặc Hộ chiếu; Quốc tịch	Chức danh khoa học, năm phong	Trình độ, nước, năm tốt nghiệp	Ngành đào tạo ghi theo văn bằng tốt nghiệp	Tuyển dụng/hợp đồng từ 12 tháng trở lên làm việc toàn thời gian, hợp đồng thỉnh giảng, ngày ký; thời gian; gồm cả dự kiến		Mã số bảo hiểm	Kinh nghiệm (thời gian) giảng dạy theo trình độ (năm)	Số công trình khoa học đã công bố; cấp		Ký tên
						Tuyển dụng	Hợp đồng			Bộ	Cơ sở	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
8	Vô Thành Khởi, 15/05/1966	321006740		Tiến sĩ, Singaporc, 2008	Quản trị kinh doanh	30/06/2014	Dài hạn		8		3	
9	Lưu Tiến Thuận, 14/06/1973	361431616	GVC, 2018	Tiến sĩ, Đài Loan 2012	Quản trị kinh doanh		Hợp đồng thỉnh giảng		10		10	
10	Nguyễn Quốc Nghị, 22/12/1982	086082000143		Tiến sĩ, Việt Nam 2016	Kinh tế nông nghiệp		Hợp đồng thỉnh giảng		7	9	27	
11	Vô Văn Dứt, 27/11/1979	362222558	PGS, 2018	Tiến sĩ, Hà Lan, 2014	Kinh doanh quốc tế và quản trị		Hợp đồng thỉnh giảng		8	3	13	
12	Lê Nguyễn Đoan Khôi, 07/07/1974	361476211	PGS, 2014	Tiến sĩ, Hà Lan, 2011	Quản trị kinh doanh		Hợp đồng thỉnh giảng		12	4	6	

Số TT	Họ và tên, ngày sinh	Số CMND, CCCD hoặc Hộ chiếu; Quốc tịch	Chức danh khoa học, năm phong	Trình độ, nước, năm tốt nghiệp	Ngành đào tạo ghi theo văn bằng tốt nghiệp	Tuyển dụng/hợp đồng từ 12 tháng trở lên làm việc toàn thời gian, hợp đồng thỉnh giảng, ngày ký; thời gian; gồm cả dự kiến		Mã số bảo hiểm	Kinh nghiệm (thời gian) giảng dạy theo trình độ (năm)	Số công trình khoa học đã công bố; cấp		Ký tên
						Tuyển dụng	Hợp đồng			Bộ	Cơ sở	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
13	La Nguyễn Thùy Dung, 19/03/1977	361725204		Tiến sĩ, Việt Nam, 2017	Kinh tế nông nghiệp		Hợp đồng thỉnh giảng		8		2	
14	Nguyễn Hữu Đặng, 12/07/1973	362288756	PGS, 2020	Tiến sĩ, Philippines, 2012	Kinh tế nông nghiệp		Hợp đồng thỉnh giảng		12	3	20	

Ghi chú: Lý lịch khoa học của giảng viên cơ hữu chủ trì xây dựng, tổ chức thực hiện chương trình đào tạo; giảng viên cơ hữu có chuyên môn phù hợp chủ trì giảng dạy của ngành đào tạo dự kiến mở được đính kèm.

MẪU 2: Danh sách giảng viên, nhà khoa học tham gia giảng dạy các học phần, môn học trong chương trình đào tạo của ngành đào tạo dự kiến mở của cơ sở đào tạo

STT	Họ và tên	Học phần/môn học giảng dạy	Thời gian giảng dạy (học kỳ, năm học)	Số tín chỉ				Giảng viên cơ hữu ngành phù hợp chủ trì xây dựng, thực hiện chương trình/chuyên môn phù chủ trì giảng dạy/hướng dẫn luận văn, luận án
				Bắt buộc		Tự chọn		
				Học trực tiếp	Học trực tuyến	Học trực tiếp	Học trực tuyến	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Nguyễn Tri Khiêm	Phương pháp NCKH nâng cao.	(1, 1)	3				Giảng viên cơ hữu chủ trì xây dựng, thực hiện chương trình đào tạo, hướng dẫn luận văn
		Thương mại điện tử	(1, 2)			2		
		Luận án	(1, 3)	70				
2	Đào Duy Huân	Quản trị tri thức	(1, 2)					
		Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo.	(1, 2)			2		
		Luận án	(1, 3)	70				
3	Nguyễn Văn Áng	Phương pháp nghiên cứu định tính	(1, 1)	3				
		Luận án	(1, 3)	70				
4	Nguyễn Hồng Gấm	Phương pháp nghiên cứu định tính	(2, 1)	2				
		Luận án	(1, 3)	70				
5	Đoàn Hoài Nhân	Phương pháp nghiên cứu định lượng	(2, 1)	2				
		Luận án	(1, 3)	70				
6	Phạm Minh Đức	Kinh doanh quốc tế đương đại	(1, 2)			2		
		Chuyên đề 1	(2, 1)	2				
7	Đoàn Hữu Tiến	Thương hiệu và chiến lược marketing	(1, 2)			2		
		Chuyên đề 1	(2, 1)	2				

STT	Họ và tên	Học phần/môn học giảng dạy	Thời gian giảng dạy (học kỳ, năm học)	Số tín chỉ				Giảng viên cơ hữu ngành phù hợp chủ trì xây dựng, thực hiện chương trình/chuyên môn phù chủ trì giảng dạy/hướng dẫn luận văn, luận án
				Bắt buộc		Tự chọn		
				Học trực tiếp	Học trực tuyến	Học trực tiếp	Học trực tuyến	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
8	Võ Thành Khởi	Thương mại điện tử	(1, 2)			2		Giảng viên thỉnh giảng chủ trì xây dựng, thực hiện chương trình đào tạo, hướng dẫn luận văn
		Chuyên đề 2	(2, 2)	2				
9	Luu Tiến Thuận	Quản trị tri thức	(1, 2)			2		
		Luận án	(1, 3)	70				
10	Nguyễn Quốc Nghi	Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo.	(1, 2)			2		
		Luận án	(1, 3)	70				
11	Võ Văn Dứt	Kinh doanh quốc tế đương đại.	(1, 2)			2		
		Luận án	(1, 3)	70				
12	Lê Nguyễn Đoàn Khởi	Phương pháp nghiên cứu định lượng	(1, 1)	3				
		Luận án	(1, 3)	70				
13	Nguyễn Hữu Đăng	Phương pháp NCKH nâng cao.	(1, 1)	3				
		Luận án	(1, 3)	70				
14	La Nguyễn Thùy Dung	Thương hiệu và chiến lược marketing	(1, 2)			2		
		Chuyên đề 2	(2, 2)	2				

MẪU 3: Danh sách cán bộ quản lý cấp khoa đối với ngành đào tạo dự kiến mở trình độ tiến sĩ của cơ sở đào tạo

STT	Họ và tên, ngày sinh, chức vụ hiện tại	Trình độ đào tạo, năm tốt nghiệp	Ngành/ Chuyên ngành	Ghi chú
1	Nguyễn Trí Khiêm, Trưởng khoa	PGS. TS	Kinh tế	
2	Nguyễn Văn Tạc, Phó Trưởng khoa	Tiến sĩ	Kinh tế nông nghiệp	
3	Trần Trung Chuyên, Phó Trưởng khoa	Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh	

2. VỀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC**MẪU 4: Các đề tài nghiên cứu khoa học của cơ sở đào tạo, giảng viên, nhà khoa học liên quan đến ngành đào tạo dự kiến mở do cơ sở đào tạo thực hiện (kèm theo bản liệt kê có bản sao quyết định, bản sao biên bản nghiệm thu).**

STT	Số quyết định, ngày phê duyệt đề tài, mã số	Đề tài cấp Bộ/đề tài cấp cơ sở	Tên đề tài	Chủ nhiệm đề tài	Số quyết định, ngày thành lập HĐKH nghiệm thu đề tài	Ngày nghiệm thu đề tài (theo biên bản nghiệm thu)	Kết quả nghiệm thu, ngày	Tên thành viên tham gia nghiên cứu đề tài (học phần/môn học được phân công)	Ghi chú
1	991/QĐ-SKHCN	Cấp Thành phố	Xác định các sản phẩm hàng hóa chủ lực trên địa bàn thành phố Cần Thơ giai đoạn 2007 –	Chủ nhiệm TS Nguyễn Hồng Gấm	788/QĐ.SKHCN, ngày 23/7/2012 của giám đốc sở KHCN Tp Cần Thơ	3/8/2012	Loại khá	1/ GS.TS Võ Thanh Thu 2/ ThS Phạm Ngọc Thuận 3/ ThS Nguyễn Thị Lệ 4/ CN Nguyễn Ngọc Lang 5/ CN Đỗ Hữu Nghị	

STT	Số quyết định, ngày phê duyệt đề tài, mã số	Đề tài cấp Bộ/đề tài cấp cơ sở	Tên đề tài	Chủ nhiệm đề tài	Số quyết định, ngày thành lập HĐKH nghiệm thu đề tài	Ngày nghiệm thu đề tài (theo biên bản nghiệm thu)	Kết quả nghiệm thu, ngày	Tên thành viên tham gia nghiên cứu đề tài (học phần/môn học được phân công)	Ghi chú
			2010 và hướng tới 2020					6/ CN Nguyễn Thị Ngọc Anh	
2	36/QĐ-SKHCHN	Cấp tỉnh	Xác định và phát triển sản phẩm chủ lực tỉnh Sóc Trăng đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030	Chủ nhiệm TS Nguyễn Hồng Gấm	137/QĐ-SKHCHN, ngày 11/10/2017 của giám đốc sở KHCHN tỉnh Sóc Trăng	24/10/2017	Loại C	1/ TS Huỳnh Thanh Nhã 2/ ThS Nguyễn Mỹ Linh 3/ ThS Nguyễn Thị Ngọc Anh 4/ ThS Nguyễn Thành Long 5/ ThS Phạm Ngọc Thuận 6/ ThS Nguyễn Minh Thúy An 7/ ThS Võ Thái Nhứt 8/ ThS Đỗ Hữu Nghị 9/ ThS Nguyễn Thị Thúy Hồng	
3	.030718090658	Cấp tỉnh	át triển khởi nghiệp ở tỉnh Vĩnh Long đến năm 2025	Thành viên Ban chủ nhiệm TS Nguyễn Hồng Gấm	1/QĐ-SKHCHN ngày 10/9/2019 của giám đốc sở KHCHN tỉnh Vĩnh Long	20/9/2019	Đạt	1/ GS.TS Võ Thanh Thu 2/ GS.TS Nguyễn Đông Phong 3/ GS.TS Đoàn Thị Hồng	

STT	Số quyết định, ngày phê duyệt đề tài, mã số	Đề tài cấp Bộ/đề tài cấp cơ sở	Tên đề tài	Chủ nhiệm đề tài	Số quyết định, ngày thành lập HĐKH nghiệm thu đề tài	Ngày nghiệm thu đề tài (theo biên bản nghiệm thu)	Kết quả nghiệm thu, ngày	Tên thành viên tham gia nghiên cứu đề tài (học phần/môn học được phân công)	Ghi chú
								Vân 4/ PGS.TS Lê Thị Lanh 5/ TS Nguyễn Hồng Gấm 6/ ThS Nguyễn Mạnh Hùng 7/ ThS Hồ Minh Trung 8/ ThS Hoàng Thu Hằng 9/ ThS Phạm Quang Văn 10/ CN Thụy Yên Phương	
4		ấp Thành phố	át triển du lịch đường sông thành phố Cần Thơ	Thành viên Ts. Nguyễn Quốc Nghi					
5		ấp tỉnh	ghiên cứu các giải pháp tăng cường hiệu quả ứng dụng khoa học và công nghệ trong doanh nghiệp ở tỉnh Bến Tre	Thành viên Ts. Nguyễn Quốc Nghi					

STT	Số quyết định, ngày phê duyệt đề tài, mã số	Đề tài cấp Bộ/đề tài cấp cơ sở	Tên đề tài	Chủ nhiệm đề tài	Số quyết định, ngày thành lập HĐKH nghiệm thu đề tài	Ngày nghiệm thu đề tài (theo biên bản nghiệm thu)	Kết quả nghiệm thu, ngày	Tên thành viên tham gia nghiên cứu đề tài (học phần/môn học được phân công)	Ghi chú
6		Thành phố	Hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp ở TP. Cần Thơ: thực trạng và giải pháp cải thiện	Chủ nhiệm Ts. Nguyễn Quốc Nghi					
7		Tỉnh	Nghiên cứu xây dựng chuỗi giá trị Jasmin đạt chuẩn GlobalGAP	Chủ nhiệm PGS.Ts. Lê Nguyễn Đoàn Khôi		2019			
8		Cấp bộ	Kinh tế - xã hội và quản lý nghề cá	Chủ nhiệm PGS.Ts. Lê Nguyễn Đoàn Khôi		2021			
9		Cấp bộ	Năng suất thâm nhập tài sản địa phương, hồi lộ và đổi mới sản phẩm của công ty con thuộc công ty đa quốc gia tại	Chủ nhiệm PGS.Ts. Võ Văn Dứt		2019			

STT	Số quyết định, ngày phê duyệt đề tài, mã số	Đề tài cấp Bộ/đề tài cấp cơ sở	Tên đề tài	Chủ nhiệm đề tài	Số quyết định, ngày thành lập HĐKH nghiệm thu đề tài	Ngày nghiệm thu đề tài (theo biên bản nghiệm thu)	Kết quả nghiệm thu, ngày	Tên thành viên tham gia nghiên cứu đề tài (học phân/môn học được phân công)	Ghi chú
			Việt Nam						
10		ấp tỉnh	ghiên cứu chuyên dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp phục vụ phát triển nông thôn mới Huyện Châu Phú tỉnh An Giang	Chủ nhiệm PGS.Ts. Võ Văn Dứt		2019			

MẪU 5: Các công trình khoa học công bố của giảng viên, nhà khoa học cơ hữu liên quan đến ngành đào tạo dự kiến mở của cơ sở đào tạo trong thời gian 5 năm tính đến thời điểm nộp hồ sơ mở ngành đào tạo (kèm theo bản liệt kê có bản sao trang bìa tạp chí, trang phụ lục, trang đầu và trang cuối của công trình công bố)

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
1	Dao D.H (2021), “ <i>Restoration of production and business in the period after the covid-19 pandemic</i> ”, <i>Kỷ yếu hội thảo quốc tế, Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ, 31/12/2021</i>	
2	Dao D.H (2021), “ <i>A review of research on customers’ experience, perceived value, satisfaction in the tourism industry in post-pandemic covid-19... Error! Bookmark not defined.</i> ”, <i>Kỷ yếu hội thảo quốc tế, Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ, 31/12/2021</i> Dao D.H (2021), “ <i>Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng du khách về khách sạn Ninh Kiều 1</i> ”, <i>Tạp chí TC khoa học kinh tế và phát triển số 5/2021, Đại học Nam Cần thơ</i>	
3	Dao D.H (2021), “ <i>Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của nhân viên đối với công ty 622, Quận khu 9</i> ”, <i>Tạp chí TC khoa học kinh tế và phát triển số 11/2021, Đại học Nam Cần thơ</i>	
4	Dao D.H (2020), “ <i>The effect of emotional intelligence on turnover intention and the moderating role of perceived organizational support: Evidence from the banking industry of Vietnam. Sustainability</i> ”, https://doi.org/10.3390/su12051857 , 2020	
5	Dao D.H (2020), “ <i>Consumer-based brand equity on a consumer-packaged good industry: Case study on Vinamilk</i> ”, <i>Sustainability, 2019</i>	
6	Dao D.H (2018), “ <i>Retail market in Vietnam in the context of the network industry 4.0. In The 1st International Conference on Commerce and Distribution</i> ”, <i>Da Nang – Vietnam: Agriculture Publishing House, 2018, pp. 219–230</i>	
7	Dao D.H (2019), “ <i>Research for sharing economy business models and suggestions for mekong companies</i> ”, <i>International Workshop At Nam Can Tho University, 2019, pp. 114-128</i>	
8	Dao D.H (2019), “ <i>Factors affect the retail service quality of some of the coopmart in the region of cuu long river</i> ”, <i>International Workshop At Nam Can Tho University, 2019, pp. 140-149</i>	
9	Dao D.H (2019), “ <i>The Strategy of Innovative Development of Cross-Border E-Commerce Platforms in Vietnam</i> ”, <i>9-10 March 2019, Japan</i>	
10	Dao D.H (2019), “ <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng và gắn kết của viên chức đối với đài phát thanh và truyền hình, TP.</i>	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
	<i>Cần Thơ</i> , TC khoa học kinh tế và phát triển, Đại học Nam Cần Thơ, 8-2019	
11	Dao D.H (2019), “Chiến lược phát triển kinh doanh dài phát thanh và truyền hình TP. Cần Thơ Tâm nhìn đến 2025”, TC khoa học kinh tế và phát triển, Đại học Nam Cần Thơ, 8-2019	
12	Dao D.H (2019), “Các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn Đài truyền hình TP. Cần Thơ để cung cấp dịch vụ quảng cáo”, TC khoa học Đại học Tây Đô, 6-2019.	
13	Dao D.H (2018), “Đào tạo nguồn nhân lực cho hệ thống ngân hàng thương mại trong CM 4.0”, NXB thông tin truyền thông, 2018, pp. 69-79	
14	Dao D.H (2018), “Ngành học quản trị nguồn nhân lực trong bối cảnh CMCN 4.0”, Tạp chí trường ĐH TC-Marketing, 2018, pp. 48-59	
15	Dao D.H (2018), “Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tự nguyện của các công ty khi công bố thông tin niêm yết trên sở giao dịch chứng khoán”, TC khoa học Kinh tế và phát triển, Đại học Nam Cần Th, 8-2018	
16	Dao D.H (2018), “Bán hàng đa kênh cơ hội và thách thức cho DN vừa và nhỏ Việt Nam; kỹ yếu hội thảo trường đại học Tài chính- Marketing”, Tạp chí trường Đại học TC-Marketing, 2018, pp. 70- 82.	
17	Dao D.H (2018), “Các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên trung tâm truyền hình Việt Nam tại Cần Thơ”, TC khoa học kinh tế và phát triển, Đại học Nam Cần Thơ, 2018, pp. 3-17	
18	Dao D.H (2018), “Ảnh hưởng của trải nghiệm khách hàng đối với thương hiệu trong thị trường điện thoại thông minh, tại TP. Hồ Chí Minh”, Hội thảo quốc tế, NXB Nông Nghiệp, 2018	
19	Dao D.H (2018), “Thương mại Việt Nam : Hiện trạng và giải pháp phát triển 2030”, Hội thảo quốc tế Đại học Đà Nẵng, NXB Đà Nẵng, 2018	
20	Dao D.H (2018), “Cam nhận thương hiệu điện thoại thông minh của khách hàng tại TP.HCM”, Hội thảo quốc tế Đại học Đà Nẵng, NXB Đà Nẵng, 2018	
21	Dao D.H (2018), “Các yếu tố ảnh hưởng đến tính hiệu quả của kiểm soát ngân sách qua kho bạc tỉnh An Giang”, Tạp chí nghiên cứu khoa học và phát triển kinh tế, Đại học Tây Đô, 2018	
22	Dao D.H (2018), “Hợp tác giữa các trường đại học và doanh nghiệp trong đào tạo Đại học”, NXB Đại học Đà Nẵng, 2018, pp. 625-632	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
23	Dao D.H (2018), “Ngành bán lẻ trong cuộc CM 4.0 Tại Việt Nam”, <i>Tạp chí trường Đại học Tài chính Marketing</i> , 2018, pp. 70-82	
24	Dao D.H (2018), “Đào tạo nguồn nhân lực cho ngành ngân hàng”, <i>Tạp chí nghiên cứu khoa học và phát triển kinh tế</i> , Đại học Tây Đô, 2018	
25	Dao D.H (2017), “Nâng cao hiệu quả quản trị dự án vốn nhà nước tại TP. Cần Thơ”, 2017	
26	Dao D.H (2017), “Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của giao dịch viên tối với công việc, tại ACB”, <i>TC khoa học phát triển và hội nhập</i> , Đại học kinh tế - Tài chính TP.HCM, 2017, pp. 193-200	
27	Dao D.H (2017), “ <u>Quy</u> bảo hiểm hưu trí”, <i>Tạp chí nghiên cứu khoa học và phát triển kinh tế</i> , Đại học Tây Đô, 2017	
28	Dao D.H (2020), “ <i>The Impact of Perceived Brand Globalness on Consumers’ Purchase Intention and the Moderating Role of Consumer Ethnocentrism: An Evidence from Vietnam</i> ”, <i>Journal of International Consumer Marketing</i> , 2020, pp. 47-68	
29	Dao D.H (2020), “ <i>The Effect of Emotional Intelligence on Turnover Intention and the Moderating Role of Perceived Organizational Support: Evidence from the Banking Industry of Vietnam</i> ”, <i>Sustainability</i> , 2020	
30	Dao D.H (2020), “ <i>Vietnamese Consumer Attitudes towards Smartphone Advertising</i> ”, <i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i> , 2020, pp. 195-204	
31	Dao D.H (2020), “ <i>An Empirical Assessment of Organizational Commitment and Job Performance: Vietnam Small and Medium-Sized Enterprises</i> ”, 2020, pp. 277-286	
32	Dao D.H (2020), “ <i>A research on factors affecting the job satisfaction and organizational loyalty of medical doctors at public hospitals in Vietnam</i> ”, <i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i> , 2020	
33	Dao D.H (2020), “ <i>The Determinants of Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of Ho Chi Minh City University Students, Vietnam</i> ”, <i>Entrepreneurship and Sustainability Issues</i> , 2020	
34	Dao D.H (2020), “ <i>A Model of Factors Affecting Entrepreneurial Intention among Information Technology Students in Vietnam</i> ”, <i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i> , 2020	
35	Dao D.H (2020), “ <i>Customer Satisfaction with Less than Container Load Cargo Services in HoChiMinh City, Vietnam</i> ”, <i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i> , 2020	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
36	Dao D.H (2020), <i>"The Influence of Website Quality on Consumer's E-Loyalty through The Mediating Role of E-Trust and E-Satisfaction: An Evidence from Online Shopping in Vietnam"</i> , <i>Uncertain Supply Chain Management</i> , 2020, pp. 351-370	
37	Dao D.H (2020), <i>"The impact of human resource management practices on employee engagement and moderating role of gender and marital status: An evidence from the Vietnamese banking industry"</i> , <i>Management Science Letters</i> , 2020, pp. 1633-1648	
38	Dao D.H (2020), <i>"A Model of Organizational Culture for Enhancing Organizational Commitment in Telecom Industry: Evidence from Vietnam"</i> , <i>WSEAS Transactions on Business and Economics</i> , 2020, pp. 215-224	
39	Dao D.H (2020), <i>"A Model of Factors Influencing Behavioral Intention to Use Internet Banking and the Moderating Role of Anxiety: Evidence from Vietnam"</i> , <i>WSEAS Transactions on Business and Economics</i> , 2020	
40	Dao D.H (2020), <i>"An empirical analysis of mobile banking adoption in Vietnam"</i> , <i>Gestao E Sociedade</i> , 2020, pp. 3365-3393	
41	Dao D.H (2020), <i>"A Model of Factors Affecting Savings Deposit Decision of Individual Customers at Vietnamese Commercial Banks"</i> , <i>Journal of Asian Finance Economics and Business</i> , 2020	
42	Dao D.H (2020), <i>"The Effect of Heuristic and Herding Biases on Investment Decision Making and Investment Performance: A Survey on Individual Investors at The Vietnamese Stock Exchange"</i> , <i>International Journal of Management and Decision Making</i> , 2020	
43	Dao D.H (2020), <i>"Exploring the Relationship between WeChat Usage and E-purchase Intention during the COVID-19 Pandemic among University Students in China"</i> , <i>SAGE Open</i> , 2020	
44	Dao D.H (2020), <i>"Determinates of factors influencing job satisfaction and organizational loyalty"</i> , <i>Management Science Letters</i> , 2020	
45	Dao D.H (2020), <i>"A Model of Factors Affecting Entrepreneurial Intention among Information Technology Students in Vietnam"</i> , <i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i> , 2020	
46	Dao D.H (2020), <i>"Customer Satisfaction with Less than Container Load Cargo Services in HoChiMinh City, Vietnam"</i> , <i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i> , 2020	
47	Dao D.H (2020), <i>"The impact of social support on job-related behaviors and the moderating role of locus of control: Evidence from the Vietnamese banking industry"</i> , <i>Cogent Business & Management</i> , 2020	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
48	Dao D.H (2021), <i>"The effect of social support on job performance through the mediating role of organizational commitment and innovative work behavior in The Vietnam Small and Medium-Sized Enterprises"</i> , <i>International Journal of Organizational Analysis</i> , 2021	
49	Dao D.H (2021), <i>"The Antecedents and Consequences of Work-Family Balance among Female Faculty: A Study of Bangladesh"</i> , <i>Journal of Educational Psychology</i> , 2021	
50	Dao D.H (2021), <i>"The effect of transformational leadership on employee work outcomes through the mediating role of public service motivation and the moderating role of power distance: An evidence from local governmental organizations in Vietnam"</i> , <i>American Review of Public Administration</i> , 2021	
51	Dao D.H (2021), <i>"A model of human resource management practices for employee engagement to enhancing service-oriented organizational citizenship behaviors and the moderating role of positive psychological capital: Evidence from the Vietnamese banking industry"</i> , <i>Organizational Behavior and Human Decision Processes</i> , 2021	
52	Dao D.H (2021), <i>"How Store Image Affect New International Fashion Brand Loyalty in Hochiminh City"</i> , <i>Transportation Research Procedia</i> , 2021	
53	Dao D.H (2021), <i>"The effect of service quality on passenger loyalty and the mediating roles of perceive value, airline image, passenger trust, and satisfaction: A Study of domestic flights with Vietnamese Low-Cost Airlines"</i> , <i>Transportation Research Procedia</i> , 2021	
54	Dao D.H (2020), <i>"Ảnh hưởng của vốn tâm lý, tính cách cá nhân đến sự gắn kết công việc của nhân viên khách sạn tại TP. Hồ Chí Minh"</i> , <i>Tạp chí khoa học trường Đại học Trà Vinh</i> , 2020	
55	Dao D.H (2020), <i>"Đo lường chất lượng dịch vụ tiền gửi tiết kiệm cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam-Mười năm nhìn lại"</i> , <i>Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ</i> , 2020	
56	Dao D.H (2020), <i>"Tác động của các yếu tố hành vi đến quyết định và hiệu quả đầu tư của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán TP. Hồ Chí Minh"</i> , <i>Tạp chí Kinh tế - Kỹ Thuật</i> , 2020	
57	Dao D.H (2020), <i>"Nâng cao sự gắn kết của nhân viên với tổ chức: nghiên cứu thực nghiệm tại công ty trách nhiệm hữu hạn Hùng Cá"</i> , <i>Tạp chí khoa học Văn Hiến</i> , 2020	
58	Dao D.H (2020), <i>"Giáo trình Cao học Quản trị Chiến lược- Cập nhật BSC"</i> , NXB Tài chính, 2020	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
59	Dao D.H (2019), "Giáo trình cao học phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh cập nhật SmartPLS", NXB Tài chính, 2019	
60	Dao D.H (2019), "The effect of transformational leadership on job performance through the mediation of job satisfaction: The case of Vietnamese state-owned organizations", The Korean Association for Public Administration, 2019	
61	Dao D.H (2019), "The effect of Emotional intelligence on Turnover intention through the mediation of work-life conflict: The case of commercial bankers in Vietnam", Theory and Applications in the Knowledge Economy Conference, 2019	
62	Dao D.H (2019), "Strategies Influencing Work-Family Balance among Female Faculty: A Study of Bangladesh", NIDA International Conference for Case Studies on Development Administration, Bangkok, Thailand	
63	Dao D.H (2019), "An Integrated Model for Customer's E-Loyalty: An Evidence from Online Shopping in Vietnam", Third International Workshop on Entrepreneurship in Electronic and Mobile Business (IWEMB 2019) Conference in Vestfold, Norway	
64	Dao D.H, "An empirical analysis of mobile banking adoption in Can Tho city, Vietnam", NCTU international conference, Can Tho, Vietnam	
65	Dao D.H, "Ảnh hưởng của các yếu tố văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn bó của nhân viên với tổ chức tại Công ty CP CMC Telecom Thành Phố Hồ Chí Minh", Tạp chí Kinh tế - Kỹ thuật	
66	Dao D.H (2017), "Ảnh hưởng của các yếu tố chất lượng cuộc sống nơi làm việc đến sự gắn kết với tổ chức của nhân viên ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu tại TP. HCM", Tạp chí khoa học Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học, 2017	
67	Dao D.H (2017), "Improving the quality of human resources in the administrative units in O Mon district", International conference, Can Tho, Vietnam, 2017	
68	Nguyen H.G (2017), "Rào cản trong thương mại quốc tế và giải pháp vượt qua cho các doanh nghiệp chế biến nông sản ở ĐBSCL", Bài báo, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, số 03, 2017	
69	Nguyen H.G (2017), "Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao để phát triển kinh tế - xã hội ĐBSCL một cách bền vững", Bài báo, Tạp chí Khoa học Cần Thơ, số 04(62), 2017.	
70	Nguyen H.G (2018), "Tăng cường quản lý hoạt động liên kết đào tạo nhằm góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ĐBSCL hiện nay" Bài báo, Tạp chí Khoa học Cần Thơ, số 01(69), 2018	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
71	Nguyen H.G (2018), “Chuyên đổi mô hình tăng trưởng kinh tế đồng bằng sông Cửu Long thích ứng với biến đổi khí hậu Thực trạng và giải pháp” <i>Kỷ yếu Hội thảo quốc tế: Social, Ecological and Economic Transformation in VietNam: Theories and Practices, 2018</i>	
72	Nguyen H.G (2018), “Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo ĐBSCL, thực trạng và giải pháp”, <i>Kỷ yếu Hội thảo, Trường Đại học Kinh tế TP HCM, NXB Thông tin và Truyền thông, ISBN: 978-604-80-3565-5</i>	
73	Nguyen H.G (2019), “Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo ĐBSCL - Thực trạng và giải pháp”, <i>Bài báo, Tạp chí Khoa học Cần Thơ số 01(67)</i>	
74	Nguyen H.G (2019), “Chuyên đổi mô hình tăng trưởng kinh tế đồng bằng sông Cửu Long thích ứng với biến đổi khí hậu Thực trạng và giải pháp”, <i>Bài báo, VNU Journal of Science: Policy and Management Studies, Vol. 35, No. 2 (2019) 84-95; e-ISSN 2588-1116</i>	
75	Nguyen H.G (2020), “Nguồn nhân lực chất lượng cao với sự nghiệp phát triển thành phố Cần Thơ theo tinh thần Nghị quyết 45-NQ/TW của Bộ Chính trị”, <i>Tạp chí Khoa học & Kinh tế phát triển Số 9 2020 ISSN 2588 – 1272</i>	
76	La N.T.D (2019), “Factors influencing linkage risk between farmers and enterprises in the shrimp supply chain: a case study of Bac Lieu province”, <i>International Journal of Scientific and Education Research, 03(2), pp. 75-85,</i>	
77	Le N.D.K (2019), “Analysis of Organic Pangasius Value Chain in the Mekong Delta, Vietnam”, <i>European Journal of Business and Management Research, ISSN: 2507-1076</i>	
78	Le N.D.K (2020), “Quality Management Practices of Intensive Whiteleg Shrimp (<i>Litopenaeus vannamei</i>) Farming: A Study of the Mekong Delta, Vietnam”, <i>Sustainability – Q2- Scopus, ISSN 2071-1050</i>	
79	Le N.D.K (2022), “Do Neighbors Affect People's Demand for the Biodiversity Conservation Project in the U Minh Ha Peat Swamp Forest of the Mekong Delta, Vietnam?”, <i>Front. Sustain. Food Syst., 2022</i>	
80	Le N.D.K (2022), “The Impact of Information Technology in Enhancing Competitive Capability of Young Entrepreneurs”, <i>Academy of Entrepreneurship Journal -Q3- Scopus, ISSN 1528-2686</i>	
81	Nguyen Q.N (2021), “The Effect of Employees' Job Satisfaction on Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study in Vietnam”, <i>The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(12), pp. 253-260</i>	
82	Nguyen Q.N (2021), “Impacts of pushing and pull factors on tourist satisfaction and return intention towards river tourism in	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
	<i>Can Tho city, Vietnam</i> ", <i>GeoJournal of Tourism and Geosites</i> , vol.38, No.4, pp. 1011-1016	
83	Nguyen Q.N (2021), "The role of relationship quality and loyalty between rice farmers and food companies in supply chain", <i>The role of relationship quality and loyalty between rice farmers and food companies in supply chain</i> , pp. 851-856	
84	Nguyen Q.N (2021), "The relationships among service failure, service recovery, customer satisfaction and trust at international hospitals: A Case in Vietnam", <i>Uncertain Supply Chain Management</i> . Vol.9 (2021), pp. 887-896.	
85	Nguyen Q.N (2021), "Factors impacting online complaint intention and service recovery expectation: The case of e-banking service in Vietnam", <i>International Journal of Data and Network Science</i> . Vol.5 (2021), pp. 659-666	
86	Nguyen Q.N (2021), "The importance of website quality to brand loyalty: The case study of beauty salons in Vietnam", <i>International Journal of Data and Network Science</i> . Vol.5 (2021), pp. 775-784.	
87	Nguyen Q.N (2021), "The Impact of Service Recovery on Satisfaction and Word of Mouth of International Tourists Towards Homestays: An Empirical Study in Vietnam", <i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i> . Vol.8, No 8, pp. 593-600.	
88	Nguyen Q.N (2020), "Creativity of Tour Guides in the Mekong Delta, Vietnam", <i>International Journal of Progressive Sciences and Technologies</i> . Vol.2, No.2, pp. 235-238	
89	Nguyen Q.N (2020), "The impact of occupational stress on job satisfaction and job performance of banking credit officers", <i>Management Science Letters</i> , Vol.10, Issue 16, pp. 3891-3898.	
90	Nguyen Q.N (2020), "The impacts of listening to customer satisfaction and loyalty towards banks", <i>ESPACIOS</i> , Vol. 41 (32), pp. 202-210	
91	Nguyen Q.N (2020), "Permission email marketing affects customers' perception, attitude, and intention of using e-banking services in Vietnam", <i>International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering</i> , Vol. 9 (5), pp. 8988 – 8994.	
92	Nguyen Q.N (2020), "Factors Affecting Tourist Satisfaction with Culinary Specialties of An Giang Province", <i>Vietnam, European Academic Research</i> , Vol.8, Issue 1 , pp.359- 369.	
93	Nguyen Q.N (2020), "Factors affecting creativity of university lecturers in Vietnam", <i>ESPACIOS</i> , Vol. 41(23) Scopus Index , pp. 201- 210	
94	Nguyen Q.N (2020), "Relationships among novelty seeking, satisfaction, return intention, and willingness to recommend of	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
	<i>foreign tourists in Vietnam", Management Science Letters, Vol.10 Issue 10. Scopus Index, pp. 2249- 2258</i>	
95	Nguyen Q.N (2020), " <i>Application of Lean Management Tool to Improve Working Efficiency of Tay Do University's Units</i> ", <i>International Journal of Business Marketing and Management, Vol 5, Issue 2 , pp.49-56</i>	
96	Nguyen Q.N (2019), " <i>Giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ</i> ", <i>Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. Tập 55, Số 1D, pp.101- 108</i>	
97	Nguyen Q.N (2019), " <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tuân thủ thuế của người nộp thuế thu nhập cá nhân ở TP. Cần Thơ</i> ", <i>Tạp chí Kinh tế - Kỹ thuật, số 2, pp.44-53</i>	
98	Nguyen Q.N (2019), " <i>Analyze the relationship between foreign ownership proportion and total factor productivity of pharmaceutical firms in Vietnam</i> ", <i>International Journal of Social Science and Economic Research, Vol. 4, No. 8., pp.5354- 5369</i>	
99	Nguyen Q.N (2019), " <i>The role of employees in organizational branding: Case study of Vietnamese commercial banking system</i> ", <i>International Journal of Scientific and Education Research, Vol. 3, No.3., pp.67-77</i>	
100	Nguyen Q.N (2019), " <i>Factors influencing the labor restructuring from agriculture to non-agriculture sectors in Can Tho city</i> ", <i>International Journal of Scientific and Education Research, Vol. 3, No.2., pp.64-74</i>	
101	Nguyen Q.N (2019), " <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hấp dẫn của loại hình du lịch nông thôn ở huyện Phong Điền, TP. Cần Thơ</i> ", <i>Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Nai, số 14, pp.29-38</i>	
102	Nguyen Q.N (2018), " <i>Mối quan hệ giữa chất lượng website, ấn tượng thương hiệu và lòng trung thành ngân hàng</i> ", <i>Tạp chí Ngân hàng, số 20,10, pp.23-29</i>	
103	Nguyen Q.N (2018), " <i>Hàm ý quản trị nâng cao hiệu quả công việc của nhân viên ngành du lịch ở Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang</i> ", <i>Tạp chí Khoa học Đại học Văn Hiến, tập 6 số 2, pp.79-85</i>	
104	Nguyen Q.N (2018), " <i>Agricultural commodity development: A case study of farming households in Chau Thanh A district, Hau Giang province</i> ", <i>The International Journal of Engineering and Science, Vol. 7, Issue 10, Ver IV, pp. 68-74</i>	
105	Nguyen Q.N (2018), " <i>Factors Influencing The Relationship Quality Between Shrimp Farmers And Processing Enterprises In The Mekong Delta</i> ", <i>International Journal of Business and Management Invention, Vol. 7, Issue 9, pp.45-51</i>	
106	Nguyen Q.N (2018), " <i>Factors Affecting The Collective Trademark Building Intention Of Fruit Farming Households In Phong Dien District, Can Tho City</i> ", <i>The International Journal of Engineering and Science, Vol. 7, Issue 9, pp.48-53</i>	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
107	Nguyen Q.N (2018), "Giải pháp tháo gỡ các điểm nghẽn trong phát triển du lịch vùng ĐBSCL", <i>Tạp chí Du lịch Việt Nam</i> , số 05, pp. 60-61	
108	Nguyen Q.N (2018), "Phân tích chuỗi giá trị chôm chôm ở Phong Điền, TP. Cần Thơ", <i>Tạp chí Hội nhập và Phát triển</i> , số 5+6, pp.64-72	
109	Nguyen Q.N (2018), "Khả năng tiếp cận tín dụng chính thức của nông hộ nuôi tôm sú ở khu vực ĐBSCL", <i>Tạp chí Kinh tế - Kỹ thuật</i> , số 22, pp.1-8	
110	Nguyen Q.N (2018), "Mức giá mong đợi của du khách đối với đặc sản nhà làm ở huyện Phong Điền", <i>Tạp chí khoa học Đại học Cần Thơ</i> , tập 56, pp.115- 125	
111	Nguyen Q.N (2018), "Các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu học tập từ xa ở khu vực ĐBSCL", <i>Tạp chí khoa học Đại học Cần Thơ</i> , tập 54, pp.175- 186	
112	Nguyen Q.N (2017), "Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khi tham gia nghiên cứu khoa học của giảng viên trẻ Trường Đại học Cần Thơ", <i>Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ</i> , số 51C, pp.41-52	
113	Nguyen Q.N (2017), "Factors affecting the local residents' support on tourism development in Phong Dien district, Can Tho city", <i>American Journal of Theoretical and Applied Business</i> , Volume 3, Issue 2, pp.31-35	
114	Nguyen Q.N (2017), "So sánh hiệu quả tài chính chăn nuôi sinh thái và chăn nuôi truyền thống: trường hợp ở huyện Phong Điền, TP. Cần Thơ", <i>Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ</i> , số 50D, pp.80-86	
115	Nguyen Q.N (2017), "Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận dự án phi chính phủ ở tỉnh Sóc Trăng", <i>Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Nai</i> , số 05, pp.31-40	
116	Nguyen Q.N (2017), "Xu hướng lựa chọn điểm mua hàng của du khách khi đến quận Ninh Kiều", <i>Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ</i> , số 48C, pp.55-63	
117	Luu Tiến Thuận (2017), "Does customer experience management impact customer loyalty shopping at supermarket? The case in the Mekong Delta, Vietnam", <i>UHD- CTU Annual Economics and Business Conference Proceeding</i> , ISSN: 2472-9329, P73-83.	
118	Luu Tiến Thuận (2017), "Phân tích và đánh giá vị trí hệ thống cửa hàng bán lẻ tại Cần Thơ qua việc ứng dụng hệ thống thông tin địa lý, <i>UHD- CTU Annual Economics and Business Conference Proceeding</i> ", ISSN: 24729329, trang 671-684.	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
119	Lưu Tiến Thuận (2017), “Đánh giá ảnh hưởng của giá trị khách hàng đến hành vi của khách hàng tại các siêu thị điện thoại trên địa bàn TPCT”, UHD- CTU Annual Economics and Business Conference Proceeding, ISSN: 2472-9329, trang 713-726	
120	Lưu Tiến Thuận (2017), “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - Tổng kết một số vấn đề lý luận và đề xuất hướng nghiên cứu trong tương lai”, UHD- CTU Annual Economics and Business Conference Proceeding, ISSN: 2472-9329, trang 698-712.	
121	Lưu Tiến Thuận (2017), “Tác động của quản trị quan hệ khách hàng đến sự hài lòng của khách hàng trên thị trường bán lẻ hiện đại tại TPCT”, Tạp chí Khoa học ĐHCT, ISBN: 1859-2333, 48D, 54-65.	
122	Lưu Tiến Thuận (2017), “Hành vi tìm kiếm trực tuyến thông tin du lịch, Hội thảo “Ứng dụng CNTT trong du lịch: Xu hướng và giải pháp đón đầu trước hội nhập ngành du lịch Việt Nam”, Trường ĐHKT TPHCM, ISBN: 978-604-922-510-9, 188-205.	
123	Lưu Tiến Thuận (2017), “Nghiên cứu ảnh hưởng của năng lực công ty và khả năng vượt rào cản thương mại quốc tế đến hiệu quả xuất khẩu - Trường hợp các công ty xuất khẩu thủy sản khu vực ĐBSCL”, Hội thảo khoa học “TPP, AEC và những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam trong hội nhập quốc tế”, tại trường Đại học Ngoại Thương, ISBN: 978-604-73-5139-8, 87-104.	
124	Lưu Tiến Thuận (2017), “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - Tổng kết một số vấn đề, chủ đề và đề xuất hướng nghiên cứu”, Tạp chí Khoa học Trường ĐHCT, ISBN: 1859-2333, 50D, 19-33	
125	Lưu Tiến Thuận (2017), “Ảnh hưởng của năng lực công ty và khả năng vượt rào cản thương mại quốc tế đến hiệu quả xuất khẩu”, Tạp chí Công Thương, ISSN: 0866-7756, 9, 221-226.	
126	Lưu Tiến Thuận (2017), “Trách nhiệm xã hội của ngân hàng thương mại cổ phần: nghiên cứu đa khía cạnh”, Tạp chí Kinh tế- Kỹ thuật, trường ĐH Kte Kthuat Bình Dương, 0866-7802, 19, 83-94.	
127	Lưu Tiến Thuận (2017), “Impact of ECRM activity on quality and outcome relationship between bank and customers”, Tạp chí Công Thương, ISSN: 0866-7756, 10, 317-322	
128	Lưu Tiến Thuận (2017), “Ảnh hưởng của các yếu tố quản trị quan hệ khách hàng đến lòng trung thành của khách hàng-Trường hợp các siêu thị tại TPCT”, Tạp chí Công Thương, ISSN: 0866-7756, 10, 145-151.	
129	Lưu Tiến Thuận (2017), “Áp dụng phương pháp chi phí du hành để xác định giá trị cạnh quan của chợ nổi Cái Răng TP Cần Thơ”, Tạp chí khoa học và công nghệ nông nghiệp, trường Đại học Nông Lâm, Đại học Huế, ISSN: 2588-1256, 1(2), 285-292	
130	Lưu Tiến Thuận (2017), “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định và hành vi tìm kiếm trực tuyến thông tin du lịch của người dân TP Cần Thơ”, Tạp chí Khoa học Lạc Hồng, trường Đại học Lạc Hồng, 2525-2186, Số đặc biệt, 37-42	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
131	Luu Tiến Thuận (2017), “Phân khúc thị trường khách hàng cá nhân đối với dịch vụ gửi tiền tiết kiệm ở các ngân hàng thương mại ở TP Cần Thơ”, Tạp chí Khoa học và Đào tạo, Trường Đại học Công Nghệ Sài Gòn, ISSN: 2354-0567, 44-53	
132	Luu Tiến Thuận (2017), “Đánh giá chất lượng dịch vụ, mức độ hài lòng và ý định hành vi của bệnh nhân - Trường hợp Bệnh viện đa khoa Hoàn Mỹ Cửu Long”, Tạp chí Khoa học và Đào tạo, Trường Đại học Công Nghệ Sài Gòn, ISSN: 2354-0567, 4-18.	
133	Luu Tiến Thuận (2017), “Đánh giá tác động của quản lý quan hệ nhân viên đến năng suất làm việc ở tỉnh Trà Vinh”, Hội thảo quốc tế Nâng cao năng suất, hiệu quả và đổi mới sáng tạo của nền kinh tế Việt Nam, 24-11-2017 tại Hà Nội	
134	Luu Tiến Thuận (2017), “Phát triển du lịch sông nước ở TPCT: Thực trạng và giải pháp”, Hội thảo Bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa sông nước ĐBSCL trong quá trình hội nhập và phát triển, 28-11-2017, ĐHCT, ISBN: 978-604-919-947-9, 266-274.	
135	Luu Tiến Thuận (2017), “Effect of job stress on job performance, job satisfaction and turnover intention”, Hội thảo quốc tế “The 6th international conference on emerging challenges: strategic integration ICECH 2017” (Hội thảo quốc tế lần thứ 6 về thử thách mới - Hội nhập chiến lược ICECH 2017), 1-12-2017, ĐH BK Hà Nội, ISBN: 978-604-95-0358-0, 385-392	
136	Luu Tiến Thuận (2017), “Impact factors for the decision to use internet banking of customer”, Hội thảo quốc tế “Emerging issues in economics and business in the context of international integration - EIEB 2017” (Những vấn đề kinh tế và kinh doanh ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế) 5-12-2017 Hà Nội, ISBN: 978-604-946-330-3, 355-362.	
137	Luu Tiến Thuận (2017), “Ảnh hưởng của giá trị khách hàng đến hành vi mua lại của khách hàng”, Tạp chí Khoa học Quản lý và Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, ISSN: 2354- 1350, 4, 29-44	
138	Luu Tiến Thuận (2017), “A Literature Review on Organizational Culture and Organizational Effectiveness”, Hội thảo quốc tế “The 2nd UHD-CTU annual Economics and Business Conference, 15-12-2017, tại Trường ĐH Cần Thơ, ISSN: 2472-9329, Special issue, 1-13	
139	Luu Tiến Thuận (2017), “Does customer experience management impact customer loyalty shopping at supermarket? The case in the Mekong Delta, Vietnam”, Economic World, ISSN: 2328-7144, Vol.6 (1), 13-21.	
140	Luu Tiến Thuận (2018), “Study theo factor affecting the intention of social entrepreneurship of students, Can Tho University (Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp xã hội của sinh viên ĐHCT)”, Hội thảo quốc tế Kiến tạo hệ sinh thái khởi nghiệp - Yếu tố thành công đối với sinh viên (Start-up Ecosystem), ISSN: 0866-7802, Số đặc biệt, 57-65.	
141	Luu Tiến Thuận (2018), “Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực nghề tại tỉnh Hậu Giang (Solution to improve	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
	quality of vocational training human resource)", Tạp chí khoa học Đại học Cửu Long, ISSN: 2354-1423, 9, 28-35.	
142	Luu Tiên Thuận (2018), "Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong lĩnh vực ngân hàng", Tạp chí Công nghệ ngân hàng, ISSN: 1859-3682, 148, 48-67.	
143	Luu Tiên Thuận (2018), "Ảnh hưởng của kế toán trách nhiệm đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp vùng Đồng bằng sông Cửu Long (The influence of responsibility accounting on firm performance in the Mekong delta)", Tạp chí Khoa học Trường ĐHTC, ISSN: 1859-2333, 54, 4d, 168-177	
144	Luu Tiên Thuận (2018), "Tác động của việc sử dụng công cụ hỗ trợ bán hàng đến hiệu suất bán hàng của nhân viên: Nghiên cứu trường hợp tại các doanh nghiệp ở Thành phố Cần Thơ", Tạp chí Kinh tế và phát triển, ISSN: 1859-0012, 254, 99-108.	
145	Luu Tiên Thuận (2018), "The effects of corporate social responsibility on brand equity and financial performance: The case of commercial banks in Mekong Delta", Hội thảo Khoa học quốc gia "Phát triển kinh tế và kinh doanh ở Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa", 21/12/2018 tại ĐHTC Cần Thơ, ISBN: 978-604-965-117-5 NXB ĐHTC, 414-437	
146	Luu Tiên Thuận (2018), "Tác động của trách nhiệm xã hội đến nhận thức của nhân viên ngân hàng ở ĐBSCL", Tạp chí Phát triển bền vững vùng, ISSN: 2354-0729, 8, No3, 105-115.	
147	Luu Tiên Thuận (2018), "A literature review on organizational culture and organizational effectiveness", Tạp chí Khoa học Trường ĐHTC, ISSN: 1859-2333, 54, 4d, 24-36.	
148	Luu Tiên Thuận (2019), "Examine the determinant factors on financial leverage of Vietnamese commercial banks", International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB), eISSN: 0128-1844, Vol.4 Issues: 19, 72 - 85.	
149	Luu Tiên Thuận (2019), "Tác động của trách nhiệm xã hội và giá trị thương hiệu đến hiệu quả tài chính: trường hợp nhân viên ngành ngân hàng", Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP HCM, ISSN: 1859-3453, 14 (3), 41-53.	
150	Luu Tiên Thuận (2019), "Trách nhiệm xã hội và lòng trung thành của khách hàng: trường hợp các ngân hàng thương mại cổ phần", Tạp chí Kinh tế- Kỹ thuật, trường ĐHTC Kte Kthuat Bình Dương, ISSN: 0866-7802, 26, 46-56	
151	Luu Tiên Thuận (2019), "Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội, giá trị thương hiệu và hiệu quả tài chính: Trường hợp các ngân hàng thương mại tại Đồng bằng sông Cửu Long", Tạp chí Khoa học Trường ĐHTC, ISSN: 1859-2333, 55, Số chuyên đề Kinh tế, 85-94.	
152	Luu Tiên Thuận (2019), "Ảnh hưởng của các yếu tố quản trị trải nghiệm khách hàng đến lòng trung thành khách hàng - trường	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
	hợp các siêu thị tại thành phố Cần Thơ”, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Đà Nẵng, ISSN: 1859-1531, 17 (02), 1-4.	
153	Luu Tiên Thuận (2019), “Ảnh hưởng của quản trị quan hệ khách hàng và trải nghiệm khách hàng đến sự hài lòng và lòng trung thành khách hàng - trường hợp các siêu thị tại thành phố Cần Thơ”, Tạp chí Khoa học Thương Mại, trường Đại học Thương Mại, ISSN: 1859-3666, 135, 51-60.	
154	Luu Tiên Thuận (2019), “Tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính: Nghiên cứu tình huống các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam”, Tạp chí Khoa học và Đào tạo ngân hàng, ISSN: 1859 - 011X, 211, 1-11.	
155	Luu Tiên Thuận (2019), “Tác động của động viên đến sự hài lòng và thực hiện công việc của nhân viên văn phòng ở các doanh nghiệp TP Cần Thơ”, Tạp chí Khoa học Lạc Hồng, ISSN: 2525-2186, 6, 17-22.	
156	Luu Tiên Thuận (2020), “Customer knowledge management - A case study of telecommunication companies at Can Tho city, International conference “Sustainable development and the role of universities in the Fourth industrial revolution”, Thai Nguyen University of Economics and Business Administration, Oct. 3-4, 2019.	
157	Luu Tiên Thuận (2020), “Applying the hexagonal model of national brands to local branding - the case of Can Tho city”, 1st International conference in Economics and Business, Dec. 6, 2019, Can Tho University, ISBN: 978-604-965-310-0, 559-573.	
158	Luu Tiên Thuận (2020), “Analyze the impact factors on tourist online information - seeking intension and behavior of tourist: The case of tourist destinatons in An Giang province”, 1st International conference in Economics and Business, Dec. 6, 2019, Can Tho University, ISBN: 978-604-965-310-0, 260-277.	
159	Luu Tiên Thuận (2020), “Investigating the effect of customer knowledge management on organizational agility - a study in Can Tho city”, 1st International conference in Economics and Business, Dec. 6, 2019, Can Tho University, ISBN: 978-604-965-310-0, 95-109	
160	Luu Tiên Thuận (2020), “Customer relationship management: A case study at local supermarkets in Can Tho city”, 1st International conference in Economics and Business, Dec. 6, 2019, Can Tho University, ISBN: 978-604-965-310-0, 308-326.	
161	Luu Tiên Thuận (2020), “Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua thực phẩm chức năng hỗ trợ điều trị thoái hóa khớp của người tiêu dùng- Trường hợp tại tỉnh Đồng Tháp”. Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP HCM. 15(8), 102-133	
162	Luu Tiên Thuận (2020), “Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ và đồng thuận xã hội đến sự hài lòng khách hàng sử dụng điện - Trường hợp công ty điện lực Hậu Giang”. Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP HCM. 15(8), 193-204.	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
163	Luu Tiến Thuận (2021), “Tác động của quản trị tri thức khách hàng đến sự thích ứng tổ chức - phân tích đa nhóm với mô hình SEM”. Tạp chí Những vấn đề kinh tế và chính trị thế giới. 6(302), 50-63.	
164	Luu Tiến Thuận (2021), “Loại tri thức khách hàng nào tác động đến sự thích ứng của tổ chức? Trường hợp các doanh nghiệp ở TPCT”. Tạp chí nghiên cứu kinh tế. 10(521), 100-108.	
165	Luu Tiến Thuận (2021), “Nhận thức nghề nghiệp của người sử dụng lao động và sinh viên chuyên ngành kinh tế Trường cao đẳng FPT Polytechnic Cần Thơ”. Tạp chí Kinh tế và Dự báo. 03(793), 54-57.	
166	Luu Tiến Thuận (2021), “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tiếp tục mua ô tô thương hiệu Toyota của khách hàng tại Thành phố Vĩnh Long”. Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP HCM. 17(3), 137-148.	
167	Võ Văn Dứt (2022), "The Role of R&D Intensity on the Export Intensity of Enterprises in Transition Economy: the Case of Vietnam", Journal of Asian Finance, Economics and Business (WoS, Scopus, Q3)	
168	Võ Văn Dứt (2022), The moderating role of subsidiary size on the association between institutional distance and subsidiary's access to complementary local assets: evidence from Vietnam., Journal of Asia Business Studies (WoS, Scopus, Q2)	
169	Võ Văn Dứt (2022), Internal determinants of export performance of small and medium enterprises in Vietnam, International Journal of Advanced and Applied Sciences (WoS, Scopus)	
170	Võ Văn Dứt (2021), The effects of labor characteristics on firm productivity: empirical evidence from Vietnam, VNU Journal of Science: Economics and Business	
171	Võ Văn Dứt (2021), The moderating role of R&D intensity on the association between external embeddedness and subsidiary product innovation: evidence from Vietnam., Asia Pacific Business Review (WoS, Scopus, Q2)	
172	Võ Văn Dứt (2021), Determinants of liquidity of commercial banks: Empirical evidence from the Vietnamese stock exchange., Journal of Asian Finance, Economics and Business (WoS, Scopus, Q2, per April, 2021)	
173	Võ Văn Dứt (2021), Index future trading and spot market volatility in frontier markets: Evidence from Ho Chi Minh Stock Exchange., Asia-Pacific Financial Markets (Scopus, Q4) WoS, Scopus, Q2, April, 2021	
174	Võ Văn Dứt (2021), Ảnh hưởng của quốc tế hóa đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội., Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
175	Võ Văn Dứt (2021), A 21-Year Review of Research on the Effect of Internationalization on Firm Financial Performance and Research Agenda, VNU Journal of Science: Economics and Business	
176	Võ Văn Dứt (2021), Ảnh hưởng của quy mô và thành viên hội đồng quản trị đến mức độ quốc tế hóa của các doanh nghiệp niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội, Tạp chí Kinh tế và Kinh doanh; Đại học quốc gia Hà Nội	
177	Võ Văn Dứt (2021), Ảnh hưởng của cấu trúc sở hữu đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam., Tạp chí Kinh tế và Phát triển	
178	Võ Văn Dứt (2020), The impact of ownership structure on listed firms' performance in Vietnam., Journal of Asian Finance, Economics and Business (WoS, Scopus, Q2)	
179	Võ Văn Dứt (2020), Ảnh hưởng của phương thức gia nhập thị trường đến việc thâm nhập tài sản địa phương của công ty đa quốc gia tại Việt Nam., Tạp chí Kinh tế và Phát triển	
180	Võ Văn Dứt (2019), The determinants of economic efficiency of two rice crops in Chau Phu District, An Giang Province, Journal of Trade Science	
181	Võ Văn Dứt (2019), Ảnh hưởng của khác biệt thể chế đến hồi lộ của các công ty đa quốc gia tại Việt Nam: vai trò của cấu trúc quyền sở hữu, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế	
182	Võ Văn Dứt (2018), The impact of institutional distance on the choice of multinational enterprise's entry mode: Theory and empirical evidence from Vietnam, Asian Journal of Business and Accounting (WoS, Scopus, Q3)	
183	Võ Văn Dứt (2018), Mass Rapid Transit in Kuala Lumpur, Malaysia: Accessibility and Connectivity Challenges, Working paper series, Massachusetts Institute of Technology Press	
184	Võ Văn Dứt (2018), Does national institutional difference matter to access to complementary local assets of subsidiaries? The role of subsidiary size, Conference Proceedings, 1st International Conference on Contemporary Issues in Economics, Management and Business, November, 29th - 30th, 2018, Hanoi Vietnam.	
185	Võ Văn Dứt (2018), Khoảng cách quốc gia ảnh hưởng như thế nào đến thâm nhập tài sản địa phương của công ty đa quốc gia tại Việt Nam?, Tạp chí Kinh tế và Phát triển	
186	Võ Văn Dứt (2018), Tác động của khoảng cách ngôn ngữ đến việc thâm nhập tài sản địa phương của công ty đa quốc gia, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
187	Võ Văn Dứt (2018), Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của mô hình lúa hai vụ tại huyện Châu Phú, tỉnh An Giang, Tạp chí Khoa học thương mại	
188	Võ Văn Dứt (2018), So sánh hiệu quả kinh tế của mô hình lúa hai vụ và lúa ba vụ tại huyện Châu Phú, tỉnh An Giang, Tạp chí Khoa học Đại học quốc gia Hà Nội	
189	Võ Văn Dứt (2018), Phân tích hiệu quả kỹ thuật của hộ trồng lúa hai vụ tại huyện Châu Phú, tỉnh An Giang, Tạp chí Công Thương	
190	Võ Văn Dứt (2017), External linkages and product innovation: Theory and empirical evidence from subsidiaries in Vietnam, International Journal of Economics and Management (SCOPUS)	
191	Võ Văn Dứt (2017), Subsidiary decisionmaking autonomy: Review and future research frontier, Southeast Asia Review of Economics and Business	
192	Võ Văn Dứt (2017), How does institutional distance affect access to complementary local assets of multinational subsidiaries? Do subsidiary size and age really matter?, UHD-CTU annual economics and business conference proceedings - 2017, 13th January 2017, Can Tho University, Can Tho city, Vietnam (ISSN: 2472-9329 (Print) 2472-9310 (Online))	
193	Võ Văn Dứt (2017), Determinants of mandatory disclosure of listed companies in Hanoi stock exchange, UHD-CTU annual economics and business conference proceedings - 2017, 13th January 2017, Can Tho University, Can Tho city, Vietnam (ISSN: 2472-9329 (Print) 2472-9310 (Online))	
194	Võ Văn Dứt (2017), How does international experience affect the relationship between cultural difference and the export intensity of firm?, UHD-CTU annual economics and business conference proceedings - 2017, 13th January 2017, Can Tho University, Can Tho city, Vietnam (ISSN: 2472-9329 (Print) 2472-9310 (Online))	
195	Võ Văn Dứt (2017), Các yếu tố khoảng cách quốc gia ảnh hưởng như thế nào đến xuất khẩu của nền kinh tế Việt Nam?, UHD-CTU annual economics and business conference proceedings - 2017, 13th January 2017, Can Tho University, Can Tho city, Vietnam (ISSN: 2472-9329 (Print) 2472-9310 (Online))	
196	Võ Văn Dứt (2017), Tác động của khác biệt thể chế đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam: Vai trò của kinh nghiệm quốc tế, Tạp chí Phát triển khoa học và công nghệ (ĐHQG Tp. Hồ Chí Minh)	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
197	Võ Văn Dứt (2017), Ảnh hưởng của nguồn lực doanh nghiệp đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam, Tạp chí khoa học và công nghệ	
198	Võ Văn Dứt (2017), Ảnh hưởng của khoảng cách đến lượt khách quốc tế đến các quốc gia ASEAN, Tạp chí khoa học Trường ĐH Mở TP. Hồ Chí Minh	
199	Nguyễn Văn Tạc (2018). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng hiệu quả quy mô của nông hộ nuôi cá tra ở TP Cần Thơ. Tạp chí khoa học & Kinh tế Phát triển, Đại học Nam Cần Thơ. số 2, 67 – 78.	
200	Nguyễn Văn Tạc (2018). Bảo Hiểm Nông Nghiệp: Kinh nghiệm áp dụng ở các nước và khả năng áp dụng ở Việt Nam. Tạp chí khoa học & Kinh tế Phát triển, Đại học Nam Cần Thơ. số 3, 45 –57.	
201	Nguyễn Văn Tạc và Nguyễn Tri Khiêm (2018). Thiết kế và tính phí sản phẩm bảo hiểm cây lúa ở Đồng Bằng Sông Cửu Long. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 10 (485), 79 – 88.	
202	Nguyễn Văn Tạc và Nguyễn Tri Khiêm (2019). Mức sẵn lòng trả phí bảo hiểm cho sản xuất lúa của nông hộ ở tỉnh Hậu Giang. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 269, 72 – 81.	
203	Nguyễn Tri Khiêm và Lê Kiều Oanh (2019). Nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của phụ nữ nông thôn tại thành phố Cần Thơ. Tạp chí Khoa học & Kinh tế phát triển. Đại học Nam Cần Thơ, Số 7, 2019.	
204	Nguyễn Tri Khiêm và Nguyễn Minh Hiếu (2019). Nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của người lao động ở Tập đoàn Dầu khí. Tạp chí Khoa học & Kinh tế phát triển. Đại học Nam Cần Thơ, Số 5+6, 2019.	
205	Nguyễn Tri Khiêm và Nguyễn Lan Duyên (2019). Ảnh hưởng của quy mô đất đến năng suất nhân tố tổng hợp của hộ trồng lúa đồng bằng sông Cửu Long. Tạp chí Kinh tế & Phát triển. Đại học kinh tế Quốc dân, Số 265, 2019.	
206	Nguyễn Tri Khiêm và Nguyễn Lan Duyên. Ảnh hưởng của quy mô đất đến tỉ suất lợi nhuận của hộ trồng lúa đồng bằng sông Cửu Long. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, Số chuyên đề Kinh tế 55, 2019.	
207	Nguyễn Văn Tạc và Nguyễn Tri Khiêm (2020). Mức sẵn lòng trả phí bảo hiểm cho sản xuất lúa của nông hộ ở Đồng bằng sông	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
	Cửu Long. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 1 (500), 86 – 96.	
208	Nguyễn Văn Tạc và Nguyễn Tri Khiêm (2020). Rice insurance premium design in the Mekong Delta. Proceedings of the first international Conference in Economics & Business. Can Tho University, ISBN: 978-604-965-310-0, 345-365.	
209	Nguyễn Văn Tạc và Nguyễn Tri Khiêm (2020). Willingness to pay for crop insurance of rice farmers in the Mekong Delta. Proceedings of the first international Conference in Economics & Business. Can Tho University, ISBN: 978-604-965-310-0, 366-382.	
210	Nguyễn Văn Tạc và Nguyễn Tri Khiêm (2021). Thiết kế và tính phí hợp đồng bảo hiểm nông nghiệp. Trường hợp bảo hiểm cây lúa ở tỉnh Hậu Giang. Tạp chí Nông Nghiệp & Phát Triển Nông Thôn, số 2/2021, trang 141– 149.	
211	Đoàn Hoài Nhân và Đỗ Văn Xê (2016). Phân tích hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối nguồn lực của hộ trồng dưa hấu tại huyện Phong Điền thành phố Cần Thơ. Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ, (42), trang 9-14	
212	Đoàn Hoài Nhân và Đỗ Văn Xê (2016). Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả canh tác của hộ trồng dưa hấu tại thành phố Cần Thơ. Tạp chí Phát triển Kinh tế, 27(3), trang 98-116	
213	Nguyen Huu Dang (2017). Determinants of profit efficiency among peanut farming households in Tra Vinh province, Vietnam. Journal of Science Ho Chi Minh City Open University (ISSN: 1859-3453)	
214	Nguyễn Hữu Đăng (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kỹ thuật của các hộ trồng ớt tại huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang. Tạp chí Kinh tế và Dự báo (ISSN: 0866-7120), số 15, trang 86-89	
215	Nguyễn Hữu Đăng (2017). Đóng góp của TFP trong tăng trưởng kinh tế khu vực nông - lâm — ngư nghiệp của tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2001 — 2015. Tạp chí quản lý kinh tế (ISSN: 1859-039X), số 83, trang 51-57	
216	Nguyễn Hữu Đăng. (2017). Đóng góp của TFP trong tăng trưởng kinh tế khu vực Thương mại - Dịch vụ của tỉnh Kiên Giang. Tạp chí Công thương (ISSN: 0866-7756), số 3, trang 126-131	

STT	Công trình khoa học	Ghi chú
217	Nguyễn Hữu Đăng (2017). Phân tích đóng góp của TFP trong tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp - Xây dựng của tỉnh Kiên Giang trong giai đoạn 2001-2015. Proceedings in the UHD-CTU' Economics and Business Conference 2017 (ISBN: 2472-9329 (P); 2472-9310 (O)), trang 817-825.	
218	Nguyễn Hữu Đăng (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất của các doanh nghiệp tại tỉnh Kiên Giang. Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia Bức Tranh kinh tế dành cho doanh nghiệp 2017 (ISBN: 978-604-73-5181-7), trang 430-440.	
219	Nguyễn Hữu Đăng, Nguyễn Thị Mộng Kha, Lê Trần Phước Huy (2018). Đánh giá, lựa chọn mô hình cây trồng trên đất lúa - màu của huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang: Tiếp cận bằng phương pháp AHP. Tạp chí công thương, số 2, trang 36-40.	

Ghi chú: Công trình khoa học được liệt kê theo quy tắc sau:

- Họ tên tác giả, chữ cái viết tắt tên tác giả (Năm xuất bản), *tên sách*, lần xuất bản, nhà xuất bản, nơi xuất bản.
- Họ và chữ cái viết tắt tên tác giả (Năm xuất bản), *Tên bài viết*, *tên tập san*, số, ki/thời gian phát hành, số trang.
- Tác giả (Năm xuất bản), *tên tài liệu*, đơn vị bảo trợ thông tin, ngày truy cập.
- Họ tác giả, chữ viết tắt tên tác giả (Năm xuất bản), *Tiêu đề bài viết*, [trong] *tên kỳ yếu*, địa điểm và thời gian tổ chức, nhà xuất bản, nơi xuất bản, số trang.

3. VỀ CƠ SỞ VẬT CHẤT, TRANG THIẾT BỊ, THƯ VIỆN PHỤC VỤ CHO THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

MẪU 6: Cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ thực hiện chương trình đào tạo thuộc ngành đào tạo dự kiến mở trình độ tiến sĩ của cơ sở đào tạo

STT	Hạng mục	Số lượng	Diện tích sàn xây dựng (m ²)	Học phần /môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
1	Hội trường, giảng đường, phòng học các loại, phòng đa năng, phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên cơ hữu		13,387			
1.1	Hội trường, phòng học lớn trên 200 chỗ	4	2,335	Hội thảo	(1, 1)	
1.2	Phòng học từ 100 - 200 chỗ	24	3,725	Lý thuyết	(1, 1)	

STT	Hạng mục	Số lượng	Diện tích sàn xây dựng (m ²)	Học phần /môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
1.3	Phòng học từ 50 - 100 chỗ	50	5,108	Lý thuyết	(1, 1)	
1.4	Số phòng học dưới 50 chỗ	0	-			
1.5	Số phòng học đa phương tiện	13	1,638	Báo cáo, chuyên đề	(2, 1)	
1.6	Phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên toàn thời gian	21	580			
2	Thư viện, trung tâm học liệu	1	3,504			
3	Trung tâm nghiên cứu, phòng thí nghiệm, thực nghiệm, cơ sở thực hành, thực tập, luyện tập	64	46,555			

MẪU 7: Thư viện

STT	Tên sách, giáo trình, tạp chí (5 năm trở lại đây)	Tên tác giả	Nhà xuất bản, năm xuất bản, nước	Số lượng bản	Tên học phần sử dụng sách, tạp chí	Mã học phần/môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Business Research Methods	Cooper, D. R. và Schindler, P. S.	2012	5	Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao	Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao	(1, 1)	
2	Thiết kế nghiên cứu: Các cách tiếp cận định tính,	Creswell JW	2009	5			(1, 1)	

STT	Tên sách, giáo trình, tạp chí (5 năm trở lại đây)	Tên tác giả	Nhà xuất bản, năm xuất bản, nước	Số lượng bản	Tên học phần sử dụng sách, tạp chí	Mã học phần/môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	
	định lượng và hỗn hợp								
3	Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh	Nguyễn Đình Thọ	Lao động, 2011	5	Phương pháp nghiên cứu định lượng; Phương pháp nghiên cứu định tính	Phương pháp nghiên cứu định lượng;	(1, 1)		
4	Research methods for business	Sekaran, U. and Bougie, R.	2013	3		Phương pháp nghiên cứu định tính	(1, 1)		
5	Thiết kế nghiên cứu: Các cách tiếp cận định tính, định lượng và hỗn hợp	Creswell JW	2009	2		Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao;	Phương pháp nghiên cứu định tính	(1, 1)	
6	Using mixed methods designs in the JBR	Harrison III, R.	Journal of Business Research, 66:2153-2162, 2013	2		Phương pháp nghiên cứu định lượng;	Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao;	(1, 1)	
7	A typology of mixed methods research designs	Leech, N. & Onwuegbuzie, A.	Qual Quant, 43:265-275, 2009	3	Phương pháp nghiên cứu định tính.	Phương pháp nghiên cứu định lượng;	(1, 1)		
8	The use of mixed methods research in the field of behavioral sciences	Lopez-Fernandez, O., Molina-	Qual Quant, 45:1459-1472, 2011	3		Phương pháp nghiên cứu định tính.	(1, 1)		

STT	Tên sách, giáo trình, tạp chí (5 năm trở lại đây)	Tên tác giả	Nhà xuất bản, năm xuất bản, nước	Số lượng bản	Tên học phần sử dụng sách, tạp chí	Mã học phần/môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
		Azorin, J,						
9	Methodological implications of critical realism for mixed methods research	Zachariadis, M., Scott, S. & Barrett, M.	MIS Quarterly, 37(3): 855-879, 2013	2			(1, 1)	
10	Knowledge management and Industry 4.0	Marco Bettiol, Eleonora Di Maria, Stefano Micelli	2020	2			(1, 2)	
11	Quản trị dựa vào tri thức	Ikujiro Nonaka, Ryoko Toyama, Toru Hirata	Thời Đại, 2011	3	Quản trị tri thức	Quản trị tri thức	(1, 2)	
12	The transpiring journey of customer engagement research in marketing	Islam, J U and Rahman, Z	Management Decision, Vol. 54, Iss 8, pp. 2008 – 2034, 2016	2	Thương hiệu và chiến lược Marketing	Thương hiệu và chiến lược Marketing	(1, 2)	
13	Exploring the landscape of	Andriopoulos,	International	2			(1, 2)	

STT	Tên sách, giáo trình, tạp chí (5 năm trở lại đây)	Tên tác giả	Nhà xuất bản, năm xuất bản, nước	Số lượng bản	Tên học phần sử dụng sách, tạp chí	Mã học phần/môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	qualitative research in international marketing	C and Slater, S	Marketing Review, Vol. 30 Iss 4 pp. 384 – 412, 2013					
14	What qualitative research can tell us about performance management systems	Cohanier, B.	Qualitative Research in Accounting & Management, Vol. 11 Iss 4 pp. 380 – 415, 2014	2			(1, 2)	
15	Từ chiến lược marketing đến doanh nghiệp thành công	Philip Kotler, Nancy Lee	1988	3			(1, 2)	
16	Harvard Business Review – On Strategic Marketing	Harvard Business Review	2021	2			(1, 1)	
17	New qualitative research methodologies in	Guercini, S	Management Decision, Vol.	3	Phương pháp nghiên cứu khoa	Phương pháp nghiên cứu	(1, 1)	

STT	Tên sách, giáo trình, tạp chí (5 năm trở lại đây)	Tên tác giả	Nhà xuất bản, năm xuất bản, nước	Số lượng bản	Tên học phần sử dụng sách, tạp chí	Mã học phần/môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	management		52 Iss 4 pp. 662 – 674, 2014		học nâng cao	khoa học nâng cao		
18	Advancing multilevel thinking and methods in HRM research	Maarten R., Jeroen M. and Tanya B.	Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance, Vol. 3 Iss 2 pp. 204 – 218, 2016	2			(1, 1)	
19	Kinh Doanh Quốc Tế Hiện Đại	Charles W Hill	Kinh tế TP HCM, 2015	2			(1, 2)	
20	Corporate social responsibility in international marketing: review, assessment, and future research	Pantelitsa P. E, Leonidas C. L. AND Constantine S. K.	International Marketing Review, Vol. 33 Iss 4 pp. 580 – 624, 2016	2	Kinh doanh quốc tế đương đại	Kinh doanh quốc tế đương đại	(1, 2)	
21	Improving relevance in	Brennan R.,	Journal of	2			(1, 2)	

STT	Tên sách, giáo trình, tạp chí (5 năm trở lại đây)	Tên tác giả	Nhà xuất bản, năm xuất bản, nước	Số lượng bản	Tên học phần sử dụng sách, tạp chí	Mã học phần/môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	B2B research: analysis and recommendations	Tzempelikos, N. and Wilson, J.	Business & Industrial Marketing, Vol. 29 Iss 7/8 pp. 601 – 609, 2014					
22	Strategic entrepreneurship: mediating the entrepreneurial orientationperformance link	Kantur, D.	Management Decision, Vol. 54 Iss 1 pp. 24 – 43, 2016	2			(1, 1)	
23	Strategic implications of HR role management in a dynamic environment	Sheehan C., De Cieri H., Cooper, B. and Shea T.	Personnel Review, Vol. 45 Iss 2 pp. 353 – 373, 2016	2	Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao	Phương pháp nghiên cứu khoa học nâng cao	(1, 1)	
24	Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience,	Chang, L.-L., Backman, K. F. and Huang Y. C.	International Journal of Culture, Tourism and	2			(1, 1)	

STT	Tên sách, giáo trình, tạp chí (5 năm trở lại đây)	Tên tác giả	Nhà xuất bản, năm xuất bản, nước	Số lượng bản	Tên học phần sử dụng sách, tạp chí	Mã học phần/môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	perceived value and revisit intention		Hospitality Research, Vol. 8 Iss 4 pp. 401 – 419, 2014					
25	Market orientation, entrepreneurial orientation and performance in emerging markets	Gruber-Muecke T. and Hofer K. M.	International Journal of Emerging Markets, Vol. 10 Iss 3 pp. 560 – 571, 2015	2	Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo	Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo	(1, 2)	
26	The Oxford Handbook of Innovation Management	Mark Dodgson, David M. Gann, Nelson Phillips	2013	2			(1, 2)	
27	Harvard Business Review – On Innovation	Harvard Business Review	2020	2			(1, 2)	
28	E-commerce: business,	Laudon, K. C.	2014	2	Thương mại	Thương mại	(1, 2)	

STT	Tên sách, giáo trình, tạp chí (5 năm trở lại đây)	Tên tác giả	Nhà xuất bản, năm xuất bản, nước	Số lượng bản	Tên học phần sử dụng sách, tạp chí	Mã học phần/môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	technology and society, Pearson Education	and Traver, C. G.			điện tử	điện tử		
29	E-business and e-commerce management: Strategy, Implementation and Practice	Chaffey, D.	2012	2			(1, 2)	
30	Thương mại điện tử	Nguyễn Hoài Anh và Ao Thu Hoài	Thông tin và Truyền thông, 2011	2			(1, 2)	
31	Kinh doanh trực tuyến: Tối ưu hoá các công cụ thương mại điện tử	Nguyễn Đặng Tuấn Minh	Dân Trí, 2012	2			(1, 2)	

MẪU 8: Trung tâm nghiên cứu, phòng thí nghiệm, thực nghiệm, cơ sở thực hành, thực tập, luyện tập theo yêu cầu của ngành đào tạo dự kiến mở


Danh mục hỗ trợ nghiên cứu, thí nghiệm, thực nghiệm, thực hành, thực tập, luyện tập					Tên học phần/môn học sử dụng thiết bị	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Số người học/máy, thiết bị	Ghi chú
STT	Tên gọi máy, thiết bị, ký hiệu và mục đích sử dụng	Nước sản xuất, năm sản xuất	Số lượng	Đơn vị	(6)	(7)	(8)	(9)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1.								
2.								
3.								

Đại diện trường các đơn vị chuyên môn quản lý kê khai (theo từng mẫu trên) ký tên xác nhận

Phòng TC-HC


 TS. Trần Hữu Linh

Phòng Quản trị thiết bị


 Nguyễn Xuân Tuấn

Phòng NCKH - HTQT


 Nguyễn Thị Mỹ Linh

Phòng Quản lý Đào tạo


 Lý Mến Tệp

Thư viện


 Võ Thị Hồng Mai

Khoa Kinh tế


 PGS.TS Nguyễn Thị Khâm
