

AIG của Mỹ, Mitsui shumitomo của Nhật).

- Thuyết trình trong các hội thảo, tham gia các khóa tập huấn tại nước ngoài.
- Đọc hiểu và viết các bài báo khoa học quốc tế.

2. Pháp văn

Mức độ sử dụng:

- Làm việc tại Pháp 6 tháng
- Viết và đọc hiểu các báo cáo tài chính
- Phân tích thị trường và kết quả hoạt động kinh doanh của Tập đoàn hàng tháng, quý, năm.

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
Quá trình làm việc thực tiễn		
2009-2014	Tập đoàn bảo hiểm MSIG Nhật bản	Phó TGD điều hành phía Nam
2007-2009	Tập đoàn bảo hiểm AIG của Mỹ	Giám Đốc Bán hàng toàn quốc
2003-2007	Tập đoàn Bảo hiểm Prudential của Anh	Phó phòng đào tạo đại lý bảo hiểm
1997-2003	Tập đoàn Cora của Pháp – Làm việc 6 tháng tại Pháp	Trưởng phòng Thương mại
1994 -1997	Ngân hàng HSBC và Vietinbank	Nhân viên phòng Quan hệ quốc tế và Dealing Room
Quá trình giảng dạy tại Trường		
2019 – 2022	Trưởng khoa Quản trị kinh doanh - Đại học Nguyễn Tất Thành	
2018 – 2019	Q. Trưởng khoa Ngoại thương - Đại học Nguyễn Tất Thành	
2016 - 2018	Phó khoa Quản trị kinh doanh - Đại học Nguyễn Tất Thành	
2014 – 2016	Trưởng Bộ Môn QT Kinh doanh Quốc tế – Khoa QTKD - Đại học Nguyễn Tất Thành	

Trước 2014	Giảng viên DN và thỉnh giảng tại Đại học Nguyễn Tất Thành
------------	---

IV. QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

1. Các đề tài nghiên cứu khoa học đã và đang tham gia:

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	Phương pháp mô phỏng trong giảng dạy các chức năng quản trị theo định hướng ứng dụng tại Đại học Nguyễn Tất Thành.	2017- 2018	Cấp Trường	Chủ nhiệm
2	Các yếu tố ảnh hưởng đến việc chọn ngành của SV ngành Quản trị Kinh doanh	2019 - 2020	Cấp Trường	Chủ nhiệm
3	Các yếu tố tác động đến ý định làm nghiên cứu khoa học của giảng viên	2021 - 2022	Cấp Trường	Chủ nhiệm

2. Các công trình khoa học đã công bố: (tên công trình, năm công bố, nơi công bố...)

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
1	Impact of Service Quality on In-Patients' Satisfaction, Perceived Value, and Customer Loyalty: A Mixed-Methods Study from a Developing Country.	17 Nov. 2021 https://doi.org/10.2147/PPA.S333586	Patient preference and adherence (The first author, Scopus - Q1)
2	Antecedents of Word-of-mouth towards professional B2B service	14 Nov. 2021 https://doi:10.5267/j.msl.2020.11.013	Management Science Letters (Co-author, Scopus - Q2)
3	The flipped side of customer perceived value and digital technology in B2B professional service context.	11 Jun 2020 https://doi.org/10.1080/0965254X.2020.1755350	Journal of Strategic Marketing (The first author, Scopus - Q2)
4	Online Book Shopping in Vietnam: The Impact of the COVID-19 Pandemic Situation.	10 May 2020 https://doi.org/10.1007/s12109-020-09732-2	Publishing Research Quarterly

			(Co-author, Scopus - Q2)
5	Determinants of Organizational Customers' Perceived Value and Repurchase Intention – An Empirical Study of B2b General Insurance Across Vietnam.	27 May 2020 https://doi: 10.1504/JGBA.2019.107516	J. Global Business Advancement (The first author, Scopus - Q3)
6	The role of customer perceived value in long-term buyer-supplier relationships: A qualitative research in general insurance sector of Viet Nam.	Volume 40 – Issue 4- 2019 https://doi.org/10.1080/15332969.2019.1587866	Services Marketing Quarterly (The first author, Scopus - Q1)
7	Evaluating the Attributes of Online Bookstores: Empirical Evidence from Young Consumers in Vietnam.	Published in April, 2019 https://doi.org/10.1007/s12109-019-09652-w	Publishing Research Quarterly (Co-author, Scopus - Q2)
8	Factors affecting organization customer word of mouth towards B2B professional general Insurance services in Vietnam	Published in Oct. 2018	Journal of Economics, Business and Management (The first author)
9	Customer loyalty in B2B service in general insurance service of Vietnam	Published in August, 2018 vol.4 – Issue 1. 2018	International Journal of Management Decisions (The first author)
INTERNATIONAL CONFERENCE			
10	Antecedents and consequences of the outcome of the industry and university collaborative relationships. A Vietnamese Perspectives	July 2-4, 2022	Journal for International Business and Entrepreneurship Development - TURKEY in 2022 (The first author)
11	Determinants of Trust and Moderating Role of Social Presence in Predicting Customers' Trust and online Hotel Booking Intention. A Vietnamese Perspectives	August 2-4, 2021	Academy for Global Business Advancement (AGBA) - TURKEY in 2021 (The first author)

12	Impact of Resource Based View on Organization Customer Repurchase Intention towards Professional B2B Service of General Insurance Sector.	Presented and Published on-line In June, 2018	NIDA International Conference 2018 Bangkok - THAILAND (The first author)
13	Examination of Digital Technology Resource Based View and Customer Perceived Value In Professional B2B Service In The General Insurance Sector.	21-22 June - 2018	ANZMAC Doctoral Colloquium 2018 Inter. Conference Deakin University - AUSTRALIA (The first author)
14	Organizational Customer Satisfaction and Loyalty Towards Professional B2B General Insurance Sector in VN	May 31th - June 1st, 2018	UCLIC Annual International Conference 31 May – 1 June 2018 at University of Economics and Law (The first author)
15	Factors affecting organization customer word of mouth towards B2B professional general Insurance services in Vietnam	23-25 Feb, 2017	JOEBM International Conference in Da Nang City (The first author)
16	Adaptation/standardization strategies - a study among international insurance firms in Vietnam market.	12 March, 2016	NIDA International Conference 2016 Bangkok - THAILAND (The first author)
17	Factors affecting customer perceived value toward professional B2B services in general insurance sector: An empirical study in emerging market, Vietnam.	28-30 June, 2016	ANZMAC Doctoral Colloquium 2016 Inter. Conference Curtin University - AUSTRALIA (The first author)
CÁC TẠP CHÍ ĐƯỢC HDGSNN PHÊ DUYỆT			
18	Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của Doanh nghiệp về chất lượng dịch vụ hành chính thuế theo cơ chế “một cửa”.	ISSN:1859-3666 Số 146 tháng 10/2020	Tạp Chí Khoa học Thương Mại (Tác giả chính)
19	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ Internet Banking đối với khách hàng cá nhân tại TP.HCM.	ISSN: 0866-7120	Tạp Chí Kinh tế và Dự Báo (Tác giả chính)

		2020 Số 27 tháng 09/2020 (745)	
20	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi chia sẻ tri thức của ban cán sự lớp tại trường Đại học.	ISSN: 0866-7120 2020	Tạp Chí Kinh tế và Dự Báo (Tác giả chính)
21	Mối quan hệ giữa sự thỏa mãn công việc của nhân viên và phong cách lãnh đạo thời kỳ covid-19.	ISSN: 0866-7756 Tháng 3 - 2021	Tạp chí Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (Tác giả chính)
22	Một số giải pháp nhằm tăng số thí sinh quyết định chọn ngành học QTKD tại các trường đại học tư thục	ISSN: 0866-7756 Tháng 3 - 2021	Tạp chí Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (Tác giả chính)
23	Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng: Nghiên cứu các siêu thị tại TP HCM	ISSN: 0866-7120 2021	Tạp Chí Kinh tế và Dự Báo (Tác giả chính)
24	Mô hình cải thiện hiệu quả tổ chức ngành Du lịch trong thời kỳ Covid 19	ISSN: 0868-3808. 2021	Tạp chí Kinh tế Châu Á -Thái Bình Dương (Tác giả chính)
25	Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp: Trường hợp nghiên cứu tại TP. Hồ Chí Minh	ISSN: 0866-7756 số 28 - Tháng 12/2021	Tạp chí Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (Tác giả chính)
26	Giải pháp chất lượng dịch vụ nhằm nâng cao giá trị thương hiệu Agribank - Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh	ISSN: 0866-7756 số 28 -	Tạp chí Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (Tác giả chính)
27	Ứng dụng công nghệ trong marketing truyền thông tích hợp tại các khách sạn ở TP. Hồ Chí Minh	Tháng 6 - 2022	Tạp Chí Du lịch (Tác giả chính)
28	Nâng cao hiệu suất tổ chức thông qua các giải pháp tiếp thị nội bộ cho nhân viên	ISSN: 0868-3808.	Tạp Chí Kinh tế và Dự Báo (Tác giả chính)

	ngành dầu khí tại TP. Hồ Chí Minh	Tháng 6 - 2022	
--	-----------------------------------	----------------	--

3. Các sách, tài liệu đã tham gia biên soạn (tên các tác giả, tên sách, tên tài liệu, nhà xuất bản, năm xuất bản...)
- Nguyễn Xuân Nhĩ và đồng tác giả, Quản Trị học, Nhà xuất bản văn hóa – văn nghệ, 2017.

TP. HCM, ngày 11 tháng 6 năm 2022

Người khai kí tên



TS. Nguyễn Xuân Nhĩ