

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 " CHUYÊN ĐỒ SỞ TRONG HOẠT ĐỘNG MARKETING VÀ KINH DOANH HIỆN  
ĐẠI "**

**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 TỚI HÀNH VI  
CHUYÊN ĐỒ SỞ CỦA DOANH NGHIỆP..**

*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 khoá: kinh doanh bền vững, .....*

**ABSTRACT**

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

**Keywords:** *sustainable business, ....*

**1. ĐẶT VẤN ĐỀ**

Kinh doanh bền vững là một xu thế.....

**2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT..**

**2.1. Một số khái niệm có liên quan..**

**2.1.1 Khái niệm kinh doanh bền vững..**

**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 TMĐT*, Tạp chí Kinh tế, 24/2019
2. Szymanski, D. M., & Hise, R.T, *E-satisfaction: an initial examination*, Journal of retailing, 76(3)/(2000).