



**THƯ MỜI VIẾT BÀI THAM DỰ HỘI THẢO KHOA HỌC CẤP QUỐC GIA
CHỦ ĐỀ "MARKETING VÀ KINH DOANH TRONG BỐI CẢNH MỚI"**

Kính gửi:.....

Ngày nay, môi trường luôn thay đổi tạo ra bối cảnh mới cho hoạt động marketing và hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Các thay đổi này gồm sự phát triển của môi trường số và công nghệ, xu thế chuyển đổi số của các lĩnh vực các ngành, sự phát triển của nền kinh tế tri thức, sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Điều chỉnh hoạt động kinh doanh và marketing khai thác được các tác động tích cực từ bối cảnh mới cần thiết đối với của doanh nghiệp để có thể thúc đẩy tăng trưởng và bứt phá trên thị trường. Tuy nhiên, thực hiện hoạt động marketing và kinh doanh một cách hiệu quả hiện đang là thách thức lớn đối với các doanh nghiệp. Khoa Marketing trường Đại học Thương mại phối hợp với Khoa Marketing trường Đại học Kinh tế Quốc dân dự kiến tổ chức Hội thảo Khoa học Quốc gia 2022 với chủ đề "*Marketing và kinh doanh trong bối cảnh mới*" nhằm tập hợp, chia sẻ các vấn đề lý luận và thực tiễn và của các hoạt động marketing và kinh doanh trong bối cảnh mới ở trong nước và trên thế giới.

Hội thảo dự kiến tổ chức vào cuối tháng 2, năm 2023 tại Trường Đại học Thương mại. Ban tổ chức Hội thảo trân trọng kính mời các nhà khoa học, nhà nghiên cứu, các giảng viên, các đối tác, các nghiên cứu sinh và các học viên viết bài và tham dự Hội thảo. Hội thảo tập trung vào các nội dung của hoạt động marketing và kinh doanh hiện đại trong bối cảnh mới bao gồm:

1. Cơ hội và thách thức của các doanh nghiệp, địa phương trong bối cảnh kinh doanh mới
2. Những thay đổi của thị trường, khách hàng và đối tác kinh doanh trong bối cảnh mới
3. Các mô hình kinh doanh và doanh nghiệp trong môi trường số, kinh doanh và marketing dựa trên dữ liệu, và dữ liệu lớn (big data)
4. Các vấn đề của kinh doanh, marketing, thương hiệu trong môi trường số, nền kinh tế tri thức và sự phát triển bền vững
5. Nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp trong bối cảnh mới
6. Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và hiệu quả marketing, tiết kiệm chi phí giảm rủi ro, gia tăng kết quả đầu ra của các hoạt động
7. Hoạt động kinh doanh trong chuỗi cung ứng, các hoạt động logistics trong bối cảnh mới
8. Những vấn đề kinh tế, thương mại, quản lý khác như tài chính, thương mại điện tử, hệ thống thông tin và nhân lực... trong bối cảnh mới

Bài viết được trình bày bằng tiếng Việt, theo đúng Quy định về Bài viết đăng ký yếu Hội thảo khoa học (được đính kèm). Toàn văn bài viết xin gửi về Khoa Marketing - Trường Đại học Thương Mại 01 bản cứng và 01 bản mềm theo địa chỉ email: htkhqgmarketingtmu@tgm.com trước ngày 29.12.2022. Các bài viết sẽ được gửi 02 nhà khoa học để phản biện kín, những bài được chọn sẽ được đăng ký yếu có giấy phép xuất bản.

Ban Tổ chức xin trân trọng cảm ơn!

TM. BAN TỔ CHỨC
TRƯỜNG
ĐẠI HỌC
THƯƠNG MẠI
Loan
PGS, TS Nguyễn Thị Bích Loan

1. Các bài viết phải đảm bảo mức trùng lặp ở mức cho phép
2. Các bài viết phải theo yêu cầu về thể thức gồm các phần như sau

**THẺ THỨC BÀI VIẾT HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA
CHỦ ĐỀ "MARKETING VÀ KINH DOANH TRONG BỐI CẢNH MỚI "**

2.1. MỘT SỐ QUY ĐỊNH VỀ THẺ THỨC BÀI VIẾT HỘI THẢO:

TÊN BÀI VIẾT: Tên bài viết có độ dài 10 đến 20 từ, phản ánh trực diện nội dung của bài viết.

Tên bài viết phải viết chữ in hoa, chữ đậm, căn giữa trang, ví dụ:

TÓM TẮT : Các bài viết phải có Tóm tắt. Trong phần này không nên có phương trình, tài liệu tham khảo, hoặc chú thích

TỪ KHÓA: Tóm tắt và từ khóa bằng tiếng Việt vừa bằng tiếng Anh

NỘI DUNG BÀI

Bài viết bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh, dài từ 5-10 trang A4 (210mm x 297mm), font chữ Times New Roman, cỡ chữ 12, căn lề (trái phải trên dưới) 2.5 cm, cách dòng single, before 0pt và after 0pt

BẢNG, HÌNH

Bảng phải đánh số thứ tự và có tiêu đề. Bảng, số thứ tự và tiêu đề bảng để cỡ chữ 12, in đậm và được căn giữa. Bảng phải có trích dẫn nguồn gốc rõ ràng, chính xác. Tiêu đề đặt phía trên bảng. Hình phải đánh số thứ tự và có tiêu đề. Tiêu đề để cỡ chữ 12, in đậm và được căn giữa. Hình phía có trích dẫn nguồn gốc rõ ràng, chính xác. Tiêu đề đặt phía dưới hình.

TRÍCH DẪN: theo tên tác giả và năm xuất bản của các tài liệu được đưa vào danh mục tài liệu tham khảo

2.2.KẾT CẦU BÀI VIẾT VÀ ĐỊNH DẠNG

**NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC YẾU TỐ MÔI TRƯỜNG SỐ TỚI HÀNH VI
CỦA KHÁCH HÀNG**

TS. Nguyễn Văn A - Trường Đại học Thương mại..

TÓM LƯỢC

Nghiên cứu này nhằm xác định và đánh giá mức độ quan trọng của các yếu tố tác động và

Từ khóa: môi trường số, hành vi của DN,.....

ABSTRACT

The paper determines determinants of satisfaction of customers.....

Keywords: *sustainable business,....*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Môi trường số là một xu thế.....

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT..

2.1. Một số khái niệm có liên quan..

2.1.1 Khái niệm môi trường số, hành vi của DN...

2.1.1.1

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

- Phương pháp nghiên cứu trích dẫn cho phân định các góc độ tiếp cận và các khái niệm nghiên cứu.

- Phương pháp kế thừa có phát triển và phương pháp nghiên cứu định tính trong xây dựng phát triển các thang đo nghiên cứu.

.....

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

5. KẾT LUẬN

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Lan Hương (2019), *Nghiên cứu của người tiêu dùng mua sắm qua sàn giao dịch TMDT*, Tạp chí Kinh tế, 24/2019
2. Szymanski, D. M., & Hise, R.T, *E-satisfaction: an initial examination*, Journal of retailing, 76(3)/(2000).