

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO TRƯỜNG ĐH KINH TẾ QUỐC DÂN	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM <i>Độc lập – Tự do – Hạnh phúc</i>
--	--

Hà Nội, ngày ... tháng ... năm 2022

LÝ LỊCH KHOA HỌC

I. THÔNG TIN CÁ NHÂN

Họ và tên	Nguyễn Thị Tuyết Mai
Ngày tháng năm sinh	30/06/1962
Giới tính	Nữ
Nơi sinh	Bắc Giang
Địa chỉ liên lạc	Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội
Điện thoại cơ quan	
Điện thoại di động	0913500898
Email	mainguyen@ktpt.edu.vn ; tuyetmaisdh@neu.edu.vn
Học vị	Tiến sĩ (Marketing)
Năm, nơi công nhận học vị	2003, Đại học Quốc gia Singapore (NUS)
Chức danh khoa học	Phó Giáo sư
Năm phong chức danh khoa học	2009
Chức vụ và đơn vị công tác (hiện tại hoặc trước nghỉ hưu)	Giảng viên cao cấp, Khoa QTKD, Trường Đại học Kinh tế quốc dân Hà Nội

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

Đào tạo dài hạn

Bậc Đào tạo	Nơi đào tạo
Đại học (Kế hoạch hóa KTQD)	Trường Đại học Kinh tế Kế hoạch (nay là Trường Đại học KTQD)
Thạc sĩ (MBA)	Đại học Tổng hợp Boise State (USA)
Tiến sĩ (Marketing)	Đại học Quốc gia Singapore (NUS)

Đào tạo ngắn hạn

<i>Thời gian</i>	<i>Nội dung đào tạo</i>	<i>Đơn vị đào tạo</i>
11/ 2011	Quản trị tri thức dành cho ASEAN: “Diễn đàn Tri thức toàn cầu Nonaka”	JICA Tokyo, Japan
8/2010	Kỹ năng quản lý tài chính cơ bản dành cho các nhà quản lý	Vietnam – Singapore Training Center, Hà Nội
6/2010	Quản trị chiến lược dành cho các nhà quản lý cấp cao	Vietnam – Singapore Training Center, Hà Nội
2/2009	Kỹ năng quản lý & lãnh đạo dành cho các nhà quản lý cấp cao	Vietnam – Singapore Training Center, Hà Nội
9/2008	Phương pháp đào tạo cho các giảng viên	Vietnam – Singapore Training Center, Hà Nội
10/1999	Kỹ năng quản lý lớp học và nói tiếng Anh	British Council, Hà Nội
10/1998	Quản lý Khoa học	Durham Business school, UK
6/1998	Đào tạo giảng viên về Kỹ năng bán hàng, Tư vấn dịch vụ, và Giải đáp thắc mắc của khách hàng	Lorien (UK) và Ford Vietnam, tại Hà Nội
5/1997	Nâng cao chất lượng dự án bằng việc áp dụng chu trình quản lý dự án (PCM) và Lập kế hoạch dự án theo định hướng kết quả (OOPP)	GTZ Vietnam, tại Hà Nội
1994	Đào tạo giảng viên (ToT)	Poon Kam Kai Institute of Management, Hong Kong(tại Hà Nội)

Trình độ ngoại ngữ

Ngoại ngữ	Mức độ sử dụng
Tiếng Anh	Nghe, nói, đọc, viết thành thạo

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

<i>Thời gian</i>	<i>Đơn vị công tác</i>	<i>Công việc đảm nhiệm</i>
03/2018-nay	Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (NEU)	Giảng viên cao cấp
09/2011-2/2018	Tạp chí Kinh tế và Phát triển, NEU	Phó Tổng biên tập
11/2010 - 09/2011	Viện Chính sách công & Quản lý, NEU	Viện trưởng
11/2008-11/2010	Trung tâm KTPT&CSC Việt Nam – Hà Lan, NEU	Giám đốc
10/2006-11/2008	Viện Đào tạo Sau đại học, NEU	Phó Viện trưởng
7/2011 & 11-12/2006	Chuo University, Japan (2006, 2011) Doshisha University, Japan (2011)	Giảng viên thỉnh giảng
8 - 12/2005	Washington State University, USA California State University SanMarcos, USA	Giảng viên thỉnh giảng Báo cáo viên
10/2004	Đại học Swinburne University of Technology, Australia	Nghiên cứu viên
1999 - 10/2006	Viện Quản trị Kinh doanh, NEU	Trưởng Bộ môn marketing & QTVH
1998 - 1999	Viện Quản trị Kinh doanh, NEU	Phó trưởng bộ môn Marketing & QTVH
8/1996 - 1998	Viện Quản trị Kinh doanh, NEU	Giảng viên; cán bộ quản lý chương trình cao học Henley MBA (UK); chương trình Boise MBA (USA)
2-7/1996	Phòng PR, Ore-Ida Foods, Inc., USA.	Nghiên cứu viên
1995	Boise Family YMCA, Idaho, USA.	Thực tập sinh cao học

1992-1995	Đại học Boise State, USA	Học viên chương trình Cao học QTKD (MBA)
12/1983 - 1992	Khoa Mác – Lê Nin, NEU	Giảng viên

IV. QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

1. Các đề tài nghiên cứu khoa học đã và đang tham gia (thuộc danh mục Hội đồng Chức danh giáo sư nhà nước quy định):

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	Cơ chế thị trường và vai trò điều khiển của nhà nước trong nền kinh tế quốc dân ở Việt Nam	1990-1991	Ban Bí thư Trung ương	Thư ký
2	Chủ nghĩa tư bản ở các nước chậm phát triển, những mâu thuẫn và triển vọng. Mâu thuẫn Bắc - Nam	1997-1998	Cấp nhà nước KHXH06.03	Thành viên
3	Đổi mới hệ thống quản lý nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của các tổng công ty nhà nước trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa	1999-2000	Cấp Bộ B99-38-05	Thành viên
4	Measurement of modern and traditional self-concept in Asian transitional economies	2002-2004	Dự án USAID	Chủ nhiệm
5	Measuring status orientations: scale development and validation in the context of a transitional economy	2002-2004	Dự án USAID	Chủ nhiệm
6	Vai trò của việc thu thập và sử dụng thông tin marketing đối với kết quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam	2005-2006	Cấp Bộ B2005.38.123	Chủ nhiệm
7	Đào tạo và bồi dưỡng cán bộ quản trị doanh nghiệp ở các	2008-2010	Cấp Bộ	Chủ nhiệm

	trường đại học khối kinh tế theo nhu cầu xã hội		B2008.06.95	
8	Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020	2006-2010	Cấp nhà nước KX.04.17/06-10	Thành viên
9	Kinh tế Việt Nam năm 2011 – Ổn định kinh tế vĩ mô và thúc đẩy tái cấu trúc nền kinh tế	2012-2013	Cấp cơ sở	Thành viên
10	Antecedents and consequences of impulse buying behavior: An empirical study of urban consumers in Vietnam	2012-2013	Cấp cơ sở T2012.30	Chủ nhiệm
11	Ứng dụng lý thuyết sáng tạo tri thức (knowledge creation) của Nonaka trong doanh nghiệp Việt Nam	2013-2015	Cấp Bộ	Thành viên
12	Nâng cao năng lực sáng tạo của các doanh nghiệp Việt nam – nghiên cứu điển hình hai nhóm ngành: dệt may/da giày/thủy sản và công nghệ thông tin/điện tử/viễn thông	2013-2015	Nafosted	Thành viên
13	Tác động của chủ nghĩa vật chất tới hành vi mua của người tiêu dùng Việt Nam ở các đô thị lớn	2016-2017	Cấp Bộ	Chủ nhiệm
14	Nghiên cứu các cơ chế chuyển hóa nhận thức và thái độ về vấn đề môi trường thành các nhóm hành vi mua sản phẩm xanh phục vụ phát triển bền vững tại Việt Nam	7/2017-7/2019	Nafosted	Thành viên chủ chốt

2. Các công trình khoa học đã công bố (thuộc danh mục Hội đồng Chức danh giáo sư nhà nước quy định): Tên công trình, năm công bố, nơi công bố

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
<i>Các bài báo đăng trên tạp chí khoa học trong nước</i>			

1	Tạo lập quan hệ công chúng – Một công cụ khuyến trương sản phẩm của doanh nghiệp.	1998	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 11
2	Một số kết quả nghiên cứu ban đầu về hành vi mua hàng ngẫu hứng của người tiêu dùng trong nền kinh tế chuyển đổi ở Việt Nam.	2003	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số chuyên san
3	Materialism and related issues in the context of Vietnam, a transitional economy.	2005	<i>Journal of Economics & Development</i> , 17 (March)
4	Một số thay đổi về giá trị và khuynh hướng tiêu dùng tại các thành phố lớn ở Việt Nam.	2006	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 111
5	Changes in consumer values and tendency of luxury consumption in urban Vietnam	2007	<i>Journal of Economics and Development</i> , Volume 25 (March)
6	Hành vi mua hàng ngẫu hứng và hậu quả của nó đối với người tiêu dùng.	2007	<i>TC Những vấn đề kinh tế và chính trị thế giới</i> 5 (133)
7	An Investigation into Factors Influencing Impulse Buying Behaviors of Urban Vietnamese Consumers	2007	<i>International Vision</i> , số 11
8	Khuynh hướng tinh thần doanh nhân và những ảnh hưởng của nó đối với các hoạt động của doanh nghiệp.	2007	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 120
9	Enhancing Entrepreneurial Orientation, a Stimulus for Business Development in Vietnam during the economic Recession	2009	<i>International Vision</i> , số 13
10	An exploratory investigation into entrepreneurial orientation in Vietnam: a study across types of ownership, firm sizes, and entrepreneur's gender	2011	<i>International Vision</i> , số 15
11	Xây dựng chuẩn luận án tiến sĩ trong lĩnh vực kinh tế, quản lý, quản trị kinh doanh theo xu thế hội nhập	2012	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số đặc biệt tháng 10/2012
12	Tái cấu trúc doanh nghiệp nhà nước, trọng tâm là tập đoàn kinh tế, tổng công ty nhà nước: Vài nét về thực trạng, triển vọng và giải pháp	2013	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 189

13	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và cảm nhận của khách hàng – Nghiên cứu định tính trong ngành thức ăn chăn nuôi tại miền Bắc Việt Nam	2013	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 195 (9/2013)
14	Hoạt động kinh doanh của các liên doanh quốc tế: Nghiên cứu các liên doanh trong ngành viễn thông tại Lào	2014	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 199 (1/2014)
15	Marketing quan hệ trong thị trường B2B: Nghiên cứu tình huống tại các khách sạn cao cấp tại Hà Nội	2014	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 200 (2/2014)
16	Nâng cao chất lượng Tạp chí Kinh tế và Phát triển teo hướng hội nhập quốc tế	2014	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 209 (11/2014)
17	Sáng tạo tri thức ở các doanh nghiệp Việt Nam	2014	<i>Tạp chí Quản lý Kinh tế</i> , Số 63 (10+11+12/2014)
18	Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp với lòng trung thành của khách hàng trong ngành thức ăn chăn nuôi tại miền Bắc, Việt Nam	2014	<i>Tạp chí Khoa học & Công nghệ</i> , Số 24 (10/2014)
19	Impulse buying's antecedents and consequences in the context of Vietnam, an Asian transitional economy	2016	<i>Journal of Economics and Development</i> , 18 (1), 74-91.
20	Nhân tố ảnh hưởng hành vi mua ngẫu hứng và hệ quả của nó: Nghiên cứu tại Việt Nam- một nền kinh tế chuyển đổi ở châu Á	2016	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 226 (4/2016), 54-61
21	Ảnh hưởng của các yếu tố văn hóa và phong cách sống đến ý định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng trẻ tại Hà Nội	2016	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 231 (II) tháng 9/2016
22	Khuynh hướng thể hiện đẳng cấp và ý định mua của người tiêu dùng: Nghiên cứu đối với sản phẩm trà căng Barrisol trên địa bàn Hà Nội	2016	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 233 (11/2016), 113-120
23	Nhân tố ảnh hưởng hành vi mua ngẫu hứng và hệ quả của nó: Nghiên cứu tại Việt Nam- một nền kinh tế chuyển đổi ở châu Á	2016	<i>Tạp chí Kinh tế và Phát triển</i> , Số 226 (4/2016), 54-61

24	Materialism and Green Purchase Intention: A Study of Urban Vietnamese Consumers	2017	<i>Journal of Economics and Development</i> , 19 (2), 89-106
25	Informal institutions and entrepreneurial orientation: An exploratory investigation into Vietnamese small and medium enterprises	2018	<i>Journal of Economics and Development</i> , 20 (2), 107-124
26	Ảnh hưởng của khuynh hướng thể hiện đẳng cấp tới sự sẵn sàng mua sản phẩm nội địa của giới trẻ Hà Nội	2020	<i>Tạp chí Kinh tế & Phát triển</i> , 271 (tháng 1), 61-69
<i>Các bài báo đăng trên tạp chí khoa học quốc tế</i>			
1	Bicultural Team Teaching: Experiences from an Emerging Business School	2002	<i>Journal of Management Education</i> , 26 (4), 429-448.
2	An Exploratory Investigation into Impulse Buying Behavior in a Transitional Economy: A Study of Urban Consumers in Vietnam	2003	<i>Journal of International Marketing (SSCI, Q1)</i> , 11 (2), 13-35.
3	Consumer Behaviors in Vietnam, a Transitional Economy	2007	<i>Journal of Commerce</i> , 8 (3), 107-124.
4	Marketing Information, Entrepreneurial Orientation and the Performance of SMEs	2007	<i>Journal of Business Venturing (SSCI, Q1)</i> , 22 (4), 592-611.
5	An Investigation into Factors Influencing Impulse Buying Behaviors of Urban Vietnamese Consumers	2008	<i>Insights to a Changing World Journal</i> , 2008 (1)
6	Measuring Status Orientations: Scale Development and Validation in the Context of an Asian Transitional Economy	2009	<i>Journal of Marketing: Theory and Practice (ESCI/Scopus)</i> , 17 (2), 175-187.
7	Measurement of Modern and Traditional Self-Concepts in Asian Transitional Economies	2009	<i>Journal of Asia-Pacific Business (Scopus)</i> , 10 (3), 201-220.

8	Antecedents and Consequences of Status Consumption among Urban Vietnamese Consumers	2011	<i>Organizations and Markets in Emerging Economies (ESCI)</i> , 2 (1), 75-98.
9	The Impact of Status Orientations on Purchase Preference for Foreign Products in Vietnam, and Implications for Policy and Society	2012	<i>Journal of Macromarketing (SSCI, Q1)</i> , 32 (1), 47-55.
10	Book review: “Learning to be Capitalists: Entrepreneurs in Vietnam’s Transition Economy” by Annette Miae Kim	2012	<i>Asian Business & Management (SSCI, Q1)</i> , 11 (5), 655-659.
11	Purchase Preference for Imported Products: A Comparative Study between Vietnam and China	2012	<i>Chuo Business Review</i> , 21, 3-13
12	Materialism and Satisfaction with Life: A Study of Emerging Urban Vietnamese Consumers	2013	<i>Journal of Commerce</i> , 54 (5), 79-102.
13	An Investigation into Antecedents and Consequences of Impulse buying: A study of Urban Consumers in Vietnam	2013	<i>The Euro Asia Journal of Management (EAJM)</i> , 23 (1/2), 3-18.
14	Service Quality and its Impact on Patient Satisfaction: An Investigation in Vietnamese Public Hospitals	2014	<i>Journal of Emerging Economies and Islamic Research (JEEIR)</i> , 2 (1), 1-13.
15	Tourism as Catalyst for Quality of Life in Transitioning Subsistence Marketplaces: Perspectives from Ha Long, Vietnam	2014	<i>Journal of Macromarketing</i> , 34 (1), 28-44
16	Knowledge Creation, Innovation and Financial Performance of Firms: Evidence from Vietnam	2016	<i>International Journal of Business and Management</i> , 11 (6), 95-107
17	Antecedents of the Intention and Behavior toward Purchase of Counterfeit Luxury Goods in an Emerging Economy: A Study of Young Vietnamese Consumers	2017	<i>Organizations and Markets in Emerging Economies</i>

			(<i>ESCI/Scopus</i>), 8 (2), 73-90
18	Materialistic values and green apparel purchase intention among young Vietnamese consumers	2019	<i>Young Consumers (ESCI/Scopus, Q1)</i> , 20 (4), 246-263
19	Antecedents of Purchase Intention toward Organic Food in an Asian Emerging Market: A Study of Urban Vietnamese Consumers	2019	<i>Sustainability (SSCI, Q1)</i> , 11(7), 4773-4788
20	Integrating the Theory of Planned Behavior and self-image congruence theory to explain green product purchase intention	2020	<i>International Journal of Marketing and Social Policy</i> , 2(1), 2-11
21	Across Time, Across Space, and Intersecting in Complex Ways: A Framework for Assessing Impacts of Environmental Disruptions on Nature-Dependent Prosumers	2021	<i>Journal of Public Policy & Marketing (SSCI, Q1)</i> , 11(7), 4773-4788
22	The Impact of Greenfield Investment on Domestic Entrepreneurship	2021	<i>Journal of Innovation and Entrepreneurship (Scopus)</i> , 11(7), 4773-4788

3. Các báo cáo khoa học tại các hội thảo trong nước và quốc tế: Tên công trình, năm công bố, nơi công bố

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên hội thảo, địa điểm tổ chức
1	Impulse purchasing as it relates to cultural identity, the case of Vietnam and the US	2001	Conference at Slovakia
2	Traditional Values versus Modern values: Measuring Status Orientations in the Context of Vietnam, a Transitional Economy	2002	Asia Pacific Advances in Consumer Research (ACR) tại Bắc Kinh (Trung Quốc)
3	National Identity, Consumer Ethnocentrism and Product Preferences in Vietnam: A Conjoint Analysis	2002	ACR tại Bắc Kinh (Trung Quốc)
4	Factors Influencing Impulse Buying Behaviors in a Transitional Economy: An Exploratory Study of Urban Consumers in Vietnam	2003	Advances in Consumer Research (ACR) tại Atlanta (USA)

5	An Exploratory Investigation into Outcomes of Impulse Buying in Vietnam, a Transitional Economy	2006	Asia Pacific ACR tại Sydney (Úc)
6	The Impact of Status Orientations on Purchase Preference for Foreign Products in Asian Transitional Economies: Empirical Tests in Vietnam and China	2010	Hội nghị quốc tế của ISMD tại Melia, Hà Nội
7	Materialism and Satisfaction with Life: A Study of Emerging Urban Vietnamese Consumers	2012	Hội nghị quốc tế thường niên lần thứ 37 của các Hội kinh tế các nước ASEAN tại Manila, Phillipine
8	Cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư vào thị trường viễn thông tại Lào	2012	Viêng Chăn, Lào
9	Tourism as Vector to QOL in Developing Economies: Updates and New Perspectives from Vietnam's Ha Long	2012	ISMD tại Casablanca (Morocco)
10	An investigation into antecedents and consequences of impulse buying in Vietnam	2013	Hội nghị quốc tế tại Athens, Hy Lạp
11	Tái cấu trúc doanh nghiệp nhà nước, trọng tâm là tập đoàn kinh tế, tổng công ty nhà nước: Vài nét về thực trạng và triển vọng	2013	“Kinh tế Việt nam 2012-2013: Tái cơ cấu doanh nghiệp và cân đối kinh tế vĩ mô” do UB Kinh tế QH, NEU và HĐLLTU tổ chức tại NEU
12	Corporate Social Responsibility and its Consequences: A Study in Livestock Feed Industry in the North of Vietnam	2014	Hội nghị quốc tế “Quản trị kinh doanh trong xã hội toàn cầu” tại Melia, Hà Nội
13	Attracting users to view advertising in facebook: An explorative study in Vietnam	2015	Hội nghị quốc tế Pan-Pacific lần 32 “Innovation in SOEs in the digital age”, tại Melia – Hà Nội
14	CSR and its Consequences: A Study in Livestock Feed Industry in the North of Vietnam (new version)	2015	Hội nghị quốc tế Macromarketing lần 40 “Marketing as a provisioning technology: Integrating perspectives on solutions for sustainability, prosperity, and social

			justice”, tại Chicago, Hoa Kỳ
15	Entrepreneurial Orientation in Vietnamese SMEs: An Exploratory Study in Hanoi	2015	Hội nghị quốc tế ICECH2015 –“Emerging Challenges: Managing to Success”, tại Hà Nội
16	Impulse Buying’ Antecedents and Consequences in the Context of Vietnam, an Asian Transitional Economy	2015	Hội nghị quốc tế “Emerging issues in economics and business in the context of international integration”, tại Hà Nội
17	Partnership Quality and Business Performance of Vietnamese Travel Companies	2015	Hội nghị quốc tế “Emerging issues in economics and business in the context of international integration”, tại Hà Nội
18	Fashion counterfeit purchase intention and its antecedents: A study of young consumers in Hanoi	2016	Hội nghị quốc tế “Emerging issues in economics and business in the context of international integration”, tại Hà Nội
19	An investigation into the Southeast Asian consumer behavior toward tourism	2016	Hội nghị quốc tế “Emerging issues in economics and business in the context of international integration”, tại Hà Nội
20	An investigation into factors influencing entrepreneurial intention of business students in Hanoi: Application of the Theory of Planned Behavior	2016	Hội nghị quốc tế của NEU (nhân 60 năm thành lập NEU), tại Hà Nội
21	Applying the Theory of Planned Behavior to investigate the intention to purchase counterfeit luxury goods among young vietnamese consumers	12/2017	EIEB, tại NEU
22	Determinants of the intention to use mobile banking : An empirical study in Vietnam	12/2017	EIEB, tại NEU

23	Factors Influencing Green Apparel Purchase Intention: A Study of Young Consumers in Vietnam	7/2018	The 43rd Macromarketing Conference “ <i>Change between complexity and simplicity</i> ”, Leipzig, Germany
24	Understanding green product consumption behavior: Application of theory of planned behavior and self-image congruence	7/2018	The 43rd Macromarketing Conference “ <i>Change between complexity and simplicity</i> ”, Leipzig, Germany
25	Markets and marketing activity as indicators for sustainable policy and practice - perspectives from Vietnam	7/2018	The 43rd Macromarketing Conference “ <i>Change between complexity and simplicity</i> ”, Leipzig, Germany
26	Antecedents of purchase intention toward organic food: A study of young consumers in Vietnam	10/2018	Conference on Business Sustainability in the Context of Industry 4.0., tại NEU
27	Integrating the Theory of Planned Behavior and self-image congruence theory to explain green product purchase intention	10/2018	Hội nghị quốc tế về Marketing (ICOM) lần thứ 6, tại Hà Nội
28	Vietnam’s evolving Transition: Reflections on the Systemic Dynamism of Marketing and Consumption, with Implications for Sustainable Well-Being	2/2019	AMA Winter Academic conference “Understanding Complexity, Transforming the Marketplace”, Texas, USA
29	Evolving Structures and Systems: Tourism Development in Ninh Binh, Vietnam	6/2019	The 44th Macromarketing Conference, Cleveland, USA
30	Các yếu tố tác động định hướng sáng nghiệp: Nghiên cứu từ góc độ thể chế đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam	10/2019	HTKH Quốc gia “Khởi nghiệp sáng tạo ở Việt Nam: Cơ hội phát triển bền vững”
31	An exploratory investigation into inconspicuous luxury consumption in Vietnam	11/2020	HTKH quốc tế lần thứ 8 về Emerging Challenges: Contemporary issues in innovation and management
32	Cultural influence, individual entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention: An	11/2020	CIEMB lần thứ 3

	exploratory study of the ethnic minorities people in the Northern mountain area of Vietnam		
--	--	--	--

4. Sách giáo trình, sách chuyên khảo đã công bố

TT	Tên sách, giáo trình	Năm công bố	Mức độ tham gia	Nơi xuất bản
1	Business Education and Emerging Market Economies: Perspectives and Best Practices	2004	Tham gia	NXB Kluwer Academic (USA)
2	Conspicuous Consumption in Vietnam, A Transitional Economy	2007	Tác giả	NXB Chính trị Quốc gia
3	Thu thập và sử dụng thông tin marketing của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam	2007	Đồng chủ biên	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
4	Consumer Values and Behaviors in Vietnam, A Transitional Economy	2007	Chủ biên	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
5	Asian Business & Management – theory, practice and perspectives	2009	Tham gia viết 1 chương	NXB Palgrave Macmillan – UK
6	Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020	2010	Tham gia	NXB Chính trị Quốc gia
7	Kinh tế Việt nam năm 2012: Ổn định kinh tế vĩ mô và thúc đẩy tái cơ cấu kinh tế	2013	Tham gia	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
8	Asian Business & Management – theory, practice and perspectives (tái bản lần 2 có chỉnh sửa & bổ sung)	2014	Tham gia viết 1 chương	NXB Palgrave Macmillan – UK
9	Giáo trình: Phương pháp điều tra khảo sát: Nguyên lý và thực tiễn	2015	Đồng chủ biên	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân

10	Giáo trình: Một số lý thuyết đương đại về quản trị kinh doanh: Ứng dụng trong nghiên cứu	2015	Tham gia viết 2 chương	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
11	Đổi mới – Sáng tạo trong doanh nghiệp: Nghiên cứu điển hình các doanh nghiệp dệt may và công nghệ thông tin ở Việt Nam	2016	Tham gia viết	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
12	Asian Business & Management – theory, practice and perspectives (tái bản lần 3 có chỉnh sửa & bổ sung)	2019	Tham gia viết 1 chương	NXB Palgrave Macmillan – UK
13	Nghiên cứu định tính: Nguyên lý và thực hành trong quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh	2020	Chủ biên	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
14	Tiêu dùng xanh: Lý thuyết, thực tiễn và kiến nghị chính sách	2020	Tham gia	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
15	Quản lý điểm đến du lịch	2020	Đồng chủ biên	NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
16	Community, the Economy and COVID-19: Multi-Country Analyses of the SARS-CoV-2 Pandemic	2021 (in press)	Tham gia viết Chương 30	NXB Springer

Xác nhận của cơ quan

Hà Nội, ngày tháng năm 2022

Người khai ký tên

PGS.TS Nguyễn Thị Tuyết Mai