**PL 12-GV**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**

**LÝ LỊCH KHOA HỌC**

*(Theo mẫu tại Thông tư số 09/2017/TT-BGDĐT ngày 04/4/2017 của Bộ trưởng Bộ GDĐT – Phụ lục V)*

**I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC**

Họ và tên: Nguyễn Thị Phương Anh Giới tính: Nữ

Ngày, tháng, năm sinh: 02/06/1984 Nơi sinh: Hải Dương

Học vị cao nhất: Tiến sĩ Năm nhận học vị: 2021 Nước cấp học vị: Việt Nam

Đơn vị công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, Học viện Chính sách và Phát triển

Điện thoại liên hệ: 0989263565

E-mail: nguyenphuonganhusd@gmail.com

Số thẻ căn cước: 030184001448 Ngày cấp: 08/12/2021 Nơi cấp: Hà Nội

**II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO**

1. **Đại học:**

Hệ đào tạo: chính quy

Nơi đào tạo: Đại học Thương Mại

Ngành học: Quản trị Kinh doanh

Nước đào tạo: Việt Nam - Năm tốt nghiệp: 2007

1. **Sau đại học**
* Thạc sĩ chuyên ngành: Quản lý Kinh tế Năm cấp bằng: 2012

Nơi đào tạo: Đại học Thương Mại

1. **Tiến sỹ:**

Nơi đào tạo: Đại học Kinh tế Quốc dân

Ngành học: Marketing

Nước đào tạo: Việt Nam Năm tốt nghiệp: 2021

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **4. Ngoại ngữ:** | 1. Tiếng Anh2. ………………………… | Mức độ sử dụng: B2 Châu ÂuMức độ sử dụng: ………..... |

**III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Thời gian** | **Nơi công tác** | **Công việc đảm nhiệm** |
| 2007 - 2008 | Công ty Cổ phần Chứng khoán APEC | Chuyên viên tư vấn môi giới chứng khoán |
| 1/2008 – 5/2022 | Trường Đại học Công Nghiệp Hà Nội | Giảng viên khoa Quản lý Kinh doanh, Bộ môn Quản trị marketing |
| 6/2022  | Học Viện Chính Sách và Phát triển | Giảng dạy tại Khoa Quản trị Kinh doanh |

**IV. QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC**

1. Các đề tài nghiên cứu khoa học đã và đang tham gia trong 5 năm gần đây nhất:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên đề tài nghiên cứu** | **Năm bắt đầu/Năm hoàn thành** | **Đề tài cấp (NN, Bộ, ngành, trường)** | **Trách nhiệm tham gia trong đề tài** |
| 1 | Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng mạng xã hội trong truyền thông giáo dục: Nghiên cứu Đại học Công nghiệp Hà Nội | 2021 | Trường | Thành viên |
| 2 | Các yếu tố cản trở hành vi mua thực phẩm sach, an toàn của người tiêu dùng các đô thị Việt Nam | 2019 | Bộ | Thành viên |
| 3 | Nghiên cứu nhận thức, thái độ và hành vi trách nhiệm xã hội của sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội | 2018 | Trường  | Thành viên |
| 4 | Nghiên cứu ảnh hưởng của chiến lược Marketing xanh đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn thành phố Hà Nội | 2020 | Trường | Thành viên |
| 5 | Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm tái chế của người tiêu dùng Hà Nội. Cơ hội phát triển kinh tế tuần hoàn | 2023 | Học viện | Chủ nhiệm |

2. Các công trình khoa học đã công bố trong 5 năm gần đây nhất:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên công trình** | **Năm công bố** | **Tên sách - tạp chí** |
| 1 | Nghiên cứu một số yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua hóa mỹ phẩm Thái Lan của người tiêu dùng trên địa bàn Hà Nội | 2017 | Hội thảo quốc Gia Hội thảo quốc gia, ĐH Công nghiệp HN |
| 2 | Nghiên cứu phản ứng sau khi mua ngẫu hứng sản phẩm quần áo thời trang của người tiêu dùng Hà Nội | 2018 | Hội thảo quốc Gia Hội thảo quốc gia, ĐH Công nghiệp HN |
| 3 | Factors at points-of-sale affecting impulse buying behaviour | 2018 | International Conference on Marketing in the Connected Age (MICA-2018), October 6th, 2018 Danang City, Vietnam |
| 4 | Xây dựng mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua ngẫu hứng. | 2019 | Tạp chí kinh tế và dự báo. Số 21 tháng  07/2019 (703),  trang 96-98 |
| 5 | Hành vi mua ngẫu hứng người tiêu dùng Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh: Nghiên cứu sản phẩm quần áo may sẵn. | 2020 | Tạp chí Kinh tế- Châu Á Thái Bình Dương. Số 579 tháng  12/2020,  trang 109-111 |
| 6 | Hành vi mua ngẫu hứng người tiêu dùng Việt Nam theo nhóm tuổi, nghề nghiệp, thu nhập: Nghiên cứu sản phẩm quần áo may sẵn.  | 2020 | Tạp chí khoa học Đại Học Thương Mại Số 149-150  tháng  1+2/2021,  trang 76 - 82 |
| 7 | Factors at point of sale affecting impulse buying of ready-made clothes: Study of young female groups in Hanoi and Ho Chi Minh | 2022 | International Conference on Research in Management & Technovation ( ICRMAT-2021) |
| 8 | The Information Distribution Role of Facebook in Universities | 2022 | Journal of Distribution Science 20-5 (2022) 75-84 |
| 9 | Giáo trình nghiên cứu marketing | 2022 | Lưu hành trong trường ĐHCN Hà Nội |
| 10 | Phân tích hành vi của sinh viên và giảng viên trong việc sử dụng mạng xã hội để truyền thông và giáo dục | 2022 | Tạp chí khoa học ĐHCN Hà Nội |
| 11 | Các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của khách hàng trong bán hàng cá nhân tại Việt Nam | 2022 | Hội thảo HaUI lần thứ 6 của trường ĐHCN Hà Nội |
| 12 | Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng của người tiêu dung Hà Nội | 2023 | Đặc san Nghiên cứu chính sách và phát triển Số 02/Tháng 5/2023 |
| 13 | Effects of Green Marketing Strategy on Firm Business Performance of Small and Medium Enterprises in Hanoi | 2023 | CONFERENCE PROCEEDINGS5INTERNATIONAL CONFERENCE ON FINANCE, ACCOUNTING AND AUDITING ICFAA 202229/12/2022 |
| 14 | Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm tái chế của người tiêu dùng trên địa bàn Hà Nội | 2023 | Tạp chí Kinh tế và Dự báo số 09 tháng 3/2023 |
|  |  |  |  |

*…………………., ngày …… tháng ….. năm 20……*

|  |  |
| --- | --- |
| **Xác nhận của cơ quan** | **Người khai ký tên**(Ghi rõ chức danh, học vị) |

 **TS.** **Nguyễn Thị Phương Anh**