

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH
HỌC VIỆN BÁO CHÍ & TUYÊN TRUYỀN

Mẫu C37-HD
(Ban hành kèm theo QĐ số 19/2006/QĐ-BTC ngày
30/3/2006 và Thông tư số 185/2010/TT-BTC ngày
15/11/2010 của Bộ tài chính)

GIẤY ĐỀ NGHỊ THANH TOÁN

Kính gửi : - Ban Giám đốc;
- Ban Kế hoạch - Tài chính.

Tên tôi là: Nguyễn Thị Hải Yến

Đơn vị : Trung tâm Thông tin khoa học

Đề nghị: Ban Giám đốc; Ban Kế hoạch – Tài chính cho thanh toán các khoản sau:

(Gồm có:chứng từ gốc kèm theo)

STT	NỘI DUNG ĐỀ NGHỊ THANH TOÁN	SỐ TIỀN
1	Thanh toán tiền sách Ngoại văn	38,966,787
Cộng		38,966,787

Số tiền đề nghị thanh toán: (Ba tám triệu, chín trăm sáu mươi sáu nghìn, bảy trăm tám bảy đồng)

Ngày tháng năm 2020

Người đề nghị

Trưởng Bộ phận

Kế toán trưởng

Giám đốc

Nguyễn Thị Hải Yến

Nguyễn Thanh Thảo

CORP.

CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC

INTERNATIONAL EDUCATIONAL SUPPLY CORPORATION

Mã số thuế (Tax code): 0309810440

Địa chỉ (Address): 2/18 Đường 79, Phường Tân Quy, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại (Tel): (84-28) 377 535 01 - 377 535 02 - Fax: (84-28) 377 535 04

Email: iesservice@iesvietnam.com

Website: www.iesvietnam.com

HÓA ĐƠN GIÁ TRỊ GIA TĂNG

(VAT INVOICE)

Mẫu số (Form): 01GTKT3/002

Ký hiệu (Serial): NH/19P

Liên 2 (Second copy): Giao cho người mua (Customer)

Ngày (Date): 30/12/2020

Số (No.): 0000405

Họ tên khách hàng (Customer's name):

Tên đơn vị (Company's name): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Mã số thuế (Tax code):

Địa chỉ (Address): 336 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Hình thức thanh toán (Payment): CK. Số tài khoản (Account No.):

STT (No.)	Tên hàng hóa, dịch vụ (Description)	Đơn vị tính (Unit)	Số lượng (Quantity)	Đơn giá (Unit price)	Thành tiền (Amount)
1	2	3	4	5	6 = 4 x 5
	Hàng giao các loại (Kèm bảng kê số 78 ngày 30/12/2020)				38.966.787

Cộng tiền hàng (Sub total): 38.966.787

Thuế suất GTGT (VAT rate): %

Tiền Thuế GTGT (VAT amount):

Tổng cộng tiền thanh toán (Grand total): 38.966.787

Số tiền viết bằng chữ (Amount in words): Ba mươi tám triệu chín trăm sáu mươi sáu ngàn bảy trăm tám mươi bảy đồng.

Người mua hàng (Buyer)

Ký, ghi rõ họ tên (Sign, full name)

Người bán hàng (Seller)

Ký, ghi rõ họ tên (Sign, stamp, full name)

BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI



Phạm Khắc Duy

(Cần kiểm tra, đối chiếu khi lập, giao, nhận hàng)

In tại Công ty Cổ phần Báo Bì Nguyễn Xương Thịnh - Mã số thuế: 1101575172 - ĐT: (028) 38 666 888



CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI - DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC
INTERNATIONAL EDUCATIONAL SUPPLY CORPORATION
Address: 2/18 Street 79, Tan Quy Ward, District 7, HCMC, Vietnam
Tel: (84-8) 37753501 - 37753502 - 37753503 Fax: (84-8) 37753504
Email: icservice@icsvietnam.com Website: www.icsvietnam.com

45

BẢNG KÊ HÀNG HÓA

Số 78, Ngày 30 tháng 12 năm 2020

Đơn vị: HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Mã số thuế:

Địa chỉ: Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Kèm theo: Hóa đơn NH/19P - 0000405 ngày 30 tháng 12 năm 2020

STT	Item code #	TÊN HÀNG HÓA	SỐ LƯỢNG	ĐƠN GIÁ	THÀNH TIỀN
1	9781137610041	Volker Rittberger, Bernhard Zangl (2006), "International Organization: Polity, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2006	1	2,763,353	2,763,353
2	978-1568029245	Tamar Gutner (2016), International Organization: Roles in World Politics, CQ Press	1	3,658,069	3,658,069
3	978-1107439719	Jan Klabbers (2015), An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.), Cambridge University Press, 2015	1	3,360,711	3,360,711
4	978-1138610873	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020), Routledge Handbook of Public Diplomacy 2nd Edition, Routledge	1	3,956,747	3,956,747
5	9781506387529	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016), Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	1	4,778,861	4,778,861
6	978-0367195007	Jeremy Harris Lipschultz (2020), Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	1	3,434,060	3,434,060
7	978-1538115695	Mark V. Kauppi, Paul R. Viotti (2019) International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	1	3,957,494	3,957,494
8	978-1446286050	Christopher Lamont (2015), Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	1	2,464,675	2,464,675
9	9780198791836	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	1	3,135,381	3,135,381
10	978-0691163703	Daniel W. Drezner (2011), Theories of International Politics and Zombies (Course Book edition), Princeton University Press	1	1,244,629	1,244,629
11	978-0719095818	Torbjorn Knutsen (2016), A history of International Relations theory: Third edition 3rd Edition, Manchester University Press	1	2,129,408	2,129,408
12	978-0745691206	Nicholas J. Cull (2019), Public Diplomacy: Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication), Polity, 1st Edition	1	1,543,308	1,543,308
13	978-1538124079	Andrei P. Tsygankov (2019), Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	1	2,540,091	2,540,091
Cộng tiền hàng			13		38,966,787
Thuế suất GTGT -%			Tiền thuế GTGT		
Tổng cộng tiền thanh toán					38,966,787

HỌC VIỆN
CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH
HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Số: 5853 QĐ-HVBC&TT

ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM

Hà Nội, ngày 02 tháng 12 năm 2020

QUYẾT ĐỊNH

V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 6839/QĐ-HVCTQG ngày 27/12/2019 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc giao dự toán ngân sách năm 2020 cho Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ 03 Báo giá,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học số 2/18, đường 79, phường Tân Quy, quận 7, thành phố Hồ Chí Minh.

Điều 2: Phương thức thực hiện và Giá trị Hợp đồng

- Hình thức Hợp đồng: Theo hình thức hợp đồng trọn gói;
- Giá trị Hợp đồng: 39.966.787 (Ba mươi chín triệu chín trăm sáu mươi sáu nghìn bảy trăm tám bảy đồng)
- Nguồn kinh phí: thường xuyên sự nghiệp giáo dục đào tạo năm 2020.
- Thời gian thực hiện: 2 đến 4 tuần.
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.

Điều 3: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị hữu quan, Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học, thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành của Chính phủ, của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT, TTKH



GIÁM ĐỐC

Lưu Văn An

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
TRUNG TÂM THÔNG TIN KHOA HỌC

*

DANH CỘNG SẢN VIỆT NAM

Hà Nội, ngày tháng năm

DANH MỤC BỔ SUNG SÁCH NGOẠI VĂN PHỤC VỤ SINH VIÊN

Line #	Item Code #	Item's Description	Publisher	Unit	Qty	FINAL Net Cost (VND)	Extended (VND)
1	9781137610041	Volker Ritterger, Bernhard Zangl (2019), "International Organization: Polity, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2019	Macmillan Education UK	Ea	1	2,763,353	2,763,353
2	978-1568029245	Tamar Guner (2016), International Organization: Roles in World Politics, CQ Press	SAGE Publications	Ea	1	3,658,069	3,658,069
3	978-1107439719	Jan Klabbbers (2015), An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.), Cambridge University Press, 2015	Cambridge University Press	Ea	1	3,360,711	3,360,711
4	978-1138610873	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020), Routledge Handbook of Public Diplomacy 2nd Edition, Routledge	Routledge	Ea	1	3,956,747	3,956,747
5	9781506387529	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016), Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	SAGE Publications Inc	Ea	1	4,778,861	4,778,861
6	978-0367195007	Jeremy Harris Lipschultz (2020), Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	Routledge	Ea	1	3,434,060	3,434,060
7	978-1538115695	Mark V. Kauppi, Paul R. Vioti (2019) International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	Rowman & Littlefield	Ea	1	3,957,494	3,957,494

8	978-1446286050	Christopher Lamont (2015), Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	SAGE Publications Ltd	Ea	1	2,464,675	2,464,675
9	9780198791836	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	OUP	Ea	1	3,135,381	3,135,381
10	978-0691163703	Daniel W. Drezner (2014), Theories of International Politics and Zombies (Course Book edition), Princeton University Press	Princeton University Press	Ea	1	1,244,629	1,244,629
11	978-0719095818	Torbjorn Knutsen (2016), A history of International Relations theory: Third edition 3rd Edition, Manchester University Press	Manchester University Press	Ea	1	2,129,408	2,129,408
12	978-0745691206	Nicholas J. Cull (2019), Public Diplomacy: Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication), Polity, 1st Edition	Polity Press	Ea	1	1,543,308	1,543,308
13	978-1538124079	Andrei P. Tsygankov (2019), Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	Rowman & Littlefield	Ea	1	2,540,091	2,540,091
TỔNG SỐ:					13	38,966,787	

GIÁM ĐỐC



Nguyễn Thanh Thảo

I.E.S. CORP. QUOTATION & PROFORMA INVOICE

(IES-1220001HVBC&TT

QUOTE #:

DATE: 30/11/2020

REF.: HVBC&TT-BOOK

DISCOUNT: ALL DISCOUNT INCLUDED

DELIVERY DATE:

CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI GIÁO DỤC VÀ PHÁT TRIỂN
INTERNATIONAL EDUCATIONAL SUPPLY CORPORATION
Address: 2/13, 79 Street, Tân Quy Ward, District 7, HCMC Vietnam
Tel: (84-28) 3753501; 02/03
Fax: (84-28) 37753504



Invoice to & Ship to:

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
Add: Số 36 Xuân Thủy, Quận Cầu Giấy, Hà Nội
Điện thoại: 024.3754653

GENERAL TERMS:

- (1) THIS QUOTATION IS VALID FOR 20 DAYS ONLY.
- (2) THIS QUOTATION IS INCLUDED OF ALL TAXES, PERMITS, HANDLING, CUSTOM CLEARANCE AND OTHER HANDLING FEES.
- (3) DOOR-TO-DOOR SERVICE DELIVERY.

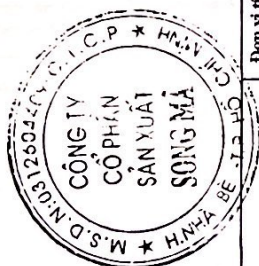
Line #	PO#	Item Code #	Item's Description	Publisher	Unit	Qty	FINAL Net Cost (VND)	Extended (VND)	Note
1	IES-1220001HVBC&TT	9781137610041	Volker Rittberger, Bernhard Zangl (2006). "International Organization: Policy, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2006	Macmillan Education UK	Ea	1	2,763,353	2,763,353	2006 OUT OF PRINT (REPLACE BY 2019)
2	IES-1220001HVBC&TT	978-1568029245	Tamar Guiner (2016). International Organization Roles in World Politics, CQ Press	SAGE Publications	Ea	1	3,658,069	3,658,069	
3	IES-1220001HVBC&TT	978-1107439719	Jan Klabbers (2015). An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.), Cambridge University Press, 2015	Cambridge University Press	Ea	1	3,360,711	3,360,711	
4	IES-1220001HVBC&TT	978-1138610873	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020). Routledge Handbook of Public Diplomacy 2nd Edition, Routledge	Routledge	Ea	1	3,956,747	3,956,747	
5	IES-1220001HVBC&TT	9781506387529	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016). Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	SAGE Publications Inc	Ea	1	4,778,861	4,778,861	
6	IES-1220001HVBC&TT	978-0367195007	Jeremy Harris Lipschultz (2020). Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	Routledge	Ea	1	3,434,060	3,434,060	
7	IES-1220001HVBC&TT	978-1538115695	Mark V. Kauppi, Paul R. Vioti (2019). International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	Rowman & Littlefield	Ea	1	3,957,494	3,957,494	
8	IES-1220001HVBC&TT	978-1446286050	Christopher Lamont (2015). Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	SAGE Publications Ltd	Ea	1	2,464,675	2,464,675	
9	IES-1220001HVBC&TT	9780198791836	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	OUP	Ea	1	3,135,381	3,135,381	
10	IES-1220001HVBC&TT	978-0691163703	Daniel W. Drezner (2011). Theories of International Politics and Zombies (Course Book edition), Princeton University Press	Princeton University Press	Ea	1	1,244,629	1,244,629	2011 OUT OF PRINT (REPLACE BY 2014)
11	IES-1220001HVBC&TT	978-0719095818	Torbjorn Knutsen (2016). A history of International Relations theory Third edition 3rd Edition, Manchester University Press	Manchester University Press	Ea	1	2,129,408	2,129,408	
12	IES-1220001HVBC&TT	978-0745691206	Nicholas J. Cull (2019). Public Diplomacy Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication), Polity, 1st Edition	Polity Press	Ea	1	1,543,308	1,543,308	
13	IES-1220001HVBC&TT	978-1538124079	Andrei P. Tsypankov (2019). Russia's Foreign Policy Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	Rowman & Littlefield	Ea	1	2,540,091	2,540,091	
GRAND TOTAL DUE IN VND - DOOR TO DOOR DELIVERY WITHOUT ANY EXTRA FEE						13		38,966,787	



CÔNG TY CỔ PHẦN SẢN XUẤT SONG MÃ
Số 7 Tô 3 ấp 3 Nhơn Đức, Nhà Bè, TP HCM
Phone: 0956 666 036
Email: ctsongma@hotmail.com

Kính gửi

HỌC VIỆN BÁO CHÍ TUYÊN TRUYỀN



Báo giá số HVBC-SONGMA
Ngày: 30/11/2020
Ngày giao hàng:

STT	Số tham chiếu	ISBN	Tên sản phẩm/Item's Description	Đơn vị tính/Unit	Số lượng/Qty	Nhà cung cấp/Vendor	Đơn giá (VND)	Thành tiền (VND)	Ghi chú
1	HVBC-SONGMA	9781137610041	Volker Rittberger, Bernhard Zangl (2006), "International Organization: Policy, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2006	Quyển	1	Macmillan Education UK	3,094,955	3,094,955	2006 KHÔNG CÒN IN (THAY THE 2019)
2	HVBC-SONGMA	978-1568029245	Tamar Gutber (2016), International Organization: Roles in World Politics, CQ Press	Quyển	1	SAGE Publications	4,097,037	4,097,037	
3	HVBC-SONGMA	978-1107439719	Jan Klabbers (2015), An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.), Cambridge University Press, 2015	Quyển	1	Cambridge University Press	3,763,996	3,763,996	
4	HVBC-SONGMA	978-1138610873	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020), Routledge Handbook of Public Diplomacy 2nd Edition, Routledge	Quyển	1	Routledge	4,431,557	4,431,557	
5	HVBC-SONGMA	9781506387529	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016), Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	Quyển	1	SAGE Publications Inc	5,352,324	5,352,324	
6	HVBC-SONGMA	978-0367195007	Jeremy Harris Lipschultz (2020), Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	Quyển	1	Routledge	3,846,147	3,846,147	
7	HVBC-SONGMA	978-1538115695	Mark V. Kauppi, Paul R. Vioti (2019) International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	Quyển	1	Rowman & Littlefield	4,432,393	4,432,393	
8	HVBC-SONGMA	978-1446286050	Christopher Lamont (2015), Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	Quyển	1	SAGE Publications Ltd	2,760,436	2,760,436	
9	HVBC-SONGMA	9780198791836	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	Quyển	1	OUP	3,511,627	3,511,627	
10	HVBC-SONGMA	978-0691163703	Daniel W. Drezner (2011), Theories of International Politics and Zombies (Course Book edition), Princeton University Press	Quyển	1	Princeton University Press	1,393,984	1,393,984	2011 KHÔNG CÒN IN (THAY THE 2014)
11	HVBC-SONGMA	978-0719095818	Torbjorn Knutsen (2016), A history of International Relations theory: Third edition 3rd Edition, Manchester University Press	Quyển	1	Manchester University Press	2,384,937	2,384,937	
12	HVBC-SONGMA	978-0745691206	Nicholas J. Cull (2019), Public Diplomacy: Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication), Polity, 1st Edition	Quyển	1	Polity Press	1,728,505	1,728,505	
13	HVBC-SONGMA	978-1538124079	Andrei P. Tsyanikov (2019), Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	Quyển	1	Rowman & Littlefield	2,844,902	2,844,902	
GRAND TOTAL DUE IN VND - DOOR TO DOOR DELIVERY WITHOUT ANY EXTRA FEE								43,642,801	

48
Hàng tồn kho

Hà Nội, ngày 30/12/2020

49

EQVIET

EQVIET CO. Ltd

Add: No. 1, B1 – Mỹ Đình 1 – Từ Liêm – Hà Nội, Việt Nam

Tel: 84.4.62871552

Fax: 84.4.62871963

E-mail: info@eqviet.com

Web: www.eqviet.com

Hotline: 090 340 9000



BẢO GIÁ SÁCH NHẬP KHẨU

STT	DANH MỤC	Mã sách	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá (VND)	Thành tiền	Ghi Chú
1	Volker Rittberger, Bernhard Zangl (2006), "International Organization: Polity, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2006	9781137610041	Quyển	1	3,177,856	3,177,856	Thay thế 2019
2	Tamar Gutner (2016), International Organization: Roles in World Politics, CQ Press	978-1568029245	Quyển	1	4,206,779	4,206,779	
3	Jan Klabbbers (2015), An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.), Cambridge University Press, 2015	978-1107439719	Quyển	1	3,864,818	3,864,818	
4	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020), Routledge Handbook of Public Diplomacy 2nd Edition, Routledge	978-1138610873	Quyển	1	4,550,259	4,550,259	
5	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016), Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	9781506387529	Quyển	1	5,495,690	5,495,690	
6	Jeremy Harris Lipschultz (2020), Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	978-0367195007	Quyển	1	3,949,169	3,949,169	
7	Mark V. Kauppi, Paul R. Viotti (2019) International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	978-1538115695	Quyển	1	4,551,118	4,551,118	
8	Christopher Lamont (2015), Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	978-1446286050	Quyển	1	2,834,376	2,834,376	
9	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	9780198791836	Quyển	1	3,605,688	3,605,688	
10	Daniel W. Drezner (2011), Theories of International Politics and Zombies (Course Book edition), Princeton University Press	978-0691163703	Quyển	1	1,431,323	1,431,323	Thay thế 2014
11	Torbjorn Knutsen (2016), A history of International Relations theory: Third edition 3rd Edition, Manchester University Press	978-0719095818	Quyển	1	2,448,819	2,448,819	
12	Nicholas J. Cull (2019), Public Diplomacy: Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication), Polity, 1st Edition	978-0745691206	Quyển	1	1,774,804	1,774,804	
13	Andrei P. Tsygankov (2019), Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	978-1538124079	Quyển	1	2,921,105	2,921,105	
TỔNG CỘNG						44,811,805	

HỢP ĐỒNG KINH TẾ
Số: 02-IES-HVBC&TT/IES-2020

- Căn cứ Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ban hành ngày 24/11/2015 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
- Căn cứ Bộ luật Thương mại số 36/2005/QH11 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 14/06/2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
- Căn cứ quyết định số 2853/QĐ-HVBC&TT ngày 2/12/2020 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học;
- Căn cứ vào khả năng cung cấp và nhu cầu của hai bên,

Hôm nay, ngày 3 tháng 12 năm 2020

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
Điện thoại : 024.37546963
Đại diện là : Ông Lưu Văn An Chức vụ: Q.Giám đốc
Tài khoản: 95231.1070986 tại: Kho bạc Nhà nước Nam Từ Liêm, Hà Nội

Bên B (Bên Bán): CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC

Địa chỉ : 2/18 Đường 79, Phường Tân Quy, Quận 7, Tp.HCM, Việt Nam
Điện thoại : (84-28) 3775 3501/02/03 Fax: (84-28) 3775 3504
Tài khoản : 6360 201 127 107
Tại : Agribank - CN Tân Bình
MST : 0309810440
Đại diện : Ông Phạm Khắc Duy
Chức vụ : Giám đốc

Hai bên thỏa thuận ký hợp đồng mua bán sách với các điều khoản sau đây:

Điều 1: Phạm vi công việc

Bên B đồng ý cung cấp các tựa sách ngoại văn dưới đây do bên A đặt mua.
Danh mục sách cung cấp:

Stt	ISBN	Tên sách	Nhà xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9781137610041	Volker Rittberger, Bernhard Zangl (2019), "International Organization: Polity, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2019	Macmillan Education UK	1	2,763,353	2,763,353
2	978-1568029245	Tamar Gutner (2016), International Organization: Roles in World Politics, CQ Press	SAGE Publications	1	3,658,069	3,658,069

Stt	ISBN	Tên sách	Nhà xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
3	978-1107439719	Jan Klabbers (2015), An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.), Cambridge University Press, 2015	Cambridge University Press	1	3,360,711	3,360,711
4	978-1138610873	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020), Routledge Handbook of Public Diplomacy 2nd Edition, Routledge	Routledge	1	3,956,747	3,956,747
5	9781506387529	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016), Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	SAGE Publications Inc	1	4,778,861	4,778,861
6	978-0367195007	Jeremy Harris Lipschultz (2020), Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	Routledge	1	3,434,060	3,434,060
7	978-1538115695	Mark V. Kauppi, Paul R. Viotti (2019) International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	Rowman & Littlefield	1	3,957,494	3,957,494
8	978-1446286050	Christopher Lamont (2015), Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	SAGE Publications Ltd	1	2,464,675	2,464,675
9	9780198791836	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	OUP	1	3,135,381	3,135,381
10	978-0691163703	Daniel W. Drezner (2014), Theories of International Politics and Zombies (Course Book edition), Princeton University Press	Princeton University Press	1	1,244,629	1,244,629
11	978-0719095818	Torbjorn Knutsen (2016), A history of International Relations theory: Third edition 3rd Edition, Manchester University Press	Manchester University Press	1	2,129,408	2,129,408
12	978-0745691206	Nicholas J. Cull (2019), Public Diplomacy: Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication), Polity, 1st Edition	Polity Press	1	1,543,308	1,543,308
13	978-1538124079	Andrei P. Tsygankov (2019), Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	Rowman & Littlefield	1	2,540,091	2,540,091
Tổng cộng				13		38,966,787

3098104
CÔNG T
CỔ PHẦN
TỔNG MẠI D
NG NHƯ
TP. HỒ

Chất lượng sách đảm bảo mới, chưa qua sử dụng, không bị rách, bị ướt, bị bẩn.
Danh mục sách này cung cấp cho Học Viện Báo Chí Và Tuyên Truyền dùng trong công việc giảng dạy và học tập.

Điều 2: Giá trị hợp đồng

- Tổng giá trị là: **38,966,787 đồng**
(Bằng chữ: Ba mươi tám triệu, chín trăm sáu mươi sáu nghìn, bảy trăm tám mươi bảy đồng)
Giá này đã bao gồm chi phí vận chuyển, phí nhập khẩu, phí giao hàng đến khách hàng.

Điều 3: Thời gian, địa điểm giao nhận hàng.

- Thời gian giao hàng: từ 10 -13 tuần từ ngày Hợp đồng được ký kết và có hiệu lực.
Trường hợp bất khả kháng, trong vòng 07 ngày kể từ ngày ký hợp đồng những cuốn sách bên B không cung cấp được do nhà xuất bản nước ngoài đình bản, chưa xuất bản, phải được thông báo cùng các văn bản xác nhận.
- Địa chỉ giao hàng: 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội
- Trong vòng 2 tuần kể từ khi nhận hàng, Bên A có trách nhiệm kiểm đếm và phản hồi lại cho Bên B trong trường hợp hàng hóa thiếu, hư hỏng, sai quy cách, lỗi hoặc đổi trả hàng mà lỗi do Bên B. Nếu quá thời gian quy định trên thì xem như việc giao hàng của Bên B đã hoàn tất và mọi khiếu nại về sau sẽ không thuộc trách nhiệm của Bên B

Điều 4: Thanh toán:

- Bên A sẽ thanh toán cho bên B bằng giá trị thực tế trong vòng 07 ngày kể từ ngày bên A nhận đủ hàng hóa và hóa đơn tài chính
- Hình thức thanh toán: tiền mặt hoặc chuyển khoản qua ngân hàng.

Điều 5: Trách nhiệm của các bên

- Trách nhiệm bên A: Bên A có trách nhiệm thanh toán cho bên B đúng như trong điều 4 và thực hiện các điều khoản khác ghi trong hợp đồng. Bên A sẽ chịu mức phạt chậm thanh toán là 0.05%/ ngày trên tổng giá trị hàng chậm thanh toán tương ứng với thời gian chậm thanh toán.
- Trách nhiệm bên B: đáp ứng đúng theo yêu cầu trong hợp đồng của bên A. Đảm bảo hàng hóa về số lượng, chất lượng, giá cả, phương thức giao hàng như trong hợp đồng. Bên B sẽ chịu mức phạt trễ hạn là 0.05% giá trị hàng giao trễ / ngày giao trễ nhưng không vượt quá 8% giá trị hợp đồng.

Điều 6: Điều khoản chung:

- Hai bên cam kết thực hiện nghiêm chỉnh các điều khoản đã ghi trong hợp đồng.
- Mọi sự thay đổi, điều chỉnh trong quá trình triển khai hợp đồng phải được hai bên thông báo với nhau bằng văn bản và cùng nhau xem xét giải quyết.
- Trong trường hợp xảy ra tranh chấp, hai bên sẽ giải quyết bằng thương lượng. Nếu không giải quyết được sẽ đệ trình lên tòa án kinh tế TP HCM, quyết định của tòa là giải pháp bắt buộc đối với hai bên.
- Hợp đồng này làm thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản và có giá trị pháp lý như nhau.
- Hợp đồng này có hiệu lực từ ngày ký

 **ĐẠI DIỆN BÊN A**
Q. Giám đốc

Lưu Văn An

ĐẠI DIỆN BÊN B
Giám đốc

Phạm Khắc Duy

BIÊN BẢN THANH LÝ HỢP ĐỒNG

Căn cứ vào Hợp đồng số: 02-IES-HVBC&TT/IES-2020, ký ngày 3 tháng 12 năm 2020

Hôm nay, ngày tháng 12 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
Điện thoại : 024.37546963
Đại diện là : Ông Lưu Văn An Chức vụ: Q.Giám đốc
Tài khoản: 9587.1.1070986 tại: Kho bạc Nhà nước Nam Từ Liêm, Hà Nội

Bên B (Bên Bán): CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC

Địa chỉ : 2/18 Đường 79, Phường Tân Quy, Quận 7, Tp.HCM, Việt Nam
Điện thoại : (84-28) 3775 3501/02/03 Fax: (84-28) 3775 3504
Tài khoản : 6360 201 127 107
Tại : Agribank - CN Tân Bình
MST : 0309810440
Đại diện : Ông Phạm Khắc Duy
Chức vụ : Giám đốc

Sau khi kiểm tra thực tế mặt hàng do bên B cung cấp, chúng tôi cùng thống nhất ký kết Biên bản thanh lý hợp đồng chi tiết như sau:

1. Bên B đã thực hiện giao hàng Sách Ngoại văn cho Bên A theo đúng Hợp đồng số: 02-IES-HVBC&TT/IES-2020, ký ngày tháng năm 2020

2. Thanh toán:

- Bên A có trách nhiệm thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B 38,966,787 đồng (Ba mươi tám triệu, chín trăm sáu mươi sáu nghìn, bảy trăm tám mươi bảy đồng) bằng chuyển khoản
- Thời hạn thanh toán: Trong vòng 07 ngày, kể từ ngày Bên B bàn giao hồ sơ thanh toán gồm: Biên bản nghiệm thu thanh lý hợp đồng, Biên bản bàn giao hàng hóa và hóa đơn tài chính.

3- Điều khoản chung:

- Sau khi Bên A thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B là 38,966,787 đồng (Ba mươi tám triệu, chín trăm sáu mươi sáu nghìn, bảy trăm tám mươi bảy đồng) thì hợp đồng số 02-IES-HVBC&TT/IES-2020, ký ngày tháng năm 2020 được thanh lý và kết thúc.
- Biên bản thanh lý Hợp đồng được lập thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản, có giá trị pháp lý như nhau.


ĐẠI DIỆN BÊN A
Q. Giám đốc
Lưu Văn An


ĐẠI DIỆN BÊN B
Giám đốc
Phạm Khắc Duy

BIÊN BẢN BÀN GIAO HÀNG HÓA

Căn cứ vào Hợp đồng số: 02-IES-HVBC&TT/IES-2020, ký ngày 3 tháng 12 năm 2020

Hôm nay, ngày tháng 12 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên nhận): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Điện thoại : 024.37546963

Đại diện là : Ông Lưu Văn An Chức vụ: Q. Giám đốc

Tài khoản: 9587.1.1070986 tại: Kho bạc Nhà nước Nam Từ Liêm, Hà Nội

Bên B (Bên giao): CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC

Địa chỉ : 2/18 Đường 79, Phường Tân Quy, Quận 7, Tp.HCM, Việt Nam

Điện thoại : (84-28) 3775 3501/02/03 Fax: (84-28) 3775 3504

Tài khoản : 6360 201 127 107

Tại : Agribank - CN Tân Bình

MST : 0309810440

Đại diện : Bà Ngô Thị Thảo Nguyên

Hai bên đã tiến hành bàn giao số sách Sách ngoại văn như sau:

Stt	ISBN	Tên sách	Nhà xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9781137610041	Volker Rittberger, Bernhard Zangl (2019), "International Organization: Polity, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2019	Macmillan Education UK	1	2,763,353	2,763,353
2	978-1568029245	Tamar Gutner (2016), International Organization: Roles in World Politics, CQ Press	SAGE Publications	1	3,658,069	3,658,069
3	978-1107439719	Jan Klabbers (2015), An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.), Cambridge University Press, 2015	Cambridge University Press	1	3,360,711	3,360,711
4	978-1138610873	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020), Routledge Handbook of Public Diplomacy 2nd Edition, Routledge	Routledge	1	3,956,747	3,956,747
5	9781506387529	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016), Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	SAGE Publications Inc	1	4,778,861	4,778,861
6	978-0367195007	Jeremy Harris Lipschultz (2020), Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	Routledge	1	3,434,060	3,434,060
7	978-1538115695	Mark V. Kauppi, Paul R. Viotti (2019) International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	Rowman & Littlefield	1	3,957,494	3,957,494
8	978-1446286050	Christopher Lamont (2015), Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	SAGE Publications Ltd	1	2,464,675	2,464,675



ISBN	Tên sách	Nhà xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
9780198791836	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	OUP	1	3,135,381	3,135,381
978-0691163703	Daniel W. Drezner (2014), Theories of International Politics and Zombies (Course Book edition), Princeton University Press	Princeton University Press	1	1,244,629	1,244,629
978-0719095818	Torbjorn Knutsen (2016), A history of International Relations theory: Third edition 3rd Edition, Manchester University Press	Manchester University Press	1	2,129,408	2,129,408
978-0745691206	Nicholas J. Cull (2019), Public Diplomacy: Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication), Polity, 1st Edition	Polity Press	1	1,543,308	1,543,308
978-1538124079	Andrei P. Tsygankov (2019), Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	Rowman & Littlefield	1	2,540,091	2,540,091
Tổng cộng			13		38,966,787

- Hàng hóa Bên B giao cho bên A là hàng mới 100% đảm bảo đúng chất lượng, chủng loại theo tiêu chuẩn của nhà sản xuất, chưa qua sử dụng, không bị rách, không bị dơ bẩn, ẩm ướt và chữ in ấn rõ ràng.
- Đại diện bên B đã bàn giao đầy đủ số lượng sách cho bên A.
- Đại diện bên A đã tiến hành kiểm tra và thống nhất đánh giá chất lượng sách đạt yêu cầu đề ra.
- Biên bản được lập thành 04 (bốn) bản, mỗi bên giữ 02 (hai) bản có giá trị như nhau kể từ ngày ký./.

ĐẠI DIỆN BÊN GIAO



Ngô Thị Thảo Nguyễn

ĐẠI DIỆN BÊN NHẬN



Q. GIÁM ĐỐC
Lưu Văn An



GIẤY ĐỀ NGHỊ THANH TOÁN

Kính gửi : - Ban Giám đốc;
- Ban Kế hoạch - Tài chính.

Tên tôi là: Nguyễn Thị Hải Yến

Đơn vị : Trung tâm Thông tin khoa học

Đề nghị: Ban Giám đốc; Ban Kế hoạch – Tài chính cho thanh toán các khoản sau:

(Gồm có:chứng từ gốc kèm theo)

STT	NỘI DUNG ĐỀ NGHỊ THANH TOÁN	SỐ TIỀN
1	Thanh toán tiền sách Ngoại văn	74,417,512
Cộng		74,417,512đ

Số tiền đề nghị thanh toán: (Bảy mươi bốn triệu, bốn trăm mười bảy nghìn, năm trăm mười hai đồng)

Ngày tháng năm 2020

Người đề nghị

Trưởng Bộ phận

Kế toán trưởng

Giám đốc

Nguyễn Thị Hải Yến

Nguyễn Thanh Thảo



CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC
INTERNATIONAL EDUCATIONAL SUPPLY CORPORATION
Mã số thuế (Tax code): 0309810440
Địa chỉ (Address): 2/18 Đường 79, Phường Tân Quy, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Điện thoại (Tel): (84-28) 377 535 01 - 377 535 02 - Fax: (84-28) 377 535 04
Email: iesservice@iesvietnam.com Website: www.iesvietnam.com

HÓA ĐƠN GIÁ TRỊ GIA TĂNG (VAT INVOICE)

Mẫu số (Form): 01GTKT3/002

Ký hiệu (Serial): NH/19P

Liên 2 (Second copy): Giao cho người mua (Customer)

Ngày (Date): 25/12/2020

Số (No.): 0000372

Họ tên khách hàng (Customer's name):

Tên đơn vị (Company's name): HỌC VIỆN ĐÀO CHỈ VÀ TUYỂN TRUYỀN

Mã số thuế (Tax code):

Địa chỉ (Address): Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Hình thức thanh toán (Payment): CK Số tài khoản (Account No.):

STT (No.)	Tên hàng hóa, dịch vụ (Description)	Đơn vị tính (Unit)	Số lượng (Quantity)	Đơn giá (Unit price)	Thành tiền (Amount)
1	2	3	4	5	6 = 4 x 5
	Hàng giáo dục các loại (Kèm bảng kê số 45 ngày 25/12/2020)				74.417.512

Cộng tiền hàng (Sub total): 74.417.512

Thuế suất GTGT (VAT rate): %

Tiền Thuế GTGT (VAT amount):

Tổng cộng tiền thanh toán (Grand total): 74.417.512

Số tiền viết bằng chữ (Amount in words): Bảy mươi bốn triệu bốn trăm mười bảy ngàn năm trăm mười hai đồng

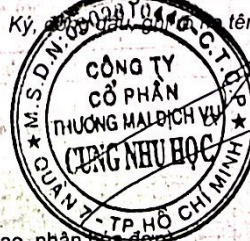
Người mua hàng (Buyer)

Ký, ghi rõ họ tên (Sign, full name)

BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI

Người bán hàng (Seller)

Ký, ghi rõ họ tên (Sign, stamp, full name)



Phạm Khắc Duy

(Cần kiểm tra, đối chiếu khi lập, giao, nhận hóa đơn)

In tại Công ty Cổ Phần Bao Bì Nguyễn Xương Thịnh - Mã số thuế: 1101575172 - ĐT: (028) 38 666 888



58

CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI - DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC
INTERNATIONAL EDUCATIONAL SUPPLY CORPORATION
Address: 2/18 Street 79, Tan Quy Ward, District 7, HCMC. Vietnam
Tel: (84-8) 37753501 - 37753502 - 37753503 Fax: (84-8) 37753504
Email: iesservice@iesvietnam.com Website: www.iesvietnam.com

BẢNG KÊ HÀNG HÓA

Số 45, Ngày 25 tháng 12 năm 2020

Tên đơn vị: **HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN**
Mã số thuế :
Địa chỉ : **Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội**
Kèm theo: **Hóa đơn NH/19P - 0000372 ngày 25 tháng 12 năm 2020**

STT	Item code #	TÊN HÀNG HÓA	SỐ LƯỢNG	ĐƠN GIÁ	THÀNH TIỀN
1	9780470673096	Advertising and Society: An Introduction	1	1,604,853	1,604,853
2	9781433103858	Advertising and Societies: Global Issues 2nd Edition	1	2,208,558	2,208,558
3	9781743314036	Public Relations: Theory and Practice 4th Edition	1	2,309,154	2,309,154
4	9780803972469	Visual Persuasion: the role of images in advertising	1	4,838,597	4,838,597
5	9781305507272	Consumer Behavior 7th Edition	1	2,911,633	2,911,633
6	9781292269245	Consumer Behavior, Global Edition, 12/E	1	2,439,718	2,439,718
7	9781631592928	Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design	1	873,150	873,150
8	9781452261072	Controversies in contemporary Advertising 2nd Edition	1	3,154,795	3,154,795
9	9780194421904	RBT: Writing 2nd Edition	1	1,550,717	1,550,717
10	9780133483185	Report It in Writing, 6th Edition	1	2,679,378	2,679,378
11	9780415254069	The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism	1	871,654	871,654
12	9781349949755	Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era	1	1,415,827	1,415,827
13	9783319367132	Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice	1	3,299,915	3,299,915
14	9783319346786	Fundamentals of Multimedia	1	3,639,663	3,639,663
15	9783662571187	Global Communication and Collaboration: Global Project Management, Global Sourcing, Cross-Cultural Competencies	1	2,612,917	2,612,917
16	9783662526422	Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence	1	4,722,429	4,722,429
17	9783319356181	Advances in Social Media Analysis	1	4,442,324	4,442,324
18	9781349499519	Journalism and Memorialization in the Age of Social Media	1	2,874,261	2,874,261
19	9783319849492	Social Media and Political Accountability - Bridging the Gap between Citizens and Politicians	1	4,367,692	4,367,692
20	9781137506146	Trans-National English in Social Media Communities	1	4,703,668	4,703,668
21	9781349957521	Journalism for Social Change in Asia Reporting Human Rights	1	4,367,692	4,367,692
22	9781484228531	Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners	1	1,419,485	1,419,485
23	9789811099410	Understanding Oriented Multimedia Content Analysis	1	4,293,078	4,293,078
24	9789811350559	Culture and Communication in Thailand	1	3,733,018	3,733,018
25	9783658069834	Social Media Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content	1	3,083,336	3,083,336
Cộng tiền hàng			25		74,417,512
Thuế suất GTGT -%			Tiền thuế GTGT		
Tổng cộng tiền thanh toán					74,417,512

HỢP ĐỒNG KINH TẾ

Số: 01-IES-HVBC&TT/IES-2020

- Căn cứ Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ban hành ngày 24/11/2015 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
- Căn cứ Bộ luật Thương mại số 36/2005/QH11 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 14/06/2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
- Căn cứ quyết định số 5863/QĐ-HVBC&TT ngày 8/12/2020 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học;
- Căn cứ vào khả năng cung cấp và nhu cầu của hai bên,

Hôm nay, ngày 9 tháng 12 năm 2020

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
Điện thoại : 024.37546963
Đại diện là : Ông Lưu Văn An Chức vụ: Q.Giám đốc
Tài khoản: 9587.1.1070986 tại: Kho bạc Nhà nước Nam Từ Liêm, Hà Nội

Bên B (Bên Bán): CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC

Địa chỉ : 2/18 Đường 79, Phường Tân Quy, Quận 7, Tp.HCM, Việt Nam
Điện thoại : (84-28) 3775 3501/02/03 Fax: (84-28) 3775 3504
Tài khoản : 6360 201 127 107
Tại : Agribank - CN Tân Bình
MST : 0309810440
Đại diện : Ông Phạm Khắc Duy
Chức vụ : Giám đốc

Hai bên thỏa thuận ký hợp đồng mua bán sách với các điều khoản sau đây:

Điều 1: Phạm vi công việc

Bên B đồng ý cung cấp các tựa sách ngoại văn dưới đây do bên A đặt mua.
Danh mục sách cung cấp:

Stt	ISBN	Tên sách	Nhà xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9780470673096	Advertising and Society: An Introduction	Wiley	1	1,604,853	1,604,853
2	9781433103858	Advertising and Societies: Global Issues 2nd Edition	Peter Lang	1	2,208,558	2,208,558
3	9781743314036	Public Relations: Theory and Practice 4th Edition	Allen & Unwin	1	2,309,154	2,309,154



Stt	ISBN	Tên sách	Nhà xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
4	9780803972469	Visual Persuasion: the role of images in advertising	SAGE	1	4,838,597	4,838,597
5	9781305507272	Consumer Behavior 7th Edition	Cengage	1	2,911,633	2,911,633
6	9781292269245	Consumer Behavior, Global Edition, 12/E	Pearson	1	2,439,718	2,439,718
7	9781631592928	Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design	Rockport Publishers	1	873,150	873,150
8	9781452261072	Controversies in contemporary Advertising 2nd Edition	Sage	1	3,154,795	3,154,795
9	9780194421904	RBT: Writing 2nd Edition	Oxford	1	1,550,717	1,550,717
10	9780133483185	Report It in Writing, 6th Edition	Pearson	1	2,679,378	2,679,378
11	9780415254069	The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism	Routledge	1	871,654	871,654
12	9781349949755	Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era	Palgrave Macmillan	1	1,415,827	1,415,827
13	9783319367132	Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice	Springer	1	3,299,915	3,299,915
14	9783319346786	Fundamentals of Multimedia	Springer	1	3,639,663	3,639,663
15	9783662571187	Global Communication and Collaboration: Global Project Management, Global Sourcing, Cross-Cultural Competencies	Springer	1	2,612,917	2,612,917
16	9783662526422	Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence	Springer	1	4,722,429	4,722,429
17	9783319356181	Advances in Social Media Analysis	Springer	1	4,442,324	4,442,324
18	9781349499519	Journalism and Memorialization in the Age of Social Media	Palgrave Macmillan	1	2,874,261	2,874,261
19	9783319849492	Social Media and Political Accountability - Bridging the Gap between Citizens and Politicians	Palgrave Macmillan	1	4,367,692	4,367,692
20	9781137506146	Trans-National English in Social Media Communities	Palgrave Macmillan	1	4,703,668	4,703,668
21	9781349957521	Journalism for Social Change in Asia Reporting Human Rights	Palgrave Macmillan	1	4,367,692	4,367,692
22	9781484228531	Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners	Apress	1	1,419,485	1,419,485
23	9789811099410	Understanding Oriented Multimedia Content Analysis	Springer	1	4,293,078	4,293,078
24	9789811350559	Culture and Communication in Thailand	Springer	1	3,733,018	3,733,018
25	9783658069834	Social Media Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content	Springer	1	3,083,336	3,083,336
Tổng cộng				25		74,417,512

Chất lượng sách đảm bảo mới, chưa qua sử dụng, không bị rách, bị ướt, bị bẩn.
 Danh mục sách này cung cấp cho Học Viện Báo Chí Và Tuyên Truyền dùng trong công việc giảng dạy và học tập.

Điều 2: Giá trị hợp đồng

- Tổng giá trị là: **74.417.512 đồng**
(Bằng chữ: Bảy mươi bốn triệu, bốn trăm mười bảy nghìn, năm trăm mười hai đồng)
Giá này đã bao gồm chi phí vận chuyển, phí nhập khẩu, phí giao hàng đến khách hàng.

Điều 3: Thời gian, địa điểm giao nhận hàng.

- Thời gian giao hàng: từ 10 -13 tuần từ ngày Hợp đồng được ký kết và có hiệu lực.
Trường hợp bất khả kháng, trong vòng 07 ngày kể từ ngày ký hợp đồng những cuốn sách bên B không cung cấp được do nhà xuất bản nước ngoài đình bản, chưa xuất bản, phải được thông báo cùng các văn bản xác nhận.
- Địa chỉ giao hàng: 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội
- Trong vòng 2 tuần kể từ khi nhận hàng, Bên A có trách nhiệm kiểm đếm và phản hồi lại cho Bên B trong trường hợp hàng hóa thiếu, hư hỏng, sai quy cách, lỗi hoặc đổi trả hàng mà lỗi do Bên B. Nếu quá thời gian quy định trên thì xem như việc giao hàng của Bên B đã hoàn tất và mọi khiếu nại về sau sẽ không thuộc trách nhiệm của Bên B

Điều 4: Thanh toán:

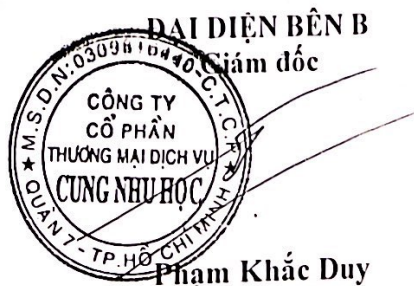
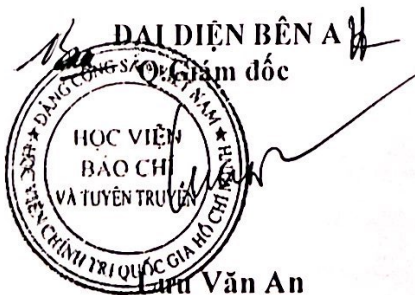
- Bên A sẽ thanh toán cho bên B bằng giá trị thực tế trong vòng 07 ngày kể từ ngày bên A nhận đủ hàng hóa và hóa đơn tài chính
- Hình thức thanh toán: tiền mặt hoặc chuyển khoản qua ngân hàng.

Điều 5: Trách nhiệm của các bên

- Trách nhiệm bên A: Bên A có trách nhiệm thanh toán cho bên B đúng như trong điều 4 và thực hiện các điều khoản khác ghi trong hợp đồng. Bên A sẽ chịu mức phạt chậm thanh toán là 0.05%/ ngày trên tổng giá trị hàng chậm thanh toán tương ứng với thời gian chậm thanh toán.
- Trách nhiệm bên B: đáp ứng đúng theo yêu cầu trong hợp đồng của bên A. Đảm bảo hàng hóa về số lượng, chất lượng, giá cả, phương thức giao hàng như trong hợp đồng. Bên B sẽ chịu mức phạt trễ hạn là 0.05% giá trị hàng giao trễ / ngày giao trễ nhưng không vượt quá 8% giá trị hợp đồng.

Điều 6: Điều khoản chung:

- Hai bên cam kết thực hiện nghiêm chỉnh các điều khoản đã ghi trong hợp đồng.
- Mọi sự thay đổi, điều chỉnh trong quá trình triển khai hợp đồng phải được hai bên thông báo với nhau bằng văn bản và cùng nhau xem xét giải quyết.
- Trong trường hợp xảy ra tranh chấp, hai bên sẽ giải quyết bằng thương lượng. Nếu không giải quyết được sẽ đệ trình lên tòa án kinh tế TP HCM, quyết định của tòa là giải pháp bắt buộc đối với hai bên.
- Hợp đồng này làm thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản và có giá trị pháp lý như nhau.
- Hợp đồng này có hiệu lực từ ngày ký



HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
TRUNG TÂM THÔNG TIN KHOA HỌC

*

ĐANG CỘNG SẢN VIỆT NAM

Hà Nội, ngày 6 tháng 4 năm 2020

DANH MỤC BỔ SUNG SÁCH NGOẠI VĂN PHỤC VỤ SINH VIÊN LÀO

Line #	Item Code #	Item's Description	Publisher	Unit	Qty	FINAL Net Cost (VND)	Extended (VND)
1	9780470673096	Advertising and Society: An Introduction	Wiley	Ea	1	1,604,853	1,604,853
2	9781433103858	Advertising and Societies: Global Issues 2nd Edition	Peter Lang	Ea	1	2,208,558	2,208,558
3	9781743314036	Public Relations: Theory and Practice 4th Edition	Allen & Unwin	Ea	1	2,309,154	2,309,154
4	9780803972469	Visual Persuasion: the role of images in advertising	SAGE	Ea	1	4,838,597	4,838,597
5	9781305507272	Consumer Behavior 7th Edition	Cengage	Ea	1	2,911,633	2,911,633
6	9781292269245	Consumer Behavior, Global Edition, 12/E	Pearson	Ea	1	2,439,718	2,439,718
7	9781631592928	Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design	Rockport Publishers	Ea	1	873,150	873,150
8	9781452261072	Controversies in contemporary Advertising 2nd Edition	Sage	Ea	1	3,154,795	3,154,795
9	9780194421904	RBT: Writing 2nd Edition	Oxford	Ea	1	1,550,717	1,550,717
10	9780133483185	Report It in Writing, 6th Edition	Pearson	Ea	1	2,679,378	2,679,378
11	9780415254069	The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism	Routledge	Ea	1	871,654	871,654
12	9781349949755	Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era	Palgrave Macmillan	Ea	1	1,415,827	1,415,827

13	9783319367132	Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice	Springer	Ea	1	3,299,915	3,299,915
14	9783319346786	Fundamentals of Multimedia	Springer	Ea	1	3,639,663	3,639,663
15	9783662571187	Global Communication and Collaboration: Global Project Management, Global Sourcing, Cross-Cultural Competencies	Springer	Ea	1	2,612,917	2,612,917
16	9783662526422	Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence	Springer	Ea	1	4,722,429	4,722,429
17	9783319356181	Advances in Social Media Analysis	Springer	Ea	1	4,442,324	4,442,324
18	9781349499519	Journalism and Memorialization in the Age of Social Media	Palgrave Macmillan	Ea	1	2,874,261	2,874,261
19	9783319849492	Social Media and Political Accountability - Bridging the Gap between Citizens and Politicians	Palgrave Macmillan	Ea	1	4,367,692	4,367,692
20	9781137506146	Trans-National English in Social Media Communities	Palgrave Macmillan	Ea	1	4,703,668	4,703,668
21	9781349957521	Journalism for Social Change in Asia Reporting Human Rights	Palgrave Macmillan	Ea	1	4,367,692	4,367,692
22	9781484228531	Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners	Apress	Ea	1	1,419,485	1,419,485
23	9789811099410	Understanding Oriented Multimedia Content Analysis	Springer	Ea	1	4,293,078	4,293,078
24	9789811350559	Culture and Communication in Thailand	Springer	Ea	1	3,733,018	3,733,018
25	9783658069834	Social Media Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content	Springer	Ea	1	3,083,336	3,083,336
TỔNG SỐ:					25		74,417,512

GIÁM ĐỐC



Nguyễn Thanh Thảo

CÔNG TY CỔ PHẦN TƯ TƯỞNG MẠI - DỊCH VỤ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN
INTERNATIONAL EDUCATIONAL SUPPLY CORPORATION
Address: 7/18, 79 Street, Tan Quy Ward, District 7, HCMC Vietnam
Tel: (84-28) 37753501/02/03 Fax: (84-28) 37753504

I.E.S. CORP. QUOTATION & PROFORMA INVOICE
QUOTE #: IES-1220002HVNC&TT
DATE: 7/11/21
REF.: HVBC&TT-BOOK
DISCOUNT: ALL DISCOUNT INCLUDED



Invoice to & Ship to:
HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
Địa chỉ: Số 36 Xuân Thủy, Xã và Phường Hồ Tây, Quận Cầu Giấy, Hà Nội
Điện thoại: 024.37546963

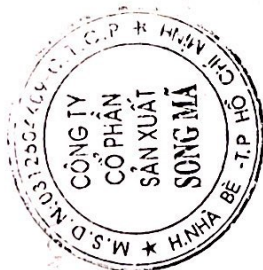
GENERAL TERMS:

- (1) THIS QUOTATION IS VALID FOR 20 DAYS ONLY.
- (2) THIS QUOTATION IS INCLUDED OF ALL TAXES, PERMITS, HANDLING, CUSTOM CLEARANCE AND OTHER F
- (3) DOOR-TO-DOOR SERVICE DELIVERY.

Line #	PO#	Item Code #	Item's Description	Publisher	Unit	Qty	FINAL Net Cost (VND)	Extended (VND)
1	IES-1220002HVNC&TT	9780470673096	Advertising and Society: An Introduction	Wiley	Ea	1	1,604,853	1,604,853
2	IES-1220002HVNC&TT	9781433103858	Advertising and Societies: Global Issues 2nd Edition	Peter Lang	Ea	1	2,208,558	2,208,558
3	IES-1220002HVNC&TT	9781743314036	Public Relations: Theory and Practice 4th Edition	Allen & Unwin	Ea	1	2,309,154	2,309,154
4	IES-1220002HVNC&TT	9780803972469	Visual Persuasion: the role of images in advertising	SAGE	Ea	1	4,838,597	4,838,597
5	IES-1220002HVNC&TT	9781305507272	Consumer Behavior 7th Edition	Cengage	Ea	1	2,911,633	2,911,633
6	IES-1220002HVNC&TT	9781292269245	Consumer Behavior, Global Edition, 12/E	Pearson	Ea	1	2,439,718	2,439,718
7	IES-1220002HVNC&TT	9781631592928	Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design	Rockport Publishers	Ea	1	873,150	873,150
8	IES-1220002HVNC&TT	9781452261072	Controversies in contemporary Advertising 2nd Edition	Sage	Ea	1	3,154,795	3,154,795
9	IES-1220002HVNC&TT	9780194421904	RBT: Writing 2nd Edition	Oxford	Ea	1	1,550,717	1,550,717
10	IES-1220002HVNC&TT	9780133483185	Report It in Writing, 6th Edition	Pearson	Ea	1	2,679,378	2,679,378
11	IES-1220002HVNC&TT	9780415254069	The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism	Routledge	Ea	1	871,654	871,654
12	IES-1220002HVNC&TT	9781349949755	Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era	Palgrave Macmillan	Ea	1	1,415,827	1,415,827
13	IES-1220002HVNC&TT	9783319367132	Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice	Springer	Ea	1	3,299,915	3,299,915
14	IES-1220002HVNC&TT	9783319346786	Fundamentals of Multimedia	Springer	Ea	1	3,639,663	3,639,663
15	IES-1220002HVNC&TT	9783662571187	Global Communication and Collaboration: Global Project Management, Global Sourcing, Cross-Cultural Competencies	Springer	Ea	1	2,612,917	2,612,917
16	IES-1220002HVNC&TT	9783662526422	Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence	Springer	Ea	1	4,722,429	4,722,429
17	IES-1220002HVNC&TT	9783319356181	Advances in Social Media Analysis	Springer	Ea	1	4,442,324	4,442,324
18	IES-1220002HVNC&TT	9781349499519	Journalism and Memorialization in the Age of Social Media	Palgrave Macmillan	Ea	1	2,874,261	2,874,261
19	IES-1220002HVNC&TT	9783319849492	Social Media and Political Accountability - Bridging the Gap between Citizens and Politicians	Palgrave Macmillan	Ea	1	4,367,692	4,367,692
20	IES-1220002HVNC&TT	9781137506146	Trans-National English in Social Media Communities	Palgrave Macmillan	Ea	1	4,703,668	4,703,668

-40002HVN&TT	9781349957521	Journalism for Social Change in Asia Reporting Human Rights	Nguyen -> Palgrave Macmillan	Ea	1	4,367,692	4,367,692
IES-1220002HVN&TT	9781484228531	Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners	Apress	Ea	1	1,419,485	1,419,485
IES-1220002HVN&TT	9789811099410	Understanding Oriented Multimedia Content Analysis	Springer	Ea	1	4,293,078	4,293,078
IES-1220002HVN&TT	9789811350559	Culture and Communication in Thailand Social Media Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content	Springer	Ea	1	3,733,018	3,733,018
IES-1220002HVN&TT	9783658069834		Springer	Ea	1	3,083,336	3,083,336
GRAND TOTAL DUE IN VND - DOOR TO DOOR DELIVERY WITHOUT ANY EXTRA FEE						25	74,417,512





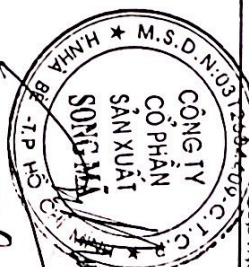
Kính gửi
HỌC VIỆN BÁO CHÍ TUYÊN TRUYỀN

Phone: 0986 335 055
Email: ctysonzma@hotmail.com

Báo giá số HVBC-SONGMA
Ngày: 7/12/2020
Ngày giao hàng:

STT	Số tham chiếu	ISBN	Tên sản phẩm/ Item's Description	Đơn vị tính/ Unit	Số lượng/Qty	Nhà cung cấp/ Vendor	Đơn giá (VNĐ)	Thành tiền (VNĐ)
1	HVBC-SONGMA	9780470673096	Advertising and Society: An Introduction	Quyển	1	Wiley	1,797,435	1,797,435
2	HVBC-SONGMA	9781433103858	Advertising and Societies: Global Issues 2nd Edition	Quyển	1	Peter Lang	2,473,585	2,473,585
3	HVBC-SONGMA	9781743314036	Public Relations: Theory and Practice 4th Edition	Quyển	1	Allen & Unwin	2,586,252	2,586,252
4	HVBC-SONGMA	9780803972469	Visual Persuasion: the role of images in advertising	Quyển	1	SAGE	5,419,229	5,419,229
5	HVBC-SONGMA	9781305507272	Consumer Behavior 7th Edition	Quyển	1	Cengage	3,261,029	3,261,029
6	HVBC-SONGMA	9781292269245	Consumer Behavior, Global Edition, 12/E	Quyển	1	Pearson	2,732,484	2,732,484
7	HVBC-SONGMA	9781631592928	Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design	Quyển	1	Rockport Publishers	977,928	977,928
8	HVBC-SONGMA	9781452261072	Controversies in contemporary Advertising 2nd Edition	Quyển	1	Sage	3,533,370	3,533,370
9	HVBC-SONGMA	9780194421904	RBT: Writing 2nd Edition	Quyển	1	Oxford	1,736,803	1,736,803
10	HVBC-SONGMA	9780133483185	Report It in Writing, 6th Edition	Quyển	1	Pearson	3,000,903	3,000,903
11	HVBC-SONGMA	9780415234069	The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism	Quyển	1	Routledge	976,252	976,252
12	HVBC-SONGMA	9781349949755	Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era	Quyển	1	Palgrave Macmillan	1,585,726	1,585,726
13	HVBC-SONGMA	9783319367132	Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice	Quyển	1	Springer	3,695,905	3,695,905
14	HVBC-SONGMA	9783319346786	Fundamentals of Multimedia	Quyển	1	Springer	4,076,423	4,076,423
15	HVBC-SONGMA	9783662571187	Global Communication and Collaboration: Global Project Management, Global Sourcing, Cross-Cultural Competencies	Quyển	1	Springer	2,926,467	2,926,467
16	HVBC-SONGMA	9783662526422	Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence	Quyển	1	Springer	5,289,120	5,289,120
17	HVBC-SONGMA	9783319356181	Advances in Social Media Analysis	Quyển	1	Springer	4,975,403	4,975,403

18	HVBC-SONGMA	978134949519	Journalism and Memorialization in the Age of Social Media	Quyển	1	Palgrave Macmillan	3,219,172	3,219,172
19	HVBC-SONGMA	9783319849492	Social Media and Political Accountability - Bridging the Gap between Citizens and Politicians	Quyển	1	Palgrave Macmillan	4,891,815	4,891,815
20	HVBC-SONGMA	9781137506146	Trans-National English in Social Media Communities	Quyển	1	Palgrave Macmillan	5,268,108	5,268,108
21	HVBC-SONGMA	978134957521	Journalism for Social Change in Asia Reporting Human Rights	Quyển	1	Springer → Palgrave Macmillan	4,891,815	4,891,815
22	HVBC-SONGMA	9781484228531	Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners	Quyển	1	Apress	1,589,823	1,589,823
23	HVBC-SONGMA	9789811099410	Understanding Oriented Multimedia Content Analysis	Quyển	1	Springer	4,808,247	4,808,247
24	HVBC-SONGMA	9789811350559	Culture and Communication in Thailand	Quyển	1	Springer	4,180,980	4,180,980
25	HVBC-SONGMA	9783658069834	Social Media Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content	Quyển	1	Springer	3,453,336	3,453,336
GRAND TOTAL DUE IN VND - DOOR TO DOOR DELIVERY WITHOUT ANY EXTRA FEE							83,347,613	



Thuyet Van Phung



Hà Nội, ngày 7/12/2020

62

EQVIET**EQVIET CO. Ltd**

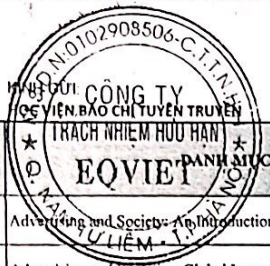
Add: No. 1, B1 – Mỹ Đình 1 – Từ Liêm – Hà Nội, Việt Nam

Tel: 84.4.62871552 Fax: 84.4.62871963

E-mail: info@eqviet.com

Web: www.eqviet.com

Hotline: 090 340 9000

**BẢO GIÁ SÁCH NHẬP KHẨU**

STT		Mã sách	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá (VND)	Thành tiền	Ghi Chú
1	Advertising and Society: An Introduction	9780470673096	Quyển	1	1,845,581	1,845,581	
2	Advertising and Societies: Global Issues 2nd Edition	9781433103858	Quyển	1	2,539,842	2,539,842	
3	Public Relations: Theory and Practice 4th Edition	9781743314036	Quyển	1	2,655,527	2,655,527	
4	Visual Persuasion: the role of images in advertising	9780803972469	Quyển	1	5,564,387	5,564,387	
5	Consumer Behavior 7th Edition	9781305507272	Quyển	1	3,348,378	3,348,378	
6	Consumer Behavior, Global Edition, 12/E	9781292269245	Quyển	1	2,805,676	2,805,676	
7	Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design	9781631592928	Quyển	1	1,004,123	1,004,123	
8	Controversies in contemporary Advertising 2nd Edition	9781452261072	Quyển	1	3,628,014	3,628,014	
9	RBT: Writing 2nd Edition	9780194421904	Quyển	1	1,783,325	1,783,325	
10	Report It in Writing, 6th Edition	9780133483185	Quyển	1	3,081,285	3,081,285	
11	The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism	9780415254069	Quyển	1	1,002,402	1,002,402	
12	Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era	9781349949755	Quyển	1	1,628,201	1,628,201	
13	Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice	9783319367132	Quyển	1	3,794,902	3,794,902	
14	Fundamentals of Multimedia	9783319346786	Quyển	1	4,185,612	4,185,612	
15	Global Communication and Collaboration: Global Project Management, Global Sourcing, Cross-Cultural Competencies	9783662571187	Quyển	1	3,004,855	3,004,855	
16	Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence	9783662526422	Quyển	1	5,430,793	5,430,793	
17	Advances in Social Media Analysis	9783319356181	Quyển	1	5,108,673	5,108,673	
18	Journalism and Memorialization in the Age of Social Media	9781349499519	Quyển	1	3,305,400	3,305,400	
19	Social Media and Political Accountability - Bridging the Gap between Citizens and Politicians	9783319849492	Quyển	1	5,022,846	5,022,846	
20	Trans-National English in Social Media Communities	9781137506146	Quyển	1	5,409,218	5,409,218	
21	Journalism for Social Change in Asia Reporting Human Rights	9781349957521	Quyển	1	5,022,846	5,022,846	
22	Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners	9781484228531	Quyển	1	1,632,408	1,632,408	
23	Understanding Oriented Multimedia Content Analysis	9789811099410	Quyển	1	4,937,040	4,937,040	
24	Culture and Communication in Thailand	9789811350559	Quyển	1	4,292,971	4,292,971	
25	Social Media Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content	9783658069834	Quyển	1	3,545,836	3,545,836	
TỔNG CỘNG						85,580,139	

QUYẾT ĐỊNH

V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 1525/QĐ-HVCTQG ngày 17/4/2020 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc giao dự toán chi đào tạo cán bộ, học viên Lào và Campuchia năm 2020 cho Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ 03 Báo giá,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học số 2/18, đường 79, phường Tân Quy, quận 7, thành phố Hồ Chí Minh.

Điều 2: Phương thức thực hiện và Giá trị Hợp đồng

- Hình thức Hợp đồng: Theo hình thức hợp đồng trọn gói;
- Giá trị Hợp đồng: 74.417.512 (Bảy mươi tư triệu bốn trăm mười bảy nghìn năm trăm mười hai đồng)
- Nguồn kinh phí: kinh phí Lào năm 2020.
- Thời gian thực hiện: 02 đến 04 tuần.
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.

Điều 3: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị hữu quan, Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học, thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành của Chính phủ, của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT, TTKH



BIÊN BẢN THANH LÝ HỢP ĐỒNG

Căn cứ vào Hợp đồng số: 01-IES-HVBC&TT/IES-2020, ký ngày tháng 12 năm 2020
Hôm nay, ngày tháng năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
Điện thoại : 024.37546963
Đại diện là : Ông Lưu Văn An Chức vụ: Q.Giám đốc
Tài khoản: 9587.1.1070986 tại: Kho bạc Nhà nước Nam Từ Liêm, Hà Nội

Bên B (Bên Bán): CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC

Địa chỉ : 2/18 Đường 79, Phường Tân Quy, Quận 7, Tp.HCM, Việt Nam
Điện thoại : (84-28) 3775 3501/02/03 Fax: (84-28) 3775 3504
Tài khoản : 6360 201.127 107
Tại : Agribank - CN Tân Bình
MST : 0309810440
Đại diện : Ông Phạm Khắc Duy
Chức vụ : Giám đốc

Sau khi kiểm tra thực tế mặt hàng do bên B cung cấp, chúng tôi cùng thống nhất ký kết Biên bản thanh lý hợp đồng chi tiết như sau:

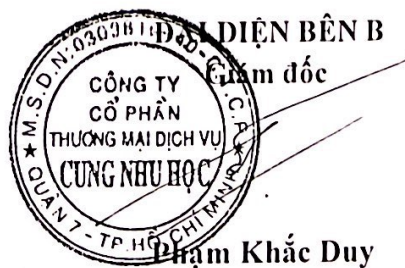
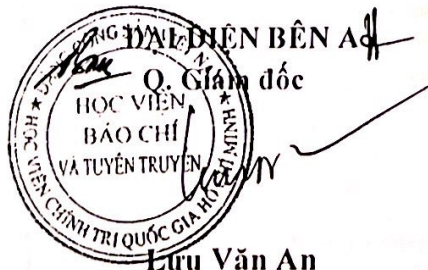
1. Bên B đã thực hiện giao hàng Sách Ngoại văn cho Bên A theo đúng Hợp đồng số: 01-IES-HVBC&TT/IES-2020, ký ngày tháng 12 năm 2020

2. Thanh toán:

- Bên A có trách nhiệm thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B **74.417.512 đồng (Bảy mươi bốn triệu, bốn trăm mười bảy nghìn, năm trăm mười hai đồng)** bằng chuyển khoản
- Thời hạn thanh toán: Trong vòng 07 ngày, kể từ ngày Bên B bàn giao hồ sơ thanh toán gồm: Biên bản nghiệm thu thanh lý hợp đồng, Biên bản bàn giao hàng hóa và hóa đơn tài chính.

3- Điều khoản chung:

- Sau khi Bên A thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B là **74.417.512 đồng (Bảy mươi bốn triệu, bốn trăm mười bảy nghìn, năm trăm mười hai đồng)** thì hợp đồng số 01-IES-HVBC&TT/IES-2020, ký ngày tháng năm 2020 được thanh lý và kết thúc.
- Biên bản thanh lý Hợp đồng được lập thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản, có giá trị pháp lý như nhau.



BIÊN BẢN BÀN GIAO HÀNG HÓA

Căn cứ vào Hợp đồng số: 01-IES-HVBC&TT/IES-2020, ký ngày tháng 12 năm 2020

Hôm nay, ngày tháng 12 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên nhận): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Điện thoại : 024.37546963

Đại diện là : Ông Lưu Văn An

Chức vụ: Q. Giám đốc

Tài khoản: 9587.1.1070986 tại: Kho bạc Nhà nước Nam Từ Liêm, Hà Nội

Bên B (Bên giao): CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ CUNG NHU HỌC

Địa chỉ : 2/18 Đường 79, Phường Tân Quy, Quận 7, Tp.HCM, Việt Nam

Điện thoại : (84-28) 3775 3501/02/03 Fax: (84-28) 3775 3504

Tài khoản : 6360 201 127 107

Tại : Agribank - CN Tân Bình

MST : 0309810440

Đại diện : Bà Ngô Thị Thảo Nguyên

Hai bên đã tiến hành bàn giao số sách Sách ngoại văn như sau:

Stt	ISBN	Tên sách	Nhà xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9780470673096	Advertising and Society: An Introduction	Wiley	1	1,604,853	1,604,853
2	9781433103858	Advertising and Societies: Global Issues 2nd Edition	Peter Lang	1	2,208,558	2,208,558
3	9781743314036	Public Relations: Theory and Practice 4th Edition	Allen & Unwin	1	2,309,154	2,309,154
4	9780803972469	Visual Persuasion: the role of images in advertising	SAGE	1	4,838,597	4,838,597
5	9781305507272	Consumer Behavior 7th Edition	Cengage	1	2,911,633	2,911,633
6	9781292269245	Consumer Behavior, Global Edition, 12/E	Pearson	1	2,439,718	2,439,718
7	9781631592928	Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design	Rockport Publishers	1	873,150	873,150
8	9781452261072	Controversies in contemporary Advertising 2nd Edition	Sage	1	3,154,795	3,154,795
9	9780194421904	RBT: Writing 2nd Edition	Oxford	1	1,550,717	1,550,717
10	9780133483185	Report It in Writing, 6th Edition	Pearson	1	2,679,378	2,679,378
11	9780415254069	The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism	Routledge	1	871,654	871,654
12	9781349949755	Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era	Palgrave Macmillan	1	1,415,827	1,415,827



69

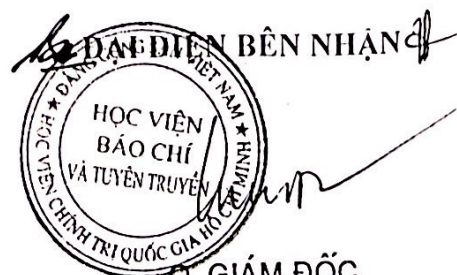
Stt	ISBN	Tên sách	Nhà xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
13	9783319367132	Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice	Springer	1	3,299,915	3,299,915
14	9783319346786	Fundamentals of Multimedia	Springer	1	3,639,663	3,639,663
15	9783662571187	Global Communication and Collaboration: Global Project Management, Global Sourcing, Cross-Cultural Competencies	Springer	1	2,612,917	2,612,917
16	9783662526422	Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence	Springer	1	4,722,429	4,722,429
17	9783319356181	Advances in Social Media Analysis	Springer	1	4,442,324	4,442,324
18	9781349499519	Journalism and Memorialization in the Age of Social Media	Palgrave Macmillan	1	2,874,261	2,874,261
19	9783319849492	Social Media and Political Accountability - Bridging the Gap between Citizens and Politicians	Palgrave Macmillan	1	4,367,692	4,367,692
20	9781137506146	Trans-National English in Social Media Communities	Palgrave Macmillan	1	4,703,668	4,703,668
21	9781349957521	Journalism for Social Change in Asia Reporting Human Rights	Palgrave Macmillan	1	4,367,692	4,367,692
22	9781484228531	Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners	Apress	1	1,419,485	1,419,485
23	9789811099410	Understanding Oriented Multimedia Content Analysis	Springer	1	4,293,078	4,293,078
24	9789811350559	Culture and Communication in Thailand	Springer	1	3,733,018	3,733,018
25	9783658069834	Social Media Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content	Springer	1	3,083,336	3,083,336
Tổng cộng				25		74,417,512

- Hàng hóa Bên B giao cho bên A là hàng mới 100% đảm bảo đúng chất lượng, chủng loại theo tiêu chuẩn của nhà sản xuất, chưa qua sử dụng, không bị rách, không bị dơ bẩn, ẩm ướt và chữ in ấn rõ ràng.
- Đại diện bên B đã bàn giao đầy đủ số lượng sách cho bên A.
- Đại diện bên A đã tiến hành kiểm tra và thống nhất đánh giá chất lượng sách đạt yêu cầu đề ra.
- Biên bản được lập thành 04 (bốn) bản, mỗi bên giữ 02 (hai) bản có giá trị như nhau kể từ ngày ký./.

ĐẠI DIỆN BÊN GIAO

Ngô Thị Thảo Nguyễn

2



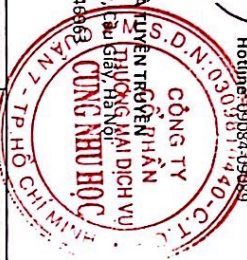
ĐẠI DIỆN BÊN NHẬN
Q. GIÁM ĐỐC

Lưu Văn An



CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ CÔNG NHU HỌC
INTERNATIONAL EDUCATIONAL SUPPLY CORPORATION
Address: 2/18, 79 Street, Tân Quý Ward, District 7, HCMC, Vietnam
Tel: (84-28) 37753501/02/03 Fax: (84-28) 37753504
Hotline: 09084-09089

Invoice to & Ship to:
HỌC VIỆN BẢO CHỈ VÀ TUYÊN TRUYỀN CÔNG NHÂN
Add: Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
Điện thoại: 024.37548808



GENERAL TERMS:

- (1) THIS QUOTATION IS VALID FOR 20 DAYS ONLY.
- (2) THIS QUOTATION IS INCLUDED OF ALL TAXES, PERMITS, HANDLING, CUSTOM CLEARANCE AND OTHER HANDLING FEES.
- (3) DOOR-TO-DOOR SERVICE DELIVERY.

IES CORP. QUOTATION & PROFORMA INVOICE
QUOTE #: IES-1220001HVB&C&TT
DATE: HVB&C&TT-BOOK
REF.: ALL DISCOUNT INCLUDED
DISCOUNT:
DELIVERY DATE:

Line #	PO#	Item Code #	Item's Description	Publisher	Unit	Qty	FINAL Net Cost (VND)	Extended (VND)	Note
1	IES-1220001HVB&C&TT	9781137610041	Volker Rittberger, Bernhard Zangl (2006). "International Organization, Policy, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2006	Macmillan Education UK	Ea	1	2,763,353	2,763,353	2006 OUT OF PRINT (REPLACE BY 2019)
2	IES-1220001HVB&C&TT	978-1568029245	Tamar Guiner (2016). International Organization: Roles in World Politics. CQ Press	SAGE Publications	Ea	1	3,658,069	3,658,069	
3	IES-1220001HVB&C&TT	978-1107439719	Jan Klabbers (2015). An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.). Cambridge University Press, 2015	Cambridge University Press	Ea	1	3,360,711	3,360,711	
4	IES-1220001HVB&C&TT	978-1138610873	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020). Routledge Handbook of Public Diplomacy 2nd Edition. Routledge	Routledge	Ea	1	3,956,747	3,956,747	
5	IES-1220001HVB&C&TT	9781506387529	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016). Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	SAGE Publications Inc	Ea	1	4,778,861	4,778,861	
6	IES-1220001HVB&C&TT	978-0367195007	Jeremy Harris Lipschultz (2020). Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	Routledge	Ea	1	3,434,060	3,434,060	
7	IES-1220001HVB&C&TT	978-1538115695	Mark V. Kauppi, Paul R. Voth (2019) International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	Rowman & Littlefield	Ea	1	3,957,494	3,957,494	
8	IES-1220001HVB&C&TT	978-1446286050	Christopher Lamont (2015). Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	SAGE Publications Ltd	Ea	1	2,464,675	2,464,675	
9	IES-1220001HVB&C&TT	9780198791836	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	OUP	Ea	1	3,135,381	3,135,381	
10	IES-1220001HVB&C&TT	978-0691163703	Daniel W. Drezner (2011). Theories of International Politics and Zombes (Course Book edition). Princeton University Press	Princeton University Press	Ea	1	1,244,629	1,244,629	2011 OUT OF PRINT (REPLACE BY 2014)
11	IES-1220001HVB&C&TT	978-0719095818	Torilbjorn Knutsen (2016). A history of International Relations theory. Third edition 3rd Edition. Manchester University Press	Manchester University Press	Ea	1	2,129,408	2,129,408	
12	IES-1220001HVB&C&TT	978-0745691206	Nicholas J. Cull (2019). Public Diplomacy: Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication), Polity, 1st Edition	Polity Press	Ea	1	1,543,308	1,543,308	
13	IES-1220001HVB&C&TT	978-1538124079	Andrei P. Tsygankov (2019). Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	Rowman & Littlefield	Ea	1	2,540,091	2,540,091	
GRAND TOTAL DUE IN VND - DOOR TO DOOR DELIVERY WITHOUT ANY EXTRA FEE						13		38,966,787	



CÔNG TY CỔ PHẦN SẢN XUẤT SONG MÃ
3/27 Tô 3, ấp 3, Nhơn Đức, Nhà Bè, TP.HCM
Phone: 0986 655 095
Email: ctysongma@hotmail.com



Kính gửi
HỌC VIỆN BÁO CHÍ TUYÊN TRUYỀN

Bảo giá số HVBC-SONGMA
Ngày:
Ngày giao hàng:

STT	Số tham chiếu	ISBN	Tên sản phẩm/ Item's Description	Đơn vị tính/ Unit	Số lượng/Qty	Nhà cung cấp/ Vendor	Đơn giá (VNĐ)	Thành tiền (VNĐ)	Ghi chú
1	HVBC-SONGMA	9781137610041	Volker Rittberger, Bernhard Zangl (2006), "International Organization: Polity, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2006	Quyển	1	Macmillan Education UK	3,094,955	3,094,955	2006 KHÔNG CÒN IN (THAY THẾ 2019)
2	HVBC-SONGMA	978-1568029245	Tamar Gutner (2016), International Organization: Roles in World Politics, CQ Press	Quyển	1	SAGE Publications	4,097,037	4,097,037	
3	HVBC-SONGMA	978-1107439719	Jan Klabbers (2015), An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.), Cambridge University Press, 2015	Quyển	1	Cambridge University Press	3,763,996	3,763,996	
4	HVBC-SONGMA	978-1138610873	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020), Routledge Handbook of Public Diplomacy, 2nd Edition, Routledge	Quyển	1	Routledge	4,431,557	4,431,557	
5	HVBC-SONGMA	9781506387529	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016), Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	Quyển	1	SAGE Publications Inc	5,352,324	5,352,324	
6	HVBC-SONGMA	978-0367195007	Jeremy Harris Lipschultz (2020), Social Media Communications: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	Quyển	1	Routledge	3,846,147	3,846,147	
7	HVBC-SONGMA	978-1538115695	Mark V. Kauppi, Paul R. Vioriti (2019), International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	Quyển	1	Rowman & Littlefield	4,432,393	4,432,393	
8	HVBC-SONGMA	978-1446286050	Christopher Lammont (2015), Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	Quyển	1	SAGE Publications Ltd	2,760,436	2,760,436	
9	HVBC-SONGMA	9780198791836	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	Quyển	1	OUP	3,511,627	3,511,627	
10	HVBC-SONGMA	978-0691163703	Daniel W. Drezner (2011), Theories of International Politics and Zombies (Course Book edition), Princeton University Press	Quyển	1	Princeton University Press	1,393,984	1,393,984	2011 KHÔNG CÒN IN (THAY THẾ 2014)
11	HVBC-SONGMA	978-0719095818	Torbjorn Knutsen (2016), A history of International Relations theory: Third edition 3rd Edition, Manchester University Press	Quyển	1	Manchester University Press	2,384,937	2,384,937	
12	HVBC-SONGMA	978-0745691206	Nicholas J. Cull (2019), Public Diplomacy: Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication) Polity, 1st Edition	Quyển	1	Polity Press	1,728,505	1,728,505	
13	HVBC-SONGMA	978-1538124079	Andrei P. Tyugankov (2019), Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	Quyển	1	Rowman & Littlefield	2,844,902	2,844,902	
GRAND TOTAL DUE IN VND - DOOR TO DOOR DELIVERY WITHOUT ANY EXTRA FEE								43,642,801	

Handwritten signature
Thuy Pham Trung

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
TRUNG TÂM THÔNG TIN KHOA HỌC

*

ĐANG CỘNG SẢN VIỆT NAM

Hà Nội, ngày 29 tháng 11 năm 2020

DANH MỤC BỔ SUNG SÁCH NGOẠI VĂN PHỤC VỤ SINH VIÊN LÀO

Line #	Item Code #	Item's Description	Publisher	Unit	Qty	FINAL Net Cost (VND)	Extended (VND)
1	9781137610041	Volker Rittberger, Bernhard Zangl (2019), "International Organization: Polity, Politics And Policies" Translation edition, Palgrave Macmillan, 2019	Macmillan Education UK	Ea	1	2,763,353	2,763,353
2	978-1568029245	Tamar Gutner (2016), International Organization: Roles in World Politics, CQ Press	SAGE Publications	Ea	1	3,658,069	3,658,069
3	978-1107439719	Jan Klabbers (2015), An Introduction to International Organizations Law (3rd ed.), Cambridge University Press, 2015	Cambridge University Press	Ea	1	3,360,711	3,360,711
4	978-1138610873	Nancy Snow & Nicholas J. Cull (2020), Routledge Handbook of Public Diplomacy 2nd Edition, Routledge	Routledge	Ea	1	3,956,747	3,956,747
5	9781506387529	Dr. David C. Thomas, Mark F. Peterson (2016), Cross-Cultural Management: Essential Concepts, SAGE Publications, 4th Edition	SAGE Publications Inc	Ea	1	4,778,861	4,778,861
6	978-0367195007	Jeremy Harris Lipschultz (2020), Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics 3rd Edition	Routledge	Ea	1	3,434,060	3,434,060
7	978-1538115695	Mark V. Kauppi, Paul R. Vioti (2019) International Relations Theory (Sixth Edition), Rowman & Littlefield Publishers	Rowman & Littlefield	Ea	1	3,957,494	3,957,494

8	978-1446286050	Christopher Lamont (2015), Research Methods in International Relations, SAGE Publications Ltd	SAGE Publications Ltd	Ea	1	2,464,675	2,464,675
9	9780198791836	Malcolm David Evans, International Law Malcolm David Evans, Oxford University Press, 2014	OUP	Ea	1	3,135,381	3,135,381
10	978-0691163703	Daniel W. Drezner (2014), Theories of International Politics and Zombies (Course Book edition), Princeton University Press	Princeton University Press	Ea	1	1,244,629	1,244,629
11	978-0719095818	Torbjorn Knutsen (2016), A history of International Relations theory: Third edition 3rd Edition, Manchester University Press	Manchester University Press	Ea	1	2,129,408	2,129,408
12	978-0745691206	Nicholas J. Cull (2019), Public Diplomacy: Foundation for Global Engagement in Digital Age (Contemporary Political Communication), Polity, 1st Edition	Polity Press	Ea	1	1,543,308	1,543,308
13	978-1538124079	Andrei P. Tsygankov (2019), Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity, Rowman & Littlefield Publishers, 5th Edition	Rowman & Littlefield	Ea	1	2,540,091	2,540,091
TỔNG SỐ:					13	38,966,787	

GIÁM ĐỐC



Nguyễn Thanh Thảo

HỌC VIỆN C
HỌC VIỆN BÁC
Số: 58/5

Hà Nội, ngày 12 tháng 1 năm 2020

Số: 5853/QĐ-HVBCTT

QUYẾT ĐỊNH

V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 1525/QĐ-HVCTQG ngày 17/4/2020 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc giao dự toán chi đào tạo cán bộ, học viên Lào và Campuchia năm 2020 cho Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ 03 Báo giá,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học số 2/18, đường 79, phường Tân Quy, quận 7, thành phố Hồ Chí Minh.

Điều 2: Phương thức thực hiện và Giá trị Hợp đồng

- Hình thức Hợp đồng: Theo hình thức hợp đồng trọn gói;
- Giá trị Hợp đồng: 39.966.787 (Ba mươi chín triệu chín trăm sáu mươi sáu nghìn bảy trăm tám bảy đồng)
- Nguồn kinh phí: kinh phí Lào năm 2020.
- Thời gian thực hiện: 02 đến 04 tuần.
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.

Điều 3: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị hữu quan, Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học, thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành của Chính phủ, của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT, TTKH



Hà Nội, ngày 02 tháng 12 năm 2020

QUYẾT ĐỊNH

V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 1525/QĐ-HVCTQG ngày 17/4/2020 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc giao dự toán chi đào tạo cán bộ, học viên Lào và Campuchia năm 2020 cho Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ 03 Báo giá,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học số 2/18, đường 79, phường Tân Quý, quận 7, thành phố Hồ Chí Minh.

Điều 2: Phương thức thực hiện và Giá trị Hợp đồng

- Hình thức Hợp đồng: Theo hình thức hợp đồng trọn gói;
- Giá trị Hợp đồng: 39.966.787 (Ba mươi chín triệu chín trăm sáu mươi sáu nghìn bảy trăm tám bảy đồng)
- Nguồn kinh phí: kinh phí Lào năm 2020.
- Thời gian thực hiện: 02 đến 04 tuần.
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.

Điều 3: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị hữu quan, Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học, thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành của Chính phủ, của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT, TTKH



Số: 5853 QĐ-HVBC&TT

Hà Nội, ngày 10 tháng 12 năm 2020

QUYẾT ĐỊNH

V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 1525/QĐ-HVCTQG ngày 17/4/2020 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc giao dự toán chi đào tạo cán bộ, học viên Lào và Campuchia năm 2020 cho Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ 03 Báo giá,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học số 2/18, đường 79, phường Tân Quý, quận 7, thành phố Hồ Chí Minh.

Điều 2: Phương thức thực hiện và Giá trị Hợp đồng

- Hình thức Hợp đồng: Theo hình thức hợp đồng trọn gói;
- Giá trị Hợp đồng: 39.966.787 (Ba mươi chín triệu chín trăm sáu mươi sáu nghìn bảy trăm tám bảy đồng)
- Nguồn kinh phí: kinh phí Lào năm 2020.
- Thời gian thực hiện: 4 đến 6 tuần.
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.

Điều 3: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị hữu quan, Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học, thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành của Chính phủ, của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT, TV

Q. GIÁM ĐỐC



Lưu Văn An

QUYẾT ĐỊNH

V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 1525/QĐ-HVCTQG ngày 17/4/2020 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc giao dự toán chi đào tạo cán bộ, học viên Lào và Campuchia năm 2020 cho Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ 03 Báo giá,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học số 2/18, đường 79, phường Tân Quy, quận 7, thành phố Hồ Chí Minh.

Điều 2: Phương thức thực hiện và Giá trị Hợp đồng

- Hình thức Hợp đồng: Theo hình thức hợp đồng trọn gói;
- Giá trị Hợp đồng: 39.966.787 (Ba mươi chín triệu chín trăm sáu mươi sáu nghìn bảy trăm tám bảy đồng)
- Nguồn kinh phí: kinh phí Lào năm 2020.
- Thời gian thực hiện: 02 đến 04 tuần.
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.

Điều 3: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị hữu quan, Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học, thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành của Chính phủ, của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT, TTKH

Q. GIÁM ĐỐC



Lưu Văn An

Số: ~ QĐ-HVBC&TT

Hà Nội, ngày 15 tháng 12 năm 2020

QUYẾT ĐỊNH

V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 1525/QĐ-HVCTQG ngày 17/4/2020 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc giao dự toán chi đào tạo cán bộ, học viên Lào và Campuchia năm 2020 cho Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ 03 Báo giá,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học số 2/18, đường 79, phường Tân Quy, quận 7, thành phố Hồ Chí Minh.

Điều 2: Phương thức thực hiện và Giá trị Hợp đồng

- Hình thức Hợp đồng: Theo hình thức hợp đồng trọn gói;
- Giá trị Hợp đồng: 74.417.512 (Bảy mươi tư triệu bốn trăm mười bảy nghìn năm trăm mười hai đồng)
- Nguồn kinh phí: kinh phí Lào năm 2020.
- Thời gian thực hiện: 4 đến 6 tuần.
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.

Điều 3: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị hữu quan, Công ty Cổ phần Thương mại - Dịch vụ Cung Nhu Học, thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành của Chính phủ, của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền. 

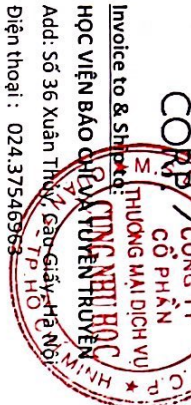
Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT,TV

Q. GIÁM ĐỐC



CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI - DỊCH VỤ CÔNG NHỊ HỌC
INTERNATIONAL EDUCATIONAL SUPPLY CORPORATION
Address: 2/18, 79 Street., Tan Quy Ward, District 7 ,HCMC, Vietnam
Tel: (84-28) 37753501/02/03 Fax: (84-28) 37753504
Hotline: 09028109089



IES. CORP. QUOTATION & PROFORMA INVOICE
QUOTE #: IES-1220002HVNC&TT
DATE:
REF.: HVBC&TT-BOOK
DISCOUNT: ALL DISCOUNT INCLUDED

GENERAL TERMS:

- (1) THIS QUOTATION IS VALID FOR 20 DAYS ONLY.
- (2) THIS QUOTATION IS INCLUDED OF ALL TAXES, PERMITS, HANDLING, CUSTOM CLEARANCE AND OTHER +
- (3) DOOR-TO-DOOR SERVICE DELIVERY.

Line #	PO#	Item Code #	Item's Description	Publisher	Unit	Qty	FINAL Net Cost (VND)	Extended (VND)
1	IES-1220002HVNC&TT	9780470673096	Advertising and Society: An Introduction	Wiley	Ea	1	1,604,853	1,604,853
2	IES-1220002HVNC&TT	9781433103858	Advertising and Societies: Global Issues 2nd Edition	Peter Lang	Ea	1	2,208,558	2,208,558
3	IES-1220002HVNC&TT	9781743314036	Public Relations: Theory and Practice 4th Edition	Allen & Unwin	Ea	1	2,309,154	2,309,154
4	IES-1220002HVNC&TT	9780803972469	Visual Persuasion: the role of images in advertising	SAGE	Ea	1	4,838,597	4,838,597
5	IES-1220002HVNC&TT	9781305507272	Consumer Behavior 7th Edition	Gengage	Ea	1	2,911,633	2,911,633
6	IES-1220002HVNC&TT	9781292269245	Consumer Behavior, Global Edition, 12/E	Pearson	Ea	1	2,439,718	2,439,718
7	IES-1220002HVNC&TT	9781631592928	Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design	Rockport Publishers	Ea	1	873,150	873,150
8	IES-1220002HVNC&TT	9781452261072	Controversies in contemporary Advertising 2nd Edition	Sage	Ea	1	3,154,795	3,154,795
9	IES-1220002HVNC&TT	9780194421904	RBT: Writing 2nd Edition	Oxford	Ea	1	1,550,717	1,550,717
10	IES-1220002HVNC&TT	9780133483185	Report It in Writing, 6th Edition	Pearson	Ea	1	2,679,378	2,679,378
11	IES-1220002HVNC&TT	97804155254069	The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism	Routledge	Ea	1	871,654	871,654
12	IES-1220002HVNC&TT	9781349949755	Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era	Palgrave Macmillan	Ea	1	1,415,827	1,415,827
13	IES-1220002HVNC&TT	9783319367132	Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice	Springer	Ea	1	3,299,915	3,299,915
14	IES-1220002HVNC&TT	9783319346786	Fundamentals of Multimedia	Springer	Ea	1	3,639,663	3,639,663
15	IES-1220002HVNC&TT	9783662571187	Global Communication and Collaboration: Global Project Management, Global Sourcing, Cross-Cultural Competencies	Springer	Ea	1	2,612,917	2,612,917
16	IES-1220002HVNC&TT	9783662526422	Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence	Springer	Ea	1	4,722,429	4,722,429
17	IES-1220002HVNC&TT	9783319356181	Advances in Social Media Analysis	Springer	Ea	1	4,442,324	4,442,324
18	IES-1220002HVNC&TT	9781349499519	Journalism and Memorialization in the Age of Social Media	Palgrave Macmillan	Ea	1	2,874,261	2,874,261
19	IES-1220002HVNC&TT	9783319849492	Social Media and Political Accountability - Bridging the Gap between Citizens and Politicians	Palgrave Macmillan	Ea	1	4,367,692	4,367,692
20	IES-1220002HVNC&TT	9781137506146	Trans-National English in Social Media Communities	Palgrave Macmillan	Ea	1	4,703,668	4,703,668



22	IES-1220002HVNC&TT	9781349957521	Journalism for Social Change in Asia Reporting Human Rights	eger --> Palgrave Macm	Ea	1	4,367,692	4,367,692
23	IES-1220002HVNC&TT	9781484228531	Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners	Apres	Ea	1	1,419,485	1,419,485
24	IES-1220002HVNC&TT	9789811099410	Understanding Oriented Multimedia Content Analysis	Springer	Ea	1	4,293,078	4,293,078
25	IES-1220002HVNC&TT	9789811350559	Culture and Communication in Thailand	Springer	Ea	1	3,733,018	3,733,018
	IES-1220002HVNC&TT	9783658069834	Social Media Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content	Springer	Ea	1	3,083,336	3,083,336
GRAND TOTAL DUE IN VND - DOOR TO DOOR DELIVERY WITHOUT ANY EXTRA FEE							25	74,417,512





CÔNG TY CỔ PHẦN SẢN XUẤT SONG MÃ
3/27 Tô 3, Ấp 3, Nhơn Đức, Nhà Bè, Tp.HCM
Phone: 0966 685 005
Email: ctysongma@hotmail.com

Bảo giá số HVBC-SONGMA
Ngày:
Ngày giao hàng:



Kính gửi
HỌC VIỆN BÁO CHÍ TUYÊN TRUYỀN

STT	Số tham chiếu	ISBN	Tên sản phẩm/Item's Description	Đơn vị/Unit	Số lượng/Qty	Nhà cung cấp/Vendor	Đơn giá (VND)	Thành tiền (VND)
1	HVBC-SONGMA	9780470673096	Advertising and Society: An Introduction	Quyển	1	Wiley	1,797,435	1,797,435
2	HVBC-SONGMA	9781433103858	Advertising and Societies: Global Issues 2nd Edition	Quyển	1	Peter Lang	2,473,585	2,473,585
3	HVBC-SONGMA	9781743314036	Public Relations: Theory and Practice 4th Edition	Quyển	1	Allen & Unwin	2,586,252	2,586,252
4	HVBC-SONGMA	9780803972469	Visual Persuasion: the role of images in advertising	Quyển	1	SAGE	5,419,229	5,419,229
5	HVBC-SONGMA	9781305507272	Consumer Behavior 7th Edition	Quyển	1	Cengage	3,261,029	3,261,029
6	HVBC-SONGMA	9781292269245	Consumer Behavior, Global Edition, 12/E	Quyển	1	Pearson	2,732,484	2,732,484
7	HVBC-SONGMA	9781631592928	Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design	Quyển	1	Rockport Publishers	977,928	977,928
8	HVBC-SONGMA	9781452261072	Controversies in contemporary Advertising 2nd Edition	Quyển	1	Sage	3,533,370	3,533,370
9	HVBC-SONGMA	9780194421904	RBT: Writing 2nd Edition	Quyển	1	Oxford	1,736,803	1,736,803
10	HVBC-SONGMA	9780133483185	Report It in Writing, 6th Edition	Quyển	1	Pearson	3,000,903	3,000,903
11	HVBC-SONGMA	9780415254069	The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism	Quyển	1	Routledge	976,252	976,252
12	HVBC-SONGMA	9781349949755	Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era	Quyển	1	Palgrave Macmillan	1,585,726	1,585,726
13	HVBC-SONGMA	9783319367132	Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice	Quyển	1	Springer	3,695,905	3,695,905
14	HVBC-SONGMA	9783319346786	Fundamentals of Multimedia	Quyển	1	Springer	4,076,423	4,076,423
15	HVBC-SONGMA	9783662571187	Global Communication and Collaboration: Global Project Management, Global Sourcing, Cross-Cultural Competencies	Quyển	1	Springer	2,926,467	2,926,467
16	HVBC-SONGMA	9783662526422	Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence	Quyển	1	Springer	5,289,120	5,289,120
17	HVBC-SONGMA	9783319356181	Advances in Social Media Analysis	Quyển	1	Springer	4,975,403	4,975,403



18	HVBC-SONGMA	978134949519	Journalism and Memorialization in the Age of Social Media	Quyên	1	Palgrave Macmillan	3,219,172	3,219,172
19	HVBC-SONGMA	9783319849492	Social Media and Political Accountability - Bridging the Gap between Citizens and Politicians	Quyên	1	Palgrave Macmillan	4,891,815	4,891,815
20	HVBC-SONGMA	9781137506146	Trans-National English in Social Media Communities	Quyên	1	Palgrave Macmillan	5,268,108	5,268,108
21	HVBC-SONGMA	9781349957521	Journalism for Social Change in Asia Reporting Human Rights	Quyên	1	Springer → Palgrave Macmillan	4,891,815	4,891,815
22	HVBC-SONGMA	9781484228531	Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners	Quyên	1	Apress	1,589,823	1,589,823
23	HVBC-SONGMA	9789811099410	Understanding Oriented Multimedia Content Analysis	Quyên	1	Springer	4,808,247	4,808,247
24	HVBC-SONGMA	9789811350559	Culture and Communication in Thailand	Quyên	1	Springer	4,180,980	4,180,980
25	HVBC-SONGMA	9783658069834	Social Media Fundamentals, Models, and Ranking of User-Generated Content	Quyên	1	Springer	3,453,336	3,453,336
GRAND TOTAL DUE IN VND - DOOR TO DOOR DELIVERY WITHOUT ANY EXTRA FEE							83,347,613	



 H.NHA BÉ - T.P. HỒ

 CÔNG TY CỔ PHẦN SẢN XUẤT SONG MA

Thủy Tiên Trung



 H.NHA BÉ - T.P. HỒ

 CÔNG TY CỔ PHẦN SẢN XUẤT SONG MA

Kính gửi: HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Căn cứ vào Hợp đồng số **02-IES-HVBC&TT/IES-2020** ngày tháng năm 2020, Công ty CP TM DV Cung Nhu Học sẽ cung cấp sách ngoại văn cho Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Chúng tôi đã tiến hành đặt hàng toàn bộ danh mục sách theo Hợp đồng **02-IES-HVBC&TT/IES-2020** với các nhà xuất bản nước ngoài

Hiện nay đang là thời gian nghỉ lễ Giáng sinh và năm mới của các đối tác nước ngoài do vậy tình hình sản xuất kinh doanh cũng như tiến độ vận chuyển, giao hàng cho Hợp đồng có sự chậm trễ.

Vì lẽ trên,

Bằng công văn này chúng tôi muốn gửi đến quý khách hàng sự chia sẻ và cho phép chúng tôi được bàn giao số lượng sách theo Hợp đồng trong Quý 1 năm 2021.

Chúng tôi cam kết sẽ bàn giao đầy đủ số sách theo Hợp đồng vào đúng thời gian trên.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn!

CÔNG TY CP TM DV CUNG NHU HỌC



PHẠM KHẮC DUY

Kính gửi: HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Số 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Căn cứ vào Hợp đồng số **01-IES-HVBC&TT/IES-2020** ngày tháng năm 2020, Công ty CP TM DV Cung Nhu Học sẽ cung cấp sách ngoại văn cho Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Chúng tôi đã tiến hành đặt hàng toàn bộ danh mục sách theo Hợp đồng **01-IES-HVBC&TT/IES-2020** với các nhà xuất bản nước ngoài

Hiện nay đang là thời gian nghỉ lễ Giáng sinh và năm mới của các đối tác nước ngoài do vậy tình hình sản xuất kinh doanh cũng như tiến độ vận chuyển, giao hàng cho Hợp đồng có sự chậm trễ.

Vì lẽ trên,

Bằng công văn này chúng tôi muốn gửi đến quý khách hàng sự chia sẻ và cho phép chúng tôi được bàn giao số lượng sách theo Hợp đồng trong Quý 1 năm 2021.

Chúng tôi cam kết sẽ bàn giao đầy đủ số sách theo Hợp đồng vào đúng thời gian trên.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn!

CÔNG TY CP TM DV CUNG NHU HỌC



PHẠM KHẮC DUY

GIẤY ĐỀ NGHỊ THANH TOÁN

Kính gửi : - Ban Giám đốc;
- Phòng Kế hoạch - Tài vụ.

Tên tôi là: Nguyễn Thị Hải Yến

Đơn vị : Trung tâm Thông tin khoa học

Đề nghị: Ban Giám đốc; Ban Kế hoạch – Tài chính cho thanh toán các khoản sau:

(Gồm có:chứng từ gốc kèm theo)

STT	NỘI DUNG ĐỀ NGHỊ THANH TOÁN	SỐ TIỀN
1	Thanh toán tiền Sách ngoại văn HD 0000074	58.335.000
Cộng		58.335.000

Số tiền đề nghị thanh toán: (Năm mươi tám triệu, ba trăm ba mươi lăm nghìn đồng chẵn)

Ngày tháng năm 2020

Người đề nghị

Trưởng Bộ phận

Kế toán trưởng

Giám đốc

Nguyễn Thị Hải Yến

Nguyễn Thanh Thảo

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
TRUNG TÂM THÔNG TIN KHOA HỌC

DANG CỘNG SẢN VIỆT NAM

DANH MỤC SÁCH NGOẠI VĂN PHỤC VỤ CHƯƠNG TRÌNH MIDDLESEX
Tài liệu bắt buộc

No.	ISBN	Titles	Author	Publisher	Pub Year	Qty (copy)	Price (VND)	Status of Stock	Delivery from date of Customer's Order
1	9780415347167	Brands: meaning and value in media culture	Adam Arvidsson	Routledge	2006	1	2,131,000	UK (3-4 weeks)	6-8 weeks
2	9780415251839	Brands: the logos of the global economy	Celia Lury	Routledge	2004	1	1,963,000	UK (3-4 weeks)	6-8 weeks
3	9781845203849	The rise of brands	Liz Moor	Berg Publishers	2007	1	2,216,000	UK	4-6 weeks
4	9780415141321	Studies in advertising and consumption	Mica Nava, Andrew Blake	Routledge	1997	1	1,504,000	SING (7-10 days)	4-6 weeks
5	9781578517749	How brands become icons: the principles of cultural branding	Douglas B. Holt	Harvard Business Review Press	2004	1	2,169,000	UK	4-6 weeks
6	9781787560796	Internet celebrity: understanding fame online	Crystal Abidin	Emerald Publishing	2018	1	1,876,000	US	4-6 weeks
7	9780500518984	The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later, 3rd edition	Barry P.	Thames & Hudson	2016	1	1,373,000	SING	4-6 weeks
8	9780091955021	Lateral Thinking, An Introduction	De Bono E.	Vernillion	2014	1	1,286,000	UK, 9cps	4-6 weeks
9	9780500517246	Hegarty on Creativity: There are No Rules	Hegarty J.	Thames & Hudson	2014	1	662,000	SING	4-6 weeks
10	9781780670003	Copywriting: successful writing for design, advertising and marketing, 2nd Edition	Shaw M.	Lawrence King	2012	1	1,832,000	US	4-6 weeks
11	9781780671680	100 ways to create a Great Ad, Lawrence King, London	Collins T.	Lawrence King	2014	1	2,153,000	US	4-6 weeks

12	9780134105109	The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines and Templates for Getting Content Right	Casey Meghan	New Riders	2015	1	1,373,000	SING, low stock	4-6 weeks
13	9780500292853	Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print, Moving Image and Digital Media. 6E	Dabner D. and Stewart S.	Thames and Hudson	2017	1	1,278,000	SING	4-6 weeks
14	9781118905555	Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content	Handley A.	Wiley	2014	1	1,037,000	SING (4-6 weeks)	6-8 weeks
15	9781449341909	WordPress: the missing manual, 2E	MacDonald M.	O'Reilly Media	2014	1	1,943,000	US	4-6 weeks
16	9780321884480	Mobile Usability	Nielsen Jakob	New Riders	2013	1	6,063,000	US	4-6 weeks
17	9781937434465	Intelligent content: A primer	Rockley A., Cooper C. and Abel S.	XML Press	2015	1	1,772,000	UK, lcp	4-6 weeks
18	9781118980828	Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 5th Edition	Wheeler Alina	Wiley	2018	1	1,825,000	SING (4-6 weeks)	6-8 weeks
19	9781621534815	Advertising Design and Typography	White Alex	Allworth	2015	1	1,943,000	US	4-6 weeks
20	9780199689453	Social Research Methods, 5th Edition	Bryman A.	Oxford University	2016	1	3,991,000	US	4-6 weeks
21	9781138188693	Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit	Calandro A. and Gandini A.	Routledge	2017	1	2,132,000	UK (3-4 weeks)	6-8 weeks
22	9781259548147	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 11E	Belch G. and Belch M.	McGraw Hill	2018	1	8,706,000	US	4-6 weeks
23	9781473997998	Advertising and Promotion, 4 Edition	Hackley C. and Rungpaka Amy Hackley	Sage	2018	1	2,216,000	UK	4-6 weeks
24	9781849711142	How to Win Campaigns: Communications for change, 2nd Edition	Rose C.	Taylor and Francis	2010	1	1,336,000	SING (7-10 days)	4-6 weeks
25	9780745639833	Promotional Culture: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding	Davis A.	Polity Press	2013	1	1,803,000	UK	4-6 weeks

26	9781849207867	How to do Media and Cultural Studies, Second Edition	Jane Stokes	Sage	2013	1	1,752,000	UK	4-6 weeks
		Total				26	58,335,000		

GIÁM ĐỐC

[Signature]

Nguyễn Thanh Thảo

[Signature]

Số: 6339 QD-HVBC&TT

Hà Nội, ngày 10 tháng 12 năm 2019

QUYẾT ĐỊNH

**V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn
cho Trung tâm thông tin khoa học**

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 3219/QĐ-HVBC&TT ngày 20/7/2018 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc quy định chế độ chi chương trình cử nhân quốc tế Middlesex giai đoạn 2016-2019;
- Căn cứ ba báo giá.

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học - Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn

- Giấy phép kinh doanh số 0313394049 đăng ký lần đầu ngày 11 tháng 8 năm 2015
- Ngày cấp 11 tháng 8 năm 2015, cấp Chương loại khoản: 3-754-190-194
- Địa điểm giao dịch: 46/23 Trần Quang Diệu-Phường 14-Quận 3-TP Hồ Chí Minh
- Giá trị Hợp đồng: 58,335,000 đồng
(Bằng chữ: Năm tám triệu, ba trăm ba lăm nghìn đồng)
- Thời gian thực hiện: từ ngày 11/12/2019 đến 11/02/2020
- Nguồn kinh phí: Từ nguồn thu
- Hình thức Hợp đồng: trọn gói;
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Điều 2: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị liên quan, Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành về mua sắm, sửa chữa tài sản công của Chính phủ, của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền. /

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT,TV



**SAIGON
BOOK**

HÓA ĐƠN GIÁ TRỊ GIA TĂNG

Mẫu số: 01GTKT3/001

Ký hiệu: SG/15P

Số: 0000074

Liên 2: Giao cho người mua

Ngày: 29 tháng 01 năm 2020

Đơn vị bán hàng: **CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN**Mã số thuế : **0313394049**

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, Thành Phố Hồ Chí Minh

Số điện thoại : 08 3846 6042 - Hotline : 09 117 36036 - Email: sachsaigon@yahoo.com.vn

Số tài khoản : 10201 0002 330044 tại Ngân hàng Vietinbank - CN 2 TP.HCM

Họ tên người mua hàng:

Tên đơn vị: Học viện Báo chí và Tuyên truyền.....

Mã số thuế:

Địa chỉ: 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.....

Hình thức thanh toán: Chuyển khoản.....

STT	Tên hàng hóa, dịch vụ	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1	2	3	4	5	6 = 4 x 5
1	Sách ngoại văn phục vụ học tập và giảng dạy (danh mục đính kèm) theo Hợp đồng số 115	Quyển	26		58.335.000

Cộng tiền hàng: 58.335.000

Thuế suất GTGT: %

Tiền thuế GTGT: 0

Tổng cộng tiền thanh toán: 58.335.000

Số tiền viết bằng chữ: Năm mươi tám triệu, ba trăm ba mươi lăm nghìn đồng chẵn

Người mua hàng
(Ký, ghi rõ họ tên)

Y
Nguyễn Thị Hải Yến

Người bán hàng
(Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên)

(Cần kiểm tra, đối chiếu khi lập, giao, nhận hóa đơn)

LÊ QUANG TRUNG

In Tại Công Ty TNHH Thương Mại Ngũ Gia Phát, Mã Số Thuế: 0311942758, Hotline: 093 893 1809

DANH MỤC SÁCH NGOẠI VĂN

Đính kèm hóa đơn số : SG/15P 0000074 ngày 29/4/2020

Tên DV mua hàng : **HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN**

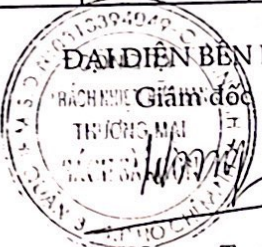
Địa chỉ : 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy - Hà nội

Mã số thuế :

Hình thức thanh toán : Chuyển khoản

TT	Mã sách	Tên sách	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1	9780415347167	Brands: meaning and value in media culture	1	2,131,000	2,131,000
2	9780415251839	Brands: the logos of the global economy	1	1,963,000	1,963,000
3	9781845203849	The rise of brands	1	2,216,000	2,216,000
4	9780415141321	Studies in advertising and consumption	1	1,504,000	1,504,000
5	9781578517749	How brands become icons: the principles of cultural branding	1	2,169,000	2,169,000
6	9781787560796	Internet celebrity: understanding fame online	1	1,876,000	1,876,000
7	9780500518984	The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later, 3rd edition	1	1,373,000	1,373,000
8	9780091955021	Lateral Thinking, An Introduction	1	1,286,000	1,286,000
9	9780500517246	Hegarty on Creativity: There are No Rules	1	662,000	662,000
10	9781780670003	Copywriting: successful writing for design, advertising and marketing, 2nd Edition	1	1,832,000	1,832,000
11	9781780671680	100 ways to create a Great Ad, Lawrence King, London	1	2,153,000	2,153,000
12	9780134105109	The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines and Templates for Getting Content Right	1	1,373,000	1,373,000
13	9780500292853	Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print, Moving Image and Digital Media, 6E	1	1,278,000	1,278,000
14	9781118905555	Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content	1	1,037,000	1,037,000
15	9781449341909	WordPress: the missing manual, 2E	1	1,943,000	1,943,000
16	9780321884480	Mobile Usability	1	6,063,000	6,063,000

TT	Mã sách	Tên sách	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
17	9781937434465	Intelligent content: A primer	1	1,772,000	1,772,000
18	9781118980828	Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 5th Edition	1	1,825,000	1,825,000
19	9781621534815	Advertising Design and Typography	1	1,943,000	1,943,000
20	9780199689453	Social Research Methods, 5th Edition	1	3,991,000	3,991,000
21	9781138188693	Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit	1	2,132,000	2,132,000
22	9781259548147	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 11E	1	8,706,000	8,706,000
23	9781473997998	Advertising and Promotion, 4 Edition	1	2,216,000	2,216,000
24	9781849711142	How to Win Campaigns: Communications for change, 2nd Edition	1	1,336,000	1,336,000
25	9780745639833	Promotional Culture: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding	1	1,803,000	1,803,000
26	9781849207867	How to do Media and Cultural Studies, Second Edition	1	1,752,000	1,752,000
Tổng cộng			26		58,335,000


 ĐÀO DIỄN BÊN BÁN
 Giám đốc
 THƯ VIỆN QUỐC GIA
 11/09/2017
 Lê Quang Trung



CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN
Địa chỉ: 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, quận 3, Tp. HCM
Email: sachsaigon@yahoo.com.vn

Ngày tháng năm

BẢO GIÁ SÁCH NGOÀI VÂN NHẬP KHẨU

Kính gửi: Học viện Bảo chí và Tuyên truyền

STT	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VNĐ)	Tổng trị giá (VNĐ)	Kho hàng	Thời gian cung cấp
1	9780415347167	Brands: meaning and value in media culture	Adam Arvidsson	Routledge	2006	1	2.131.000	2.131.000	UK	6-8 tuần
2	9780415251839	Brands: the logos of the global economy	Celia Lury	Routledge	2004	1	1.963.000	1.963.000	UK	6-8 tuần
3	9781845203849	The rise of brands	Liz Moor	Berg Publishers	2007	1	2.216.000	2.216.000	UK	4-6 tuần
4	9780415141321	Studies in advertising and consumption	Mica Nava, Andrew Blake	Routledge	1997	1	1.504.000	1.504.000	SING	4-6 tuần
5	9781578517749	How brands become icons: the principles of cultural branding	Douglas B. Holt	Harvard Business Emerald Publishing	2004	1	2.169.000	2.169.000	UK	4-6 tuần
6	9781787560796	Internet celebrity: understanding fame online	Crystal Abidin	Thames & Hudson	2018	1	1.876.000	1.876.000	US	4-6 tuần
7	9780500518984	The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later, 3rd edition	Barry P. De Bono E.	Thames & Hudson	2016	1	1.373.000	1.373.000	SING	4-6 tuần
8	9780091955021	Lateral Thinking. An Introduction	Hegarty J.	Vernillion	2014	1	1.286.000	1.286.000	UK	4-6 tuần
9	9780500517246	Hegarty on Creativity: There are No Rules	Shaw M.	Lawrence King	2012	1	1.832.000	1.832.000	US	4-6 tuần
10	9781780670003	Copywriting: successful writing for design, advertising and marketing. 2nd Edition	Collins T.	Lawrence King	2014	1	2.153.000	2.153.000	US	4-6 tuần
11	9781780671680	100 ways to create a Great Ad, Lawrence King, London	Casey Meghan	New Riders	2015	1	1.373.000	1.373.000	SING	4-6 tuần
12	9780134105109	The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines and Templates for Getting Content Right	Dabner D. and Stewart S.	Thames and Hudson	2017	1	1.278.000	1.278.000	SING	4-6 tuần
13	9780500292853	Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print. Moving Image and Digital Media. 6E	Handley A.	Wiley	2014	1	1.037.000	1.037.000	SING	6-8 tuần
14	9781118905555	Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content	MacDonald M.	O'Reilly Media	2014	1	1.943.000	1.943.000	US	4-6 tuần
15	9781449341909	WordPress: the missing manual. 2E								

STT	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)	Kho hàng	Thời gian cung cấp
16	9780321884480	Mobile Usability	Nielsen Jakob	New Riders	2013	1	6.063.000	6.063.000	US	4-6 tuần
17	9781937434465	Intelligent content: A primer	Rockley A., Cooper C. and Abel S.	XML Press	2015	1	1.772.000	1.772.000	UK	4-6 tuần
18	9781118980828	Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 5th Edition	Wheeler Alina	Wiley	2018	1	1.825.000	1.825.000	SING	6-8 tuần
19	9781621534815	Advertising Design and Typography	White Alex	Allworth	2015	1	1.943.000	1.943.000	US	4-6 tuần
20	9780199689453	Social Research Methods, 5th Edition	Bryman A.	Oxford University	2016	1	3.991.000	3.991.000	US	4-6 tuần
21	9781138188693	Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit	Calandro A. and Gandini A.	Routledge	2017	1	2.132.000	2.132.000	UK	6-8 tuần
22	9781259548147	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 11E	Belch G. and Belch M.	McGraw Hill	2018	1	8.706.000	8.706.000	US	4-6 tuần
23	9781473997998	Advertising and Promotion, 4 Edition	Hackley C. and Rungpaka Amy Hackley	Sage	2018	1	2.216.000	2.216.000	UK	4-6 tuần
24	9781849711142	How to Win Campaigns: Communications for change, 2nd Edition	Rose C.	Taylor and Francis	2010	1	1.336.000	1.336.000	SING	4-6 tuần
25	9780745639833	Promotional Culture: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding	Davis A.	Polly Press	2013	1	1.803.000	1.803.000	UK	4-6 tuần
26	9781849207867	How to do Media and Cultural Studies, Second Edition	Jane Stokes	Sage	2013	1	1.752.000	1.752.000	UK	4-6 tuần
		Tổng cộng				26		58.335.000		

(Bảng chữ: Năm mươi tám triệu ba trăm ba mươi lăm ngàn đồng./.)



LÊ QUANG TRUNG

Quảng



Công Ty Cổ phần Xuất Nhập khẩu & Phát triển Văn hóa - CDIMEX
99A Nguyễn Văn Trỗi, P.12, Quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh
14C Đặng Văn Ngữ, P.10, Quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh
ĐT: +84 28 3997 4755 - Fax +84 3997 3792
Email: cdimexco@cdimex.com.vn

**KÍNH GỬI: HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
CHÀO GIÁ SÁCH NGOẠI VĂN**

Thời gian cung cấp: 3 tháng

Đơn vị tiền tệ: VNĐ

TT	Mã sách	Tựa sách	Nhà XB	Số lượng	Giá trị	Tổng giá trị
1	9780415347167	Brands: meaning and value in media culture	Routledge	1	2.365.000	2.365.000
2	9780415251839	Brands: the logos of the global economy	Routledge	1	2.179.000	2.179.000
3	9781845203849	The rise of brands	Berg Publishers	1	2.460.000	2.460.000
4	9780415141321	Studies in advertising and consumption	Routledge	1	1.669.000	1.669.000
5	9781578517749	How brands become icons: the principles of cultural branding	Harvard Business	1	2.408.000	2.408.000
6	9781787560796	Internet celebrity: understanding fame online	Emerald Publishing	1	2.082.000	2.082.000
7	9780500518984	The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later, 3 Edition	Thames & Hudson	1	1.524.000	1.524.000
8	9780091955021	Lateral Thinking, An Introduction	Vermillion	1	1.427.000	1.427.000
9	9780500517246	Hegarty on Creativity: There are No Rules	Thames & Hudson	1	735.000	735.000
10	9781780670003	Copywriting: successful writing for design, advertising and marketing, 2 Edition	Lawrence King	1	2.034.000	2.034.000
11	9781780671680	100 ways to create a Great Ad, Lawrence King, London	Lawrence King	1	2.390.000	2.390.000
12	9780134105109	The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines and Templates for Getting Content Right	New Riders	1	1.524.000	1.524.000
13	9780500292853	Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print, Moving Image and Digital Media, 6 Edition	Thames and Hudson	1	1.419.000	1.419.000
14	9781118905555	Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content	Wiley	1	1.151.000	1.151.000
15	9781449341909	WordPress: the missing manual, 2 Edition	O'Reilly Media	1	2.157.000	2.157.000
16	9780321884480	Mobile Usability	New Riders	1	6.730.000	6.730.000
17	9781937434465	Intelligent content: A primer	XML Press	1	1.967.000	1.967.000
18	9781118980828	Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 5 Edition	Wiley	1	2.026.000	2.026.000
19	9781621534815	Advertising Design and Typography	Allworth	1	2.157.000	2.157.000
20	9780199689453	Social Research Methods, 5 Edition	Oxford	1	4.430.000	4.430.000
21	9781138188693	Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit	Routledge	1	2.367.000	2.367.000



Mã sách	Tựa sách	Nhà XB	Số lượng	Giá trị	Tổng giá trị
9781259548147	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 11 Edition	McGraw Hill	1	9.664.000	9.664.000
23 9781473997998	Advertising and Promotion, 4 Edition	Sage	1	2.460.000	2.460.000
24 9781849711142	How to Win Campaigns: Communications for change, 2 Edition	Taylor and Francis	1	1.483.000	1.483.000
25 9780745639833	Promotional Culture: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding	Polity Press	1	2.001.000	2.001.000
26 9781849207867	How to do Media and Cultural Studies, 2 Edition	Sage	1	1.945.000	1.945.000
Tổng			26		64.754.000
<i>* Bảng chữ: Sáu mươi bốn triệu bảy trăm năm mươi bốn ngàn đồng.</i>					

TP Hồ Chí Minh, ngày tháng năm

Trưởng Giám Đốc



Phạm Đình Phương



10

NHÀ SÁCH MINH ANH
26A Nguyễn Ảnh Thủ, Quận 12, TPHCM- ĐT 028 6250.7286

Kính gửi: Học Viện Báo Chí & Tuyên Truyền
DANH MỤC CHÀO GIÁ SÁCH NGOẠI VĂN

Tp. HCM, ngày tháng năm

Stt	Mã sách	Nhan đề	Tác giả	Số cuốn	Giá đơn vị - Đồng	Thành tiền - Đồng
1	9780415347167	Brands: meaning and value in media culture	Adam Arvidsson	1	2.451.000	2.451.000
2	9780415251839	Brands: the logos of the global economy	Celia Lury	1	2.257.000	2.257.000
3	9781845203849	The rise of brands	Liz Moor	1	2.548.000	2.548.000
4	9780415141321	Studies in advertising and consumption	Mica Nava	1	1.730.000	1.730.000
5	9781578517749	How brands become icons: the principles of cultural branding	Douglas B. Holt	1	2.494.000	2.494.000
6	9781787560796	Internet celebrity: understanding fame online	Crystal Abidin	1	2.157.000	2.157.000
7	9780500518984	The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later, (3e)	Barry P.	1	1.579.000	1.579.000
8	9780091955021	Lateral Thinking, An Introduction	De Bono E.	1	1.479.000	1.479.000
9	9780500517246	Hegarty on Creativity: There are No Rules	Hegarty J.	1	761.000	761.000
10	9781780670003	Copywriting: successful writing for design, advertising and marketing, (2e)	Shaw M.	1	2.107.000	2.107.000
11	9781780671680	100 ways to create a Great Ad, Lawrence King, London	Collins T.	1	2.476.000	2.476.000
12	9780134105109	The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines and Templates for Getting Content Right	Casey Meghan	1	1.579.000	1.579.000
13	9780500292853	Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print, Moving Image and Digital Media, GE	Stewart S.	1	1.579.000	1.579.000
14	9781118905555	Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content	Handley A.	1	1.193.000	1.193.000
15	9781449341909	WordPress: the missing manual, (2e)	MacDonald M.	1	2.234.000	2.234.000
16	9780321884480	Mobile Usability	Nielsen Jakob	1	6.972.000	6.972.000
17	9781937434465	Intelligent content: A primer	Rockley A.	1	2.038.000	2.038.000
18	9781118980828	Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, (5e)	Wheeler Alina	1	2.099.000	2.099.000
19	9781621534815	Advertising Design and Typography	White Alex	1	2.234.000	2.234.000
20	9780199689453	Social Research Methods, (5e)	Bryman A.	1	4.590.000	4.590.000
21	9781138188693	Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit	Caliandro A.	1	2.452.000	2.452.000

Nhà Sách MINH ANH
26A Nguyễn Ảnh Thủ, Q.12
MST: 030280587

22	9781259548147	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, (11e)	Belch M.	1	10.012.000	10.012.000
23	9781473997998	Advertising and Promotion, (4e)	Hackley C.	1	2.548.000	2.548.000
24	9781849711142	How to Win Campaigns: Communications for change, (2e)	Rose C.	1	1.536.000	1.536.000
25	9780745639833	Promotional Culture: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding	Davis A.	1	2.073.000	2.073.000
26	9781849207867	How to do Media and Cultural Studies, (2e)	Jane Stokes	1	2.015.000	2.015.000
		Tổng		26		67.084.000
		Phí vận chuyển				300.000
		Thanh toán				67.384.000
Sáu mươi bảy triệu ba trăm tám mươi tư nghìn đồng						

* Ghi chú:

Thời gian cung cấp 3-4 tháng.

Chủ nhà sách
Nhà Sách MINH ANH
 26A Nguyễn Ái Quốc, Q.12
 MST: 0302605875

Lê Minh Dũng

125

13

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc Lập- Tự Do- Hạnh Phúc.

HỢP ĐỒNG KINH TẾ

Số: 115-HĐ/HVBC&TT-SSG

- Căn cứ Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ban hành ngày 24/11/2015 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
 - Căn cứ Bộ luật Thương mại số 36/2005/QH11 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 14/06/2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
 - Căn cứ quyết định số 6339/QĐ-HVBC&TT ngày 10/12/2019 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học;
- Căn cứ vào khả năng cung cấp và nhu cầu của hai bên,

Hôm nay, ngày 11 tháng 12 năm 2020

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội
Tài khoản : 0491.000038999
Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội
Đại diện : Ông Lưu Văn An
Chức vụ : Phó Giám đốc

Bên B (Bên bán): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM
Tài khoản : 117 000 156 581
Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM
MST : 0313394049
Đại diện : Ông Lê Quang Trung
Chức vụ : Giám đốc

Hai bên thỏa thuận ký hợp đồng mua bán sách với các điều khoản sau đây:

Điều 1: Phạm vi công việc

Bên B đồng ý cung cấp các tựa sách ngoại văn dưới đây do bên A đặt mua.
Danh mục sách cung cấp:

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9780415347167	Brands: meaning and value in media culture	Adam Arvidsson	Routledge	2006	1	2.131.000	2.131.000
2	9780415251839	Brands: the logos of the global economy	Celia Lury	Routledge	2004	1	1.963.000	1.963.000



14

	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
3	9781845203849	The rise of brands	Liz Moor	Berg Publishers	2007	1	2.216.000	2.216.000
4	9780415141321	Studies in advertising and consumption	Mica Nava, Andrew Blake	Routledge	1997	1	1.504.000	1.504.000
5	9781578517749	How brands become icons: the principles of cultural branding	Douglas B. Holt	Harvard Business Review Press	2004	1	2.169.000	2.169.000
6	9781787560796	Internet celebrity: understanding fame online	Crystal Abidin	Emerald Publishing	2018	1	1.876.000	1.876.000
7	9780500518984	The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later, 3rd edition	Barry P.	Thames & Hudson	2016	1	1.373.000	1.373.000
8	9780091955021	Lateral Thinking, An Introduction	De Bono E.	Vermillion	2014	1	1.286.000	1.286.000
9	9780500517246	Hegarty on Creativity: There are No Rules	Hegarty J.	Thames & Hudson	2014	1	662.000	662.000
10	9781780670003	Copywriting: successful writing for design, advertising and marketing, 2nd Edition	Shaw M.	Lawrence King	2012	1	1.832.000	1.832.000
11	9781780671680	100 ways to create a Great Ad, Lawrence King, London	Collins T.	Lawrence King	2014	1	2.153.000	2.153.000
12	9780134105109	The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines and Templates for Getting Content Right	Casey Meghan	New Riders	2015	1	1.373.000	1.373.000
13	9780500292853	Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print, Moving Image and Digital Media, 6E	Dabner D. and Stewart S.	Thames and Hudson	2017	1	1.278.000	1.278.000
14	9781118905555	Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content	Handley A.	Wiley	2014	1	1.037.000	1.037.000
15	9781449341909	WordPress: the missing manual, 2E	MacDonald M.	O'Reilly Media	2014	1	1.943.000	1.943.000
16	9780321884480	Mobile Usability	Nielsen Jakob	New Riders	2013	1	6.063.000	6.063.000
17	9781937434465	Intelligent content: A primer	Rockley A., Cooper C. and Abel S.	XML Press	2015	1	1.772.000	1.772.000
18	9781118980828	Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 5th Edition	Wheeler Alina	Wiley	2018	1	1.825.000	1.825.000
19	9781621534815	Advertising Design and Typography	White Alex	Allworth	2015	1	1.943.000	1.943.000

15

	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
20	9780199689453	Social Research Methods, 5th Edition	Bryman A.	Oxford University	2016	1	3.991.000	3.991.000
21	9781138188693	Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit	Caliandro A. and Gandini A.	Routledge	2017	1	2.132.000	2.132.000
22	9781259548147	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 11E	Belch G. and Belch M.	McGraw Hill	2018	1	8.706.000	8.706.000
23	9781473997998	Advertising and Promotion, 4 Edition	Hackley C. and Rungpaka Amy Hackley	Sage	2018	1	2.216.000	2.216.000
24	9781849711142	How to Win Campaigns: Communications for change, 2nd Edition	Rose C.	Taylor and Francis	2010	1	1.336.000	1.336.000
25	9780745639833	Promotional Culture: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding	Davis A.	Polity Press	2013	1	1.803.000	1.803.000
26	9781849207867	How to do Media and Cultural Studies, Second Edition	Jane Stokes	Sage	2013	1	1.752.000	1.752.000
Tổng cộng						26		58.335.000

Chất lượng sách đảm bảo mới, chưa qua sử dụng, không bị rách, bị ướt, bị bẩn.

Danh mục sách này cung cấp cho Học Viện Báo Chí Và Truyền Truyền dùng trong công việc giảng dạy và học tập.

Điều 2: Giá trị hợp đồng

- Tổng giá trị là: **58.335.000 đồng**

(Bằng chữ: Năm mươi tám triệu ba trăm ba mươi lăm ngàn đồng./.)

Giá này đã bao gồm chi phí vận chuyển, phí nhập khẩu, phí giao hàng đến khách hàng.

Điều 3: Thời gian, địa điểm giao nhận hàng.

- Thời gian giao hàng: từ 04 -08 tuần.

Trường hợp bất khả kháng, trong vòng 07 ngày kể từ ngày ký hợp đồng những cuốn sách bên B không cung cấp được do nhà xuất bản nước ngoài đình bản, chưa xuất bản, phải được thông báo cùng các văn bản xác nhận.

- Địa chỉ giao hàng: 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội

Điều 4: Thanh toán:

- Bên A sẽ thanh toán cho bên B bằng giá trị thực tế trong vòng 07 ngày kể từ ngày bên A nhận hóa đơn tài chính
- Hình thức thanh toán: tiền mặt hoặc chuyển khoản qua ngân hàng.

Điều 5: Trách nhiệm của các bên

- Trách nhiệm bên A: Bên A có trách nhiệm thanh toán cho bên B đúng như trong điều 4 và thực hiện các điều khoản khác ghi trong hợp đồng.
- Trách nhiệm bên B: đáp ứng đúng theo yêu cầu trong hợp đồng của bên A. Đảm bảo hàng hóa về số lượng, chất lượng, giá cả, phương thức giao hàng như trong hợp đồng.

Điều 6: Điều khoản chung:

- Hai bên cam kết thực hiện nghiêm chỉnh các điều khoản đã ghi trong hợp đồng.
- Mọi sự thay đổi, điều chỉnh trong quá trình triển khai hợp đồng phải được hai bên thông báo với nhau bằng văn bản và cùng nhau xem xét giải quyết.
- Trong trường hợp xảy ra tranh chấp, hai bên sẽ giải quyết bằng thương lượng. Nếu không giải quyết được sẽ đệ trình lên tòa án kinh tế TP HCM, quyết định của tòa là giải pháp bắt buộc đối với hai bên.
- Hợp đồng này làm thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản và có giá trị pháp lý như nhau.
- Hợp đồng này có hiệu lực từ ngày ký.

ĐẠI DIỆN BÊN A
Phó Giám đốc



Lưu Văn An

ĐẠI DIỆN BÊN B
Giám đốc



Quang Trung

17

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

BIÊN BẢN THANH LÝ HỢP ĐỒNG

Căn cứ vào Hợp đồng số: 115-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày 11 tháng 12 năm 2020

Hôm nay, ngày 29 tháng 4 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

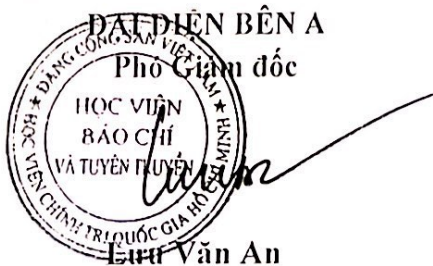
Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội
Tài khoản : 0491.000088999
Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội
Đại diện : Ông Lưu Văn An
Chức vụ : Phó Giám đốc

Bên B (Bên bán): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM
Tài khoản : 117 000 156 581
Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM
MST : 0313394049
Đại diện : Ông Lê Quang Trung
Chức vụ : Giám đốc

Sau khi kiểm tra thực tế mặt hàng do bên B cung cấp, chúng tôi cùng thống nhất ký kết Biên bản thanh lý hợp đồng chi tiết như sau:

1. Bên B đã thực hiện giao hàng Sách Ngoại văn cho Bên A theo đúng Hợp đồng số: 115-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày tháng năm
2. Thanh toán:
 - Bên A có trách nhiệm thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B **58.335.000 đồng (Bằng chữ: Năm mươi tám triệu ba trăm ba mươi lăm ngàn đồng)** bằng chuyển khoản
 - Thời hạn thanh toán: Trong vòng 07 ngày, kể từ ngày Bên B bàn giao hồ sơ thanh toán gồm: Biên bản nghiệm thu thanh lý hợp đồng, Biên bản bàn giao hàng hóa và hóa đơn tài chính.
- 3- Điều khoản chung:
 - Sau khi Bên A thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B là **58.335.000 đồng (Bằng chữ: Năm mươi tám triệu ba trăm ba mươi lăm ngàn đồng)** thì hợp đồng số: 115-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày tháng năm được thanh lý và kết thúc.
 - Biên bản thanh lý Hợp đồng được lập thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản, có giá trị pháp lý như nhau.



18

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

-----o0o-----

BIÊN BẢN BÀN GIAO HÀNG HÓA

Căn cứ vào Hợp đồng số: 115-HD/HVBC&TT-SSG, ký ngày 11 tháng 12 năm 2020

Hôm nay, ngày 29 tháng 4 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên nhận): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội

Tài khoản : 0491.000088999

Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội

Đại diện : Lưu Văn An

Chức vụ : Phó Giám đốc

Bên B (Bên giao): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM

Tài khoản : 117 000 156 581

Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM

MST : 0313394049

Đại diện : **Ông Lê Quang Trung**

Chức vụ : **Giám đốc**

Hai bên đã tiến hành bàn giao số sách Sách ngoại văn như sau:

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9780415347167	Brands: meaning and value in media culture	Adam Arvidsson	Routledge	2006	1	2.131.000	2.131.000
2	9780415251839	Brands: the logos of the global economy	Celia Lury	Routledge	2004	1	1.963.000	1.963.000
3	9781845203849	The rise of brands	Liz Moor	Berg Publishers	2007	1	2.216.000	2.216.000
4	9780415141321	Studies in advertising and consumption	Mica Nava, Andrew Blake	Routledge	1997	1	1.504.000	1.504.000
5	9781578517749	How brands become icons: the principles of cultural branding	Douglas B. Holt	Harvard Business Review Press	2004	1	2.169.000	2.169.000
6	9781787560796	Internet celebrity: understanding fame online	Crystal Abidin	Emerald Publishing	2018	1	1.876.000	1.876.000
7	9780500518984	The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later, 3rd edition	Barry P.	Thames & Hudson	2016	1	1.373.000	1.373.000

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
8	9780091955021	Lateral Thinking, An Introduction	De Bono E.	Vermillion	2014	1	1.286.000	1.286.000
9	9780500517246	Hegarty on Creativity: There are No Rules	Hegarty J.	Thames & Hudson	2014	1	662.000	662.000
10	9781780670003	Copywriting: successful writing for design, advertising and marketing, 2nd Edition	Shaw M.	Lawrence King	2012	1	1.832.000	1.832.000
11	9781780671680	100 ways to create a Great Ad, Lawrence King, London	Collins T.	Lawrence King	2014	1	2.153.000	2.153.000
12	9780134105109	The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines and Templates for Getting Content Right	Casey Meghan	New Riders	2015	1	1.373.000	1.373.000
13	9780500292853	Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print, Moving Image and Digital Media, 6E	Dabner D. and Stewart S.	Thames and Hudson	2017	1	1.278.000	1.278.000
14	9781118905555	Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content	Handley A.	Wiley	2014	1	1.037.000	1.037.000
15	9781449341909	WordPress: the missing manual, 2E	MacDonald M.	O'Reilly Media	2014	1	1.943.000	1.943.000
16	9780321884480	Mobile Usability	Nielsen Jakob	New Riders	2013	1	6.063.000	6.063.000
17	9781937434465	Intelligent content: A primer	Rockley A., Cooper C. and Abel S.	XML Press	2015	1	1.772.000	1.772.000
18	9781118980828	Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 5th Edition	Wheeler Alina	Wiley	2018	1	1.825.000	1.825.000
19	9781621534815	Advertising Design and Typography	White Alex	Allworth	2015	1	1.943.000	1.943.000
20	9780199689453	Social Research Methods, 5th Edition	Bryman A.	Oxford University	2016	1	3.991.000	3.991.000
21	9781138188693	Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit	Caliandro A. and Gandini A.	Routledge	2017	1	2.132.000	2.132.000
22	9781259548147	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 11E	Belch G. and Belch M.	McGraw Hill	2018	1	8.706.000	8.706.000
23	9781473997998	Advertising and Promotion, 4 Edition	Hackley C. and Rungpaka Amy Hackley	Sage	2018	1	2.216.000	2.216.000

STT	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
24	9781849711142	How to Win Campaigns: Communications for change, 2nd Edition	Rose C.	Taylor and Francis	2010	1	1.336.000	1.336.000
25	9780745639833	Promotional Culture: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding	Davis A.	Polity Press	2013	1	1.803.000	1.803.000
26	9781849207867	How to do Media and Cultural Studies, Second Edition	Jane Stokes	Sage	2013	1	1.752.000	1.752.000
Tổng cộng						26		58.335.000

- Hàng hóa Bên B giao cho bên A là hàng mới 100% đảm bảo đúng chất lượng, chủng loại theo tiêu chuẩn của nhà sản xuất, chưa qua sử dụng, không bị rách, không bị dơ bẩn, ẩm ướt và chữ in ấn rõ ràng.
- Đại diện bên B đã bàn giao đầy đủ số lượng sách cho bên A.
- Đại diện bên A đã tiến hành kiểm tra và thống nhất đánh giá chất lượng sách đạt yêu cầu đề ra.
- Biên bản được lập thành 04 (bốn) bản, mỗi bên giữ 02 (hai) bản có giá trị như nhau kể từ ngày ký. /.



Lê Quang Trung

ĐẠI DIỆN BÊN NHẬN



PHÓ GIÁM ĐỐC

Lưu Văn An



GIẤY ĐỀ NGHỊ THANH TOÁN

Kính gửi : - Ban Giám đốc;
- Phòng Kế hoạch - Tài vụ.

Tên tôi là: Nguyễn Thị Hải Yến

Đơn vị : Trung tâm Thông tin khoa học

Đề nghị: Ban Giám đốc; Ban Kế hoạch – Tài chính cho thanh toán các khoản sau:

(Gồm có:chứng từ gốc kèm theo)

STT	NỘI DUNG ĐỀ NGHỊ THANH TOÁN	SỐ TIỀN
1	Thanh toán tiền Sách ngoại văn HĐ 0000076	87.225.000đ
Cộng		87.225.000đ

Số tiền đề nghị thanh toán: (Tám mươi bảy triệu, hai trăm hai mươi lăm nghìn đồng chẵn)

Ngày tháng năm 2020

Người đề nghị

Trưởng Bộ phận

Kế toán trưởng

Giám đốc



Nguyễn Thị Hải Yến



Nguyễn Thanh Thảo

Hà Nội, ngày 3 tháng 12 năm 2019

DANH MỤC SÁCH NGOẠI VĂN PHỤC VỤ CHƯƠNG TRÌNH MIDDLESEX
Tài liệu tham khảo

No.	ISBN	Titles	Author	Publisher	Pub Year	Qty (copy)	Price (VND)	Status of Stock	Delivery from date of Customer's Order
1	9781137610874	The study skills handbook 5th edition	Stella Cottrell	Red Globe Press	2019	1	2,061,000	GER	6-8 weeks
2	9780375714498	Manufacturing consent: the political economy of the mass media, Reprint edition	Edward S. Herman;	Pantheon	2002	1	1,666,000	US	4-6 weeks
3	9780312429270	No logo: no space, no choice, no jobs : taking aim at the brand bulles --> No Logo: 10th Anniversary Edition with a New Introduction by the Author	Naomi Klein	Picador	2010	1	1,708,000	US	4-6 weeks
4	9780230203358	Image and representation: key concepts in media studies, 2nd Edition	Nick Lacey	Red Globe Press	2009	1	2,470,000	GER	6-8 weeks
5	9780745643304	Consumer culture, 2nd Edition	Celia Lury	Polity Press	2011	1	1,648,000	UK, 6cps	4-6 weeks
6	9780415950428	Where stuff comes from: how toasters, toilets, cars, computers, and many others things come to be as they are	Harvey Luskin Mole	Routledge	2005	1	1,605,000	SING (7-10 days)	4-6 weeks
7	9780340700075	Ad Worlds: Brands, Media, Audiences	Greg Myers	Bloomsbury	1998	1	1,459,000	UK (3-4 weeks)	6-8 weeks
8	9781473982161	Good essay writing: a social sciences guide, 5th edition	Peter Redman; Wen	SAGE	2017	1	1,418,000	UK	4-6 weeks

9	9780814787144	Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture	Sarah Banet-Weiser	NYU Press	2012	1	1,776,000	US	4-6 weeks
10	9781472569394	Experience Design: concepts and case studies	Bunz, P.	Bloomsbury	2015	1	1,607,000	UK (3-4 weeks)	6-8 weeks
11	9781947629219	Tools for Dreamers: Strategies for Creativity and the Structure of Innovation	Dilts, R. B., Todd E	Dilts Strategy Group	2017	1	2,041,000	US	4-6 weeks
12	9781580087728	Thinkpak: A Brainstorming Card Deck	Michalko, M.	Ten Speed Press	2006	1	1,715,000	US	4-6 weeks
13	9780500287330	Creative Advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns, 2nd edition	Pricken, M.	Thames & Hudson, UK	2008	1	1,687,000	SING (3-4 weeks)	6-8 weeks
14	9781538114667	The Activation Imperative: How to Build Brands and Business by Inspiring Action	Rosen, R., Minsky,	Rowman and Littlefield	2018	1	1,594,000	UK, lcp	4-6 weeks
15	9780749480967	Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, 2nd Edition	Smilansky, S.	Kogan Page	2017	1	1,493,000	UK	4-6 weeks
16	9781119164005	Hey Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads, 5th Edition	Sullivan, L., Boches	Wiley	2016	1	1,137,000	SING (4-6 weeks)	6-8 weeks
17	9781447287056	One Plus One Equals Three: A Masterclass in Creative Thinking	Trott, D.	Macmillan, UK	(2016)	1	1,335,000	UK	4-6 weeks
18	9781292234977	Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations 8th edition	Fill, C. and Turnbull	Pearson	2019	1	2,137,000	SING, low stock	4-6 weeks
19	9780749468736	Planning and Managing Public Relations Campaigns: a Strategic Approach, 4th edition	Gregory, A.	Kogan Page	2015	1	1,674,000	UK	4-6 weeks
20	9780190303761	Strategic Communication: Campaign Planning (2 edition)	Mahoney, J.	OUP	2016	1	4,144,000	UK, 2cps	4-6 weeks
21	9780415519557	Creativity and Advertising: Affect, Events and Process	McStay, A.	Routledge	2013	1	1,638,000	SING (7-10 days)	4-6 weeks
22	9781133434801	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans, 5th Edition	Parente, D. & Straus	Cengage Learning	2015	1	3,183,000	SING	4-6 weeks
23	9780749475093	Campaigns that Shook the World: The Evolution of Public Relations	Rogers, D.	Kogan Page	2015	1	1,373,000	UK	4-6 weeks

24	9781119362418	The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs & Viral Marketing to Reach Buyers Directly, 6th Edition	Scott, D.M.	Wiley	2017	1	1,214,000	SING (4-6 weeks)	6-8 weeks
25	9780471789765	Perfect Pitch: The Art of Selling Ideas and Winning New Business	Steel, J.	Wiley	2007	1	1,525,000	SING (4-6 weeks)	6-8 weeks
26	9781433108679	Blowing Up the Brand: Critical Perspectives On Promotional Culture	Aronczyk M. and, P	Peter Lang	2010	1	2,244,000	UK, 1cp	4-6 weeks
27	9780199752171	Branding the Nation: The Global Business of National Identity	Aronczyk, M.	Oxford	2013	1	1,678,000	US	4-6 weeks
28	9780415347167	Brands: Meaning and Value in Media Culture	Arvidsson, A.	Routledge	2006	1	2,031,000	UK (3-4 weeks)	6-8 weeks
29	9781138904293	Markets and the Arts of Attachment	Cochoy, F., Deville	Routledge	2017	1	3,926,000	SING (7-10 days)	4-6 weeks
30	9780745650739	Becoming Sexual: a Critical Appraisal of the Sexualisation of Girls	Egan, D.	Polity Press	2013	1	1,648,000	UK	4-6 weeks
31	9780805846188	Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice	L'Etang, J and Piec	Routledge	2006	1	2,368,000	UK (3-4 weeks)	6-8 weeks
32	9781137561053	The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society	Gandini, A.	Palgrave	2016	1	2,333,000	GER	6-8 weeks
33	9781845298807	Consumer Kids: How Big Business is Grooming our Children for Profit	Mayo, E. and Nairn	Constable and Robinson Ltd.	2009	1	1,441,000	UK	4-6 weeks
34	9781473924932	Privacy and the Media	McStay, A.	SAGE	2017	1	1,527,000	UK	4-6 weeks
35	9780300234695	The Aisles Have Eyes: How Retailers Track your Shopping, Strip your Privacy, Define your Power, Reprint edition	Turow, J.	Yale University Press	2018	1	1,311,000	US	4-6 weeks
36	9780415963305	The Advertising and Consumer Culture Reader	Turow, J. and McAllister, P.,	Routledge	2009	1	1,909,000	SING (7-10 days)	4-6 weeks
37	9780803983908	Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression.	Wernick, A.,	SAGE	1991	1	3,205,000	UK, 12cp	4-6 weeks

38	9781473947160	Researching Society and Culture, 4th edition	Seale, C	SAGE	2018	1	1,869,000	UK	4-6 weeks
39	9780335243389	Doing Your Research Project, 7th edition	Bell, J,	Open University Press	2018	1	1,644,000	US	4-6 weeks
40	9780335262069	How to Write a Thesis, 4th Edition	Murray, R,	Open University Press	2017	1	1,789,000	US	4-6 weeks
41	9780273743859	How to Argue, 3rd edition	Bonnett, A,	Pearson	2011	1	915,000	SING, low stock	4-6 weeks
42	9781137552150	Media research methods : audiences, institutions, texts, 2nd Edition	Bertrand, I., Peter Hughes	Red Globe Press	2017	1	2,432,000	GER	6-8 weeks
43	9780748621859	Practical Research Methods for Media and Cultural Studies: Making People Count	Davies, M.M.,	Edinburgh University Press	2006	1	1,594,000	UK (3-4 weeks)	6-8 weeks
44	9781352005226	How to Write Your Undergraduate Dissertation, 3rd Edition	Greetham, B.,	Red Globe Press	2019	1	1,810,000	GER	6-8 weeks
45	9780230373884	The Student's Guide to Writing , 2nd edition. Spelling, Punctuation and Grammar, 3rd Edition	Peck, J. and M. Coyle,	Red Globe Press	2012	1	1,763,000	GER	6-8 weeks
46	9781446253199	Your undergraduate dissertation: the guide for success, 2nd edition	Walliman, N.S.R.,	Sage	2014	1	1,279,000	UK	4-6 weeks
47	9781138693999	Research methods: the basics, 2nd Edition	Walliman, N.S.R.	Routledge	2017	1	1,201,000	SING (7-10 days)	4-6 weeks
		Total				47	87,225,000		

GIÁM ĐỐC



Nguyễn Thanh Thảo

Hà Nội, ngày 05 tháng 12 năm 2019

Số: 633/QĐ-HVBC&TT

QUYẾT ĐỊNH

V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn
cho Trung tâm thông tin khoa học

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 3219/QĐ-HVBC&TT ngày 20/7/2018 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc quy định chế độ chi chương trình cử nhân quốc tế Middlesex giai đoạn 2016-2019;
- Căn cứ ba báo giá.

QUYẾT ĐỊNH

- Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học - Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn
- Giấy phép kinh doanh số 0313394049 đăng ký lần đầu ngày 11 tháng 8 năm 2015
 - Ngày cấp 11 tháng 8 năm 2015, cấp Chương loại khoản: 3-754-190-194
 - Địa điểm giao dịch: 46/23 Trần Quang Diệu-Phường 14-Quận 3-TP Hồ Chí Minh
 - Giá trị Hợp đồng: 87,225,000 đồng
(Bằng chữ: Tám bảy triệu, hai trăm hai lăm nghìn đồng)
 - Thời gian thực hiện: từ ngày 06/12/2019 đến 06/02/2020
 - Nguồn kinh phí: Từ nguồn thu
 - Hình thức Hợp đồng: trọn gói;
 - Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
- Điều 2: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị liên quan, Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành về mua sắm, sửa chữa tài sản công của Chính phủ, của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền./.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT,TV

PHÓ GIÁM ĐỐC



Lưu Văn An

HÓA ĐƠN

GIÁ TRỊ GIA TĂNG

Mẫu số: 01GTKT3/001

Ký hiệu: **SG/15P**

Số: 0000076

Liên 2: Giao cho người mua

Ngày.....22tháng.....05năm 20....20

Đơn vị bán hàng: **CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN**

Mã số thuế : **0 3 1 3 3 9.4 0 4 9**

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, Thành Phố Hồ Chí Minh

Số điện thoại : 08 3846 6042 - Hotline : 09 117 36036 - Email: sachsaigon@yahoo.com.vn

Số tài khoản : 10201 0002 330044 tại Ngân hàng Vietinbank - CN 2 TP.HCM

Họ tên người mua hàng:

Tên đơn vị: Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Mã số thuốc:

Địa chỉ: 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Hình thức thanh toán: Chuyển khoản.....

[illegible]

Cộng tiền hàng:87.225.000

Thuế suất GTGT:..... % Tiền thuế GTGT: 0

Tổng cộng tiền thanh toán: **87.225.000**

Số tiền viết bằng chữ:Tám mươi bảy triệu, hai trăm hai mươi lăm nghìn đồng chẵn.....

Người mua hàng
(Ký, ghi rõ họ tên)

$\frac{1}{2}$
Nguyễn Thị Hải Yến

~~Người bán hàng~~

(Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên)



(Cần kiểm tra, đối chiếu khi lập, giao, nhận hóa đơn) **LÊ QUANG TRUNG**

In Tại Công Ty TNHH Thương Mại Ngô Gia Phát, Mã Số Thuế: 0311942758, Hotline: 093 893 1809

DANH MỤC SÁCH NGOẠI VĂN

Đính kèm hóa đơn số : SG/15P 0000076 ngày 22/5/2020

Tên DV mua hàng : HOC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy - Hà nội

Mã số thuế :

Hình thức thanh toán : Chuyển khoản

TT	Mã sách	Tên sách	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1	9781137610874	The study skills handbook 5th edition	1	2,061,000	2,061,000
2	9780375714498	Manufacturing consent: the political economy of the mass media, Reprint edition	1	1,666,000	1,666,000
3	9780312429270	No logo: no space, no choice, no jobs : taking aim at the brand bullies --> No Logo: 10th Anniversary Edition with a New Introduction by the Author	1	1,708,000	1,708,000
4	9780230203358	Image and representation: key concepts in media studies, 2nd Edition	1	2,470,000	2,470,000
5	9780745643304	Consumer culture, 2nd Edition	1	1,648,000	1,648,000
6	9780415950428	Where stuff comes from: how toasters, toilets, cars, computers, and many others things come to be as they are	1	1,605,000	1,605,000
7	9780340700075	Ad Worlds: Brands, Media, Audiences	1	1,459,000	1,459,000
8	9781473982161	Good essay writing: a social sciences guide, 5th edition	1	1,418,000	1,418,000
9	9780814787144	Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture	1	1,776,000	1,776,000
10	9781472569394	Experience Design: concepts and case studies	1	1,607,000	1,607,000
11	9781947629219	Tools for Dreamers: Strategies for Creativity and the Structure of Innovation	1	2,041,000	2,041,000
12	9781580087728	Thinkpak: A Brainstorming Card Deck	1	1,715,000	1,715,000
13	9780500287330	Creative Advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns, 2nd edition	1	1,687,000	1,687,000
14	9781538114667	The Activation Imperative: How to Build Brands and Business by Inspiring Action	1	1,594,000	1,594,000
15	9780749480967	Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, 2nd Edition	1	1,493,000	1,493,000
16	9781119164005	Hey Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads, 5th Edition	1	1,137,000	1,137,000

TT	Mã sách	Tên sách	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
17	9781447287056	One Plus One Equals Three: A Masterclass in Creative Thinking	1	1,335,000	1,335,000
18	9781292234977	Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations 8th edition	1	2,137,000	2,137,000
19	9780749468736	Planning and Managing Public Relations Campaigns: a Strategic Approach, 4th edition	1	1,674,000	1,674,000
20	9780190303761	Strategic Communication: Campaign Planning (2 edition)	1	4,144,000	4,144,000
21	9780415519557	Creativity and Advertising: Affect, Events and Process	1	1,638,000	1,638,000
22	9781133434801	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans, 5th Edition	1	3,183,000	3,183,000
23	9780749475093	Campaigns that Shook the World: The Evolution of Public Relations	1	1,373,000	1,373,000
24	9781119362418	The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs & Viral Marketing to Reach Buyers Directly, 6th Edition	1	1,214,000	1,214,000
25	9780471789765	Perfect Pitch: The Art of Selling Ideas and Winning New Business	1	1,525,000	1,525,000
26	9781433108679	Blowing Up the Brand: Critical Perspectives On Promotional Culture	1	2,244,000	2,244,000
27	9780199752171	Branding the Nation: The Global Business of National Identity	1	1,678,000	1,678,000
28	9780415347167	Brands: Meaning and Value in Media Culture	1	2,031,000	2,031,000
29	9781138904293	Markets and the Arts of Attachment	1	3,926,000	3,926,000
30	9780745650739	Becoming Sexual: a Critical Appraisal of the Sexualisation of Girls	1	1,648,000	1,648,000
31	9780805846188	Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice	1	2,368,000	2,368,000
32	9781137561053	The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society	1	2,333,000	2,333,000
33	9781845298807	Consumer Kids: How Big Business is Grooming our Children for Profit	1	1,441,000	1,441,000
34	9781473924932	Privacy and the Media	1	1,527,000	1,527,000
35	9780300234695	The Aisles Have Eyes: How Retailers Track your Shopping, Strip your Privacy, Define your Power, Reprint edition	1	1,311,000	1,311,000
36	9780415963305	The Advertising and Consumer Culture Reader	1	1,909,000	1,909,000
37	9780803983908	Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression.	1	3,205,000	3,205,000

24

TT	Mã sách	Tên sách	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
38	9781473947160	Researching Society and Culture, 4th edition	1	1,869,000	1,869,000
39	9780335243389	Doing Your Research Project, 7th edition	1	1,644,000	1,644,000
40	9780335262069	How to Write a Thesis, 4th Edition	1	1,789,000	1,789,000
41	9780273743859	How to Argue, 3rd edition	1	915,000	915,000
42	9781137552150	Media research methods : audiences, institutions, texts, 2nd Edition	1	2,432,000	2,432,000
43	9780748621859	Practical Research Methods for Media and Cultural Studies: Making People Count	1	1,594,000	1,594,000
44	9781352005226	How to Write Your Undergraduate Dissertation, 3rd Edition	1	1,810,000	1,810,000
45	9780230373884	The Student's Guide to Writing , 2nd edition. Spelling, Punctuation and Grammar, 3rd Edition	1	1,763,000	1,763,000
46	9781446253199	Your undergraduate dissertation: the guide for success, 2nd edition	1	1,279,000	1,279,000
47	9781138693999	Research methods: the basics, 2nd Edition	1	1,201,000	1,201,000
Tổng cộng			47		87,225,000

ĐẠI DIỆN BÊN BÁN
Giám đốc
THƯƠNG MẠI
SỐ QUẢN LÝ 1477
Lê Quang Trung





CÔNG TY TNHH THUỐC MẠI SÁCH SÀI GÒN
Địa chỉ: 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, quận 3, T.p. HCM
Email: sachsaigon@yahoo.com.vn

Ngày tháng năm

BÁO GIÁ SÁCH NGOẠI VĂN NHẬP KHẨU

Kính gửi: Học viện Bảo chi và Tuyên truyền

STT	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)	Kho hàng	Thời gian cung cấp
1	9781137610874	The study skills handbook 5th edition	Siella Cottrell	Red Globe Press	2019	1	2.061.000	2.061.000	GER	6-8 tuần
2	9780375714498	Manufacturing consent: the political economy of the mass media. Reprint edition	Edward S. Herman; Noam Chomsky	Pantheon	2002	1	1.666.000	1.666.000	US	4-6 tuần
3	9780312429270	No Logo: 10th Anniversary Edition	Naomi Klein	Picador	2010	1	1.708.000	1.708.000	US	4-6 tuần
4	9780230203358	Image and representation: key concepts in media studies. 2nd Edition	Nick Lacey	Red Globe Press	2009	1	2.470.000	2.470.000	GER	6-8 tuần
5	9780745643304	Consumer culture. 2nd Edition	Celia Lury	Polity Press	2011	1	1.648.000	1.648.000	UK	4-6 tuần
6	9780415950428	Where stuff comes from: how toasters, toilets, cars, computers, and many others things come to be as they are	Harvey Luskin Moloch	Routledge	2005	1	1.605.000	1.605.000	SING	4-6 tuần
7	9780340700075	Ad Worlds: Brands, Media, Audiences	Greg Myers	Bloomsbury	1998	1	1.459.000	1.459.000	UK	4-6 tuần
8	9781473982161	Good essay writing: a social sciences guide. 5th edition	Peter Redman; Wendy E. Maples	SAGE	2017	1	1.418.000	1.418.000	UK	4-6 tuần
9	9780814787144	Authenticity: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture	Sarah Banet-Weiser	NYU Press	2012	1	1.776.000	1.776.000	US	4-6 tuần
10	9781472569394	Experience Design: concepts and case studies	Bunz, P.	Bloomsbury	2015	1	1.607.000	1.607.000	UK	6-8 tuần
11	9781947629219	Tools for Dreamers: Strategies for Creativity and the Structure of Innovation	Dilts, R. B., Todd Epstein, Robert Warren Dilts	Dilts Strategy Group	2017	1	2.041.000	2.041.000	US	4-6 tuần
12	9781580087728	Thinkpak: A Brainstorming Card Deck	Michalko, M.	Ten Speed Press	2006	1	1.715.000	1.715.000	US	4-6 tuần

STT	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VNĐ)	Tổng trị giá (VNĐ)	Kho hàng	Thời gian cung cấp
13	9780500287330	Creative Advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns. 2nd edition	Pricken, M.	Thames & Hudson, UK	2008	1	1.687.000	1.687.000	SING	6-8 tuần
14	9781538114667	The Activation Imperative: How to Build Brands and Business by Inspiring Action	Rosen, R., Minsky, L.	Rowman and Littlefield	2018	1	1.594.000	1.594.000	UK	4-6 tuần
15	9780749480967	Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences. 2nd Edition	Smilansky, S.	Kogan Page	2017	1	1.493.000	1.493.000	UK	4-6 tuần
16	9781119164005	Hey Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads. 5th Edition	Sullivan, L., Boches, E.	Wiley	2016	1	1.137.000	1.137.000	SING	6-8 tuần
17	9781447287056	One Plus One Equals Three: A Masterclass in Creative Thinking	Trott, D.	Macmillan.	(2016)	1	1.335.000	1.335.000	UK	4-6 tuần
18	9781292234977	Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations 8th edition	Fill, C. and Turnbull, S.	Pearson	2019	1	2.137.000	2.137.000	SING	4-6 tuần
19	9780749468736	Planning and Managing Public Relations Campaigns: a Strategic Approach. 4th edition	Gregory, A.	Kogan Page	2015	1	1.674.000	1.674.000	UK	4-6 tuần
20	9780190303761	Strategic Communication: Campaign Planning (2 edition)	Mahoney, J.	OUP	2016	1	4.144.000	4.144.000	UK	4-6 tuần
21	9780415519557	Creativity and Advertising: Affect, Events and Process	McStay, A.	Routledge	2013	1	1.638.000	1.638.000	SING	4-6 tuần
22	9781133434801	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans. 5th Edition	Parente, D. & Strausbaugh-Hutchinson, K.	Cengage Learning	2015	1	3.183.000	3.183.000	SING	4-6 tuần
23	9780749475093	Campaigns that Shook the World: The Evolution of Public Relations	Rogers, D.	Kogan Page	2015	1	1.373.000	1.373.000	UK	4-6 tuần
24	9781119362418	The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs & Viral Marketing to Reach Buyers Directly. 6th Edition	Scott, D.M.	Wiley	2017	1	1.214.000	1.214.000	SING	6-8 tuần
25	9780471789765	Perfect Pitch: The Art of Selling Ideas and Winning New Business	Steel, J.	Wiley	2007	1	1.525.000	1.525.000	SING	6-8 tuần
26	9781433108679	Blowing Up the Brand: Critical Perspectives On Promotional Culture	Aronczyk M. and Powers, D.	Peter Lang	2010	1	2.244.000	2.244.000	UK	4-6 tuần

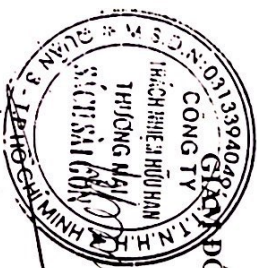
STT	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)	Kho hàng	Thời gian cung cấp
27	9780199752171	Branding the Nation: The Global Business of National Identity	Aronczyk, M.	Oxford	2013	1	1.678.000	1.678.000	US	4-6 tuần
28	9780415347167	Brands: Meaning and Value in Media Culture	Arvidsson, A.	Routledge	2006	1	2.031.000	2.031.000	UK	6-8 tuần
29	9781138904293	Markets and the Arts of Attachment	Cochoy, F., Deville J., and Lury, C.	Routledge	2017	1	3.926.000	3.926.000	SING	4-6 tuần
30	9780745650739	Becoming Sexual: a Critical Appraisal of the Sexualisation of Girls	Egan, D.	Polity Press	2013	1	1.648.000	1.648.000	UK	4-6 tuần
31	9780805846188	Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice	L'Etang, J and Pieczka, M.	Routledge	2006	1	2.368.000	2.368.000	UK	6-8 tuần
32	9781137561053	The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society	Gandini, A.	Palgrave	2016	1	2.333.000	2.333.000	GER	6-8 tuần
33	9781845298807	Consumer Kids: How Big Business is Grooming our Children for Profit	Mayo, E. and Naim, A.	Constable and Robinson Ltd.	2009	1	1.441.000	1.441.000	UK	4-6 tuần
34	9781473924932	Privacy and the Media	McStay, A.	SAGE	2017	1	1.527.000	1.527.000	UK	4-6 tuần
35	9780300234695	The Aisles Have Eyes: How Retailers Track your Shopping, Strip your Privacy, Define your Power. Reprint edition	Turow, J.	Yale University Press	2018	1	1.311.000	1.311.000	US	4-6 tuần
36	9780415963305	The Advertising and Consumer Culture Reader	Turow, J. and McAllister, P.	Routledge	2009	1	1.909.000	1.909.000	SING	4-6 tuần
37	9780803983908	Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression.	Wernick, A.	SAGE	1991	1	3.205.000	3.205.000	UK	4-6 tuần
38	9781473947160	Researching Society and Culture. 4th edition	Seale, C	SAGE	2018	1	1.869.000	1.869.000	UK	4-6 tuần
39	9780335243389	Doing Your Research Project. 7th edition	Bell, J.	Open University Press	2018	1	1.644.000	1.644.000	US	4-6 tuần
40	9780335262069	How to Write a Thesis. 4th Edition	Murray, R.	Open University Press	2017	1	1.789.000	1.789.000	US	4-6 tuần
41	9780273743859	How to Argue. 3rd edition	Bonnett, A.	Pearson	2011	1	915.000	915.000	SING	4-6 tuần
42	9781137552150	Media research methods : audiences. institutions. texts. 2nd Edition	Bertrand, J., Peter Hughes	Red Globe Press	2017	1	2.432.000	2.432.000	GER	6-8 tuần

STT	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)	Kho hàng	Thời gian cung cấp
43	9780748621859	Practical Research Methods for Media and Cultural Studies: Making People Count	Davies, M.M.,	Edinburgh University Press	2006	1	1.594.000	1.594.000	UK	6-8 tuần
44	9781352005226	How to Write Your Undergraduate Dissertation, 3rd Edition	Gretham, B.,	Red Globe Press	2019	1	1.810.000	1.810.000	GER	6-8 tuần
45	9780230373884	The Student's Guide to Writing, 2nd edition. Spelling, Punctuation and Grammar, 3rd Edition	Peck, J. and M. Coyle,	Red Globe Press	2012	1	1.763.000	1.763.000	GER	6-8 tuần
46	9781446253199	Your undergraduate dissertation: the guide for success, 2nd edition	Walliman, N.S.R.,	Sage	2014	1	1.279.000	1.279.000	UK	4-6 tuần
47	9781138693999	Research methods: the basics, 2nd Edition	Walliman, N.S.R.	Routledge	2017	1	1.201.000	1.201.000	SING	4-6 tuần
		Tổng cộng				47		87.225.000		

(Bảng chữ: Tám mươi bảy triệu hai trăm hai mươi lăm ngàn đồng./.)

[Handwritten signature]

LÊ QUANG TRUNG



[Handwritten signature]



Công Ty Cổ phần Xuất Nhập khẩu & Phát triển Văn hóa - CDIMEX
 99A Nguyễn Văn Trỗi, P.12, Quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh
 14C Đặng Văn Ngữ, P.10, Quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh
 ĐT: +84 28 3997 4755 - Fax +84 3997 3792
 Email: cdimexco@cdimex.com.vn

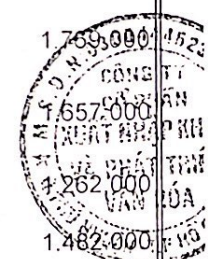
32

KÍNH GỬI: HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
CHÀO GIÁ SÁCH NGOẠI VĂN

Thời gian cung cấp: 3 tháng

Đơn vị tiền tệ: VND

TT	Mã sách	Tựa sách	Nhà XB	Số lượng	Giá trị	Tổng giá trị
1	9781137610874	The study skills handbook, 5 Edition	Red Globe	1	2.288.000	2.288.000
2	9780375714498	Manufacturing consent: the political economy of the mass media	Pantheon	1	1.849.000	1.849.000
3	9780312429270	No Logo: 10th Anniversary Edition	Picador	1	1.896.000	1.896.000
4	9780230203358	Image and representation: key concepts in media studies, 2 Edition	Red Globe	1	2.742.000	2.742.000
5	9780745643304	Consumer culture, 2 Edition	Polity Press	1	1.829.000	1.829.000
6	9780415950428	Where stuff comes from: how toasters, toilets, cars, computers, and many others things come to be as they are	Routledge	1	1.782.000	1.782.000
7	9780340700075	Ad Worlds: Brands, Media, Audiences	Bloomsbury	1	1.619.000	1.619.000
8	9781473982161	Good essay writing: a social sciences guide, 5 Edition	SAGE	1	1.574.000	1.574.000
9	9780814787144	Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture	NYU Press	1	1.971.000	1.971.000
10	9781472569394	Experience Design: concepts and case studies	Bloomsbury	1	1.784.000	1.784.000
11	9781947629219	Tools for Dreamers: Strategies for Creativity and the Structure of Innovation	Dilts Strategy Group	1	2.266.000	2.266.000
12	9781580087728	Thinkpak: A Brainstorming Card Deck	Ten Speed	1	1.904.000	1.904.000
13	9780500287330	Creative Advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns, 2 Edition	Thames & Hudson	1	1.873.000	1.873.000
14	9781538114667	The Activation Imperative: How to Build Brands and Business by Inspiring Action	Rowman and Littlefield	1	1.769.000	1.769.000
15	9780749480967	Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, 2 Edition	Kogan Page	1	1.657.000	1.657.000
16	9781119164005	Hey Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads, 5 Edition	Wiley	1	1.262.000	1.262.000
17	9781447287056	One Plus One Equals Three: A Masterclass in Creative Thinking	Macmillian	1	1.482.000	1.482.000
18	9781292234977	Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations 8 Edition	Pearson	1	2.372.000	2.372.000
19	9780749468736	Planning and Managing Public Relations Campaigns: a Strategic Approach, 4 Edition	Kogan Page	1	1.858.000	1.858.000
20	9780190303761	Strategic Communication: Campaign Planning, 2 Edition	OUP	1	4.600.000	4.600.000
21	9780415519557	Creativity and Advertising: Affect, Events and Process	Routledge	1	1.818.000	1.818.000
22	9781133434801	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans, 5 Edition	Cengage	1	3.533.000	3.533.000
23	9780749475093	Campaigns that Shook the World: The Evolution of Public Relations	Kogan Page	1	1.524.000	1.524.000



TT	Mã sách	Tựa sách	Nhà XB	Số lượng	Giá trị	Tổng giá trị
24	9781119362418	The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs & Viral Marketing to Reach Buyers Directly, 6 Edition	Wiley	1	1.348.000	1.348.000
25	9780471789765	Perfect Pitch: The Art of Selling Ideas and Winning New Business	Wiley	1	1.693.000	1.693.000
26	9781433108679	Blowing Up the Brand: Critical Perspectives On Promotional Culture	Peter Lang	1	2.491.000	2.491.000
27	9780199752171	Branding the Nation: The Global Business of National Identity	Oxford	1	1.863.000	1.863.000
28	9780415347167	Brands: Meaning and Value in Media Culture	Routledge	1	2.254.000	2.254.000
29	9781138904293	Markets and the Arts of Attachment	Routledge	1	4.358.000	4.358.000
30	9780745650739	Becoming Sexual: a Critical Appraisal of the Sexualisation of Girls	Polity Press	1	1.829.000	1.829.000
31	9780805846188	Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice	Routledge	1	2.628.000	2.628.000
32	9781137561053	The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society	Palgrave	1	2.590.000	2.590.000
33	9781845298807	Consumer Kids: How Big Business is Grooming our Children for Profit	Constable and Robinson	1	1.600.000	1.600.000
34	9781473924932	Privacy and the Media	SAGE	1	1.695.000	1.695.000
35	9780300234695	The Aisles Have Eyes: How Retailers Track your Shopping, Strip your Privacy, Define your Power	Yale University	1	1.455.000	1.455.000
36	9780415963305	The Advertising and Consumer Culture Reader	Routledge	1	2.119.000	2.119.000
37	9780803983908	Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression.	SAGE	1	3.558.000	3.558.000
38	9781473947160	Researching Society and Culture, 4 Edition	SAGE	1	2.075.000	2.075.000
39	9780335243389	Doing Your Research Project, 7 Edition	Open University	1	1.825.000	1.825.000
40	9780335262069	How to Write a Thesis, 4 Edition	Open University	1	1.986.000	1.986.000
41	9780273743859	How to Argue, 3 Edition	Pearson	1	1.016.000	1.016.000
42	9781137552150	Media research methods : audiences, institutions, texts, 2 Edition	Red Globe	1	2.700.000	2.700.000
43	9780748621859	Practical Research Methods for Media and Cultural Studies: Making People Count	Edinburgh University	1	1.769.000	1.769.000
44	9781352005226	How to Write Your Undergraduate Dissertation, 3 Edition	Red Globe	1	2.009.000	2.009.000
45	9780230373884	The Student's Guide to Writing , 2nd edition. Spelling, Punctuation and Grammar, 3 Edition	Red Globe	1	1.957.000	1.957.000
46	9781446253199	Your undergraduate dissertation: the guide for success, 2 Edition	Sage	1	1.420.000	1.420.000
47	9781138693999	Research methods: the basics, 2 Edition	Routledge	1	1.333.000	1.333.000
Tổng				47		96.823.000
* Bảng chữ: Chín mươi sáu triệu tám trăm hai mươi ba ngàn đồng.						

TP Hồ Chí Minh, ngày tháng năm
Tổng Giám Đốc

Phạm Đình Phương

NHÀ SÁCH MINH ANH
26A Nguyễn Ảnh Thủ, Quận 12, TPHCM- ĐT 028 6250.7286

Kính gửi: Học Viện Báo Chí & Truyền
DANH MỤC CHÀO GIÁ SÁCH NGOẠI VĂN

Tp. HCM , ngày tháng năm

Stt	Mã sách	Nhan đề	Tác giả	Số cuốn	Giá đơn vị - Đồng	Thành tiền - Đồng
1	9781137610874	The study skills handbook (5e)	Stella Cottrell	1	2.370.000	2.370.000
2	9780375714498	Manufacturing consent: the political economy of the mass media	Edward S. Herman	1	1.916.000	1.916.000
3	9780312429270	No Logo: 10th Anniversary Edition	Naomi Klein	1	1.964.000	1.964.000
4	9780230203358	Image and representation: key concepts in media studies, (2e)	Nick Lacey	1	2.841.000	2.841.000
5	9780745643304	Consumer culture, (2e)	Celia Lury	1	1.895.000	1.895.000
6	9780415950428	Where stuff comes from: how toasters, toilets, cars, computers, and many others things come to be as they are	Harvey Luskin Molotch	1	1.846.000	1.846.000
7	9780340700075	Ad Worlds: Brands, Media, Audiences	Greg Myers	1	1.678.000	1.678.000
8	9781473982161	Good essay writing: a social sciences guide, (5e)	Wendy E. Maples	1	1.631.000	1.631.000
9	9780814787144	Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture	Sarah Banet-Weiser	1	2.042.000	2.042.000
10	9781472569394	Experience Design: concepts and case studies	Bunz, P.	1	1.848.000	1.848.000
11	9781947629219	Tools for Dreamers: Strategies for Creativity and the Structure of Innovation	Dilts, R. B., Robert Warren Dilts	1	2.347.000	2.347.000
12	9781580087728	Thinkpak: A Brainstorming Card Deck	Michalko M.	1	1.972.000	1.972.000
13	9780500287330	Creative Advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns, (2e)	Pricken M.	1	1.940.000	1.940.000
14	9781538114667	The Activation Imperative: How to Build Brands and Business by Inspiring Action	Rosen R.	1	1.833.000	1.833.000
15	9780749480967	Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, 2nd Edition	Smilansky S.	1	1.717.000	1.717.000
16	9781119164005	Hey Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads (5e)	Sullivan, L., Boches, E.	1	1.308.000	1.308.000
17	9781447287056	One Plus One Equals Three: A Masterclass in Creative Thinking	Trott D.	1	1.535.000	1.535.000
18	9781292234977	Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations (8e)	Turnbull S.	1	2.458.000	2.458.000
19	9780749468736	Planning and Managing Public Relations Campaigns: a Strategic Approach, (4e)	Gregory, A.	1	1.925.000	1.925.000

Nhà Sách MINE
26A Nguyễn Ảnh Thủ
MST: 030280

	9780190303761	Strategic Communication: Campaign Planning (2e)	Mahoney, J.	1	4.766.000	4.766.000
21	9780415519557	Creativity and Advertising: Affect, Events and Process	McStay, A.	1	1.884.000	1.884.000
22	9781133434801	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans, (5e)	Parente, D. & Strausbaugh-Hutchinson, K.	1	3.660.000	3.660.000
23	9780749475093	Campaigns that Shook the World: The Evolution of Public Relations	Rogers D.	1	1.579.000	1.579.000
24	9781119362418	The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs & Viral Marketing to Reach Buyers Directly, (6e)	Scott D.M.	1	1.396.000	1.396.000
25	9780471789765	Perfect Pitch: The Art of Selling Ideas and Winning New Business	Steel J.	1	1.754.000	1.754.000
26	9781433108679	Blowing Up the Brand: Critical Perspectives On Promotional Culture	Aronczyk M.	1	2.581.000	2.581.000
27	9780199752171	Branding the Nation: The Global Business of National Identity	Aroncczyk M.	1	1.930.000	1.930.000
28	9780415347167	Brands: Meaning and Value in Media Culture	Arvidsson A.	1	2.336.000	2.336.000
29	9781138904293	Markets and the Arts of Attachment	Cochoy, F., Deville J.	1	4.515.000	4.515.000
30	9780745650739	Becoming Sexual: a Critical Appraisal of the Sexualisation of Girls	Egan, D.	1	1.895.000	1.895.000
31	9780805846188	Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice	L'Etang, J and Pieczka, M.,	1	2.723.000	2.723.000
32	9781137561053	The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society	Gandini, A.	1	2.683.000	2.683.000
33	9781845298807	Consumer Kids: How Big Business is Grooming our Children for Profit	Nairn A.,	1	1.657.000	1.657.000
34	9781473924932	Privacy and the Media	McStay A.	1	1.756.000	1.756.000
35	9780300234695	The Aisles Have Eyes: How Retailers Track your Shopping, Strip your Privacy, Define your Power	Turow, J.	1	1.508.000	1.508.000
36	9780415963305	The Advertising and Consumer Culture Reader	Turow J.	1	2.195.000	2.195.000
37	9780803983908	Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression.	Wernick A.	1	3.686.000	3.686.000
38	9781473947160	Researching Society and Culture, (4e)	Seale C.	1	2.149.000	2.149.000
39	9780335243389	Doing Your Research Project, (7e)	Bell J.	1	1.891.000	1.891.000
40	9780335262069	How to Write a Thesis, (4e)	Murray, R,	1	2.057.000	2.057.000
41	9780273743859	How to Argue, (3e)	Bonnett A.	1	1.052.000	1.052.000
42	9781137552150	Media research methods : audiences, institutions, texts, (3e)	Peter Hughes	1	2.797.000	2.797.000
43	9780748621859	Practical Research Methods for Media and Cultural Studies: Making People Count	Davies M.M.	1	1.833.000	1.833.000

ANI
Thi Q
587

	9781352005226	How to Write Your Undergraduate Dissertation	Greetham B.	1	2.082.000	2.082.000
45	9780230373884	The Student's Guide to Writing , 2nd edition. Spelling, Punctuation and Grammar, (3e)	Peck J.	1	2.027.000	2.027.000
46	9781446253199	Your undergraduate dissertation: the guide for success, (2e)	Walliman N.S.R.	1	1.471.000	1.471.000
47	9781138693999	Research methods: the basics, (2e)	Walliman N.S.R.	1	1.381.000	1.381.000
		Tổng		47		100.310.000
		Phí vận chuyển				500.000
		Thanh toán				100.810.000
Một trăm triệu tám trăm mười nghìn đồng						

* Ghi chú:

Thời gian cung cấp 3-4 tháng.

Chủ nhà sách
Nhà Sách MINH ANH
 26A Nguyễn Ảnh Thủ, Q12
 MST: 0302805875

Lê Minh Dũng

1
12
5

HỢP ĐỒNG KINH TẾ

Số: 112-HD/HVBC&TT-SSG

- Căn cứ Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ban hành ngày 24/11/2015 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
- Căn cứ Bộ luật Thương mại số 36/2005/QH11 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 14/06/2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
- Căn cứ quyết định số 6338/QĐ-HVBC&TT ngày 10/12/2019 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học;

Căn cứ vào khả năng cung cấp và nhu cầu của hai bên,

Hôm nay, ngày 6 tháng 12 năm 2020

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội

Tài khoản : 0491.000088999

Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội

Đại diện : Ông Lưu Văn An

Chức vụ : Phó Giám đốc

Bên B (Bên bán): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM

Tài khoản : 117 000 156 581

Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM

MST : 0313394049

Đại diện : Ông Lê Quang Trung

Chức vụ : Giám đốc

Hai bên thỏa thuận ký hợp đồng mua bán sách với các điều khoản sau đây:

Điều 1: Phạm vi công việc

Bên B đồng ý cung cấp các tựa sách ngoại văn dưới đây do bên A đặt mua.

Danh mục sách cung cấp:

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9781137610874	The study skills handbook 5th edition	Stella Cottrell	Red Globe Press	2019	1	2.061.000	2.061.000
2	9780375714498	Manufacturing consent: the political economy of the mass media, Reprint edition	Edward S. Herman; Noam Chomsky	Pantheon	2002	1	1.666.000	1.666.000

	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
3	9780312429270	No Logo: 10th Anniversary Edition	Naomi Klein	Picador	2010	1	1.708.000	1.708.000
4	9780230203358	Image and representation: key concepts in media studies, 2nd Edition	Nick Lacey	Red Globe Press	2009	1	2.470.000	2.470.000
5	9780745643304	Consumer culture, 2nd Edition	Celia Lury	Polity Press	2011	1	1.648.000	1.648.000
6	9780415950428	Where stuff comes from: how toasters, toilets, cars, computers, and many other things come to be as they are	Harvey Luskin Molotch	Routledge	2005	1	1.605.000	1.605.000
7	9780340700075	Ad Worlds: Brands, Media, Audiences	Greg Myers	Bloomsbury	1998	1	1.459.000	1.459.000
8	9781473982161	Good essay writing: a social sciences guide, 5th edition	Peter Redman; Wendy E. Maples	SAGE	2017	1	1.418.000	1.418.000
9	9780814787144	Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture	Sarah Banet-Weiser	NYU Press	2012	1	1.776.000	1.776.000
10	9781472569394	Experience Design: concepts and case studies	Bunz, P.	Bloomsbury	2015	1	1.607.000	1.607.000
11	9781947629219	Tools for Dreamers: Strategies for Creativity and the Structure of Innovation	Dilts, R. B., Todd Epstein, Robert Warren Dilts	Dilts Strategy Group	2017	1	2.041.000	2.041.000
12	9781580087728	Thinkpak: A Brainstorming Card Deck	Michalko, M.	Ten Speed Press	2006	1	1.715.000	1.715.000
13	9780500287330	Creative Advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns, 2nd edition	Pricken, M.	Thames & Hudson, UK	2008	1	1.687.000	1.687.000
14	9781538114667	The Activation Imperative: How to Build Brands and Business by Inspiring Action	Rosen, R., Minsky, L.	Rowman and Littlefield	2018	1	1.594.000	1.594.000
15	9780749480967	Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, 2nd Edition	Smilansky, S.	Kogan Page	2017	1	1.493.000	1.493.000
16	9781119164005	Hey Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads, 5th Edition	Sullivan, L., Boches, E.	Wiley	2016	1	1.137.000	1.137.000
17	9781447287056	One Plus One Equals Three: A Masterclass in Creative Thinking	Trott, D.	Macmillan, UK	(2016)	1	1.335.000	1.335.000
18	9781292234977	Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations 8 edition	Fill, C. and Turnbull, S.	Pearson	2019	1	2.137.000	2.137.000

	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
19	9780749468736	Planning and Managing Public Relations Campaigns: a Strategic Approach, 4th edition	Gregory, A.	Kogan Page	2015	1	1.674.000	1.674.000
20	9780190303761	Strategic Communication: Campaign Planning (2 edition)	Mahoney, J.	OUP	2016	1	4.144.000	4.144.000
21	9780415519557	Creativity and Advertising: Affect, Events and Process	McStay, A.	Routledge	2013	1	1.638.000	1.638.000
22	9781133434801	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans, 5th Edition	Parente, D. & Strausbaugh-Hutchinson, K.	Cengage Learning	2015	1	3.183.000	3.183.000
23	9780749475093	Campaigns that Shook the World: The Evolution of Public Relations	Rogers, D.	Kogan Page	2015	1	1.373.000	1.373.000
24	9781119362418	The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs & Viral Marketing to Reach Buyers Directly, 6th Edition	Scott, D.M.	Wiley	2017	1	1.214.000	1.214.000
25	9780471789765	Perfect Pitch: The Art of Selling Ideas and Winning New Business	Steel, J.	Wiley	2007	1	1.525.000	1.525.000
26	9781433108679	Blowing Up the Brand: Critical Perspectives On Promotional Culture	Aronczyk M. and, Powers, D.,	Peter Lang	2010	1	2.244.000	2.244.000
27	9780199752171	Branding the Nation: The Global Business of National Identity	Aronczyk, M.	Oxford	2013	1	1.678.000	1.678.000
28	9780415347167	Brands: Meaning and Value in Media Culture	Arvidsson, A.	Routledge	2006	1	2.031.000	2.031.000
29	9781138904293	Markets and the Arts of Attachment	Cochoy, F., Deville J., and Lury, C.	Routledge	2017	1	3.926.000	3.926.000
30	9780745650739	Becoming Sexual: a Critical Appraisal of the Sexualisation of Girls	Egan, D.	Polity Press	2013	1	1.648.000	1.648.000
31	9780805846188	Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice	L'Etang, J and Pieczka, M.,	Routledge	2006	1	2.368.000	2.368.000
32	9781137561053	The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society	Gandini, A.	Palgrave	2016	1	2.333.000	2.333.000
33	9781845298807	Consumer Kids: How Big Business is Grooming our Children for Profit	Mayo, E. and Nairn, A.,	Constable and Robinson Ltd.	2009	1	1.441.000	1.441.000
34	9781473924932	Privacy and the Media	McStay, A.	SAGE	2017	1	1.527.000	1.527.000

40

	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
35	9780300234695	The Aisles Have Eyes: How Retailers Track your Shopping, Strip your Privacy, Define your Power, Reprint edition	Turow, J.	Yale University Press	2018	1	1.311.000	1.311.000
36	9780415963305	The Advertising and Consumer Culture Reader	Turow, J. and McAllister, P.,	Routledge	2009	1	1.909.000	1.909.000
37	9780803983908	Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression.	Wernick, A.,	SAGE	1991	1	3.205.000	3.205.000
38	9781473947160	Researching Society and Culture, 4th edition	Seale, C	SAGE	2018	1	1.869.000	1.869.000
39	9780335243389	Doing Your Research Project, 7th edition	Bell, J,	Open University Press	2018	1	1.644.000	1.644.000
40	9780335262069	How to Write a Thesis, 4th Edition	Murray, R,	Open University Press	2017	1	1.789.000	1.789.000
41	9780273743859	How to Argue, 3rd edition	Bonnett, A,	Pearson	2011	1	915.000	915.000
42	9781137552150	Media research methods : audiences, institutions, texts, 2nd Edition	Bertrand, I., Peter Hughes	Red Globe Press	2017	1	2.432.000	2.432.000
43	9780748621859	Practical Research Methods for Media and Cultural Studies: Making People Count	Davies, M.M.,	Edinburgh University Press	2006	1	1.594.000	1.594.000
44	9781352005226	How to Write Your Undergraduate Dissertation, 3rd Edition	Greetham, B.,	Red Globe Press	2019	1	1.810.000	1.810.000
45	9780230373884	The Student's Guide to Writing, 2nd edition. Spelling, Punctuation and Grammar, 3rd Edition	Peck, J. and M. Coyle,	Red Globe Press	2012	1	1.763.000	1.763.000
46	9781446253199	Your undergraduate dissertation: the guide for success, 2nd edition	Walliman, N.S.R.	Sage	2014	1	1.279.000	1.279.000
47	9781138693999	Research methods: the basics, 2nd Edition	Walliman, N.S.R.	Routledge	2017	1	1.201.000	1.201.000
Tổng cộng						47		87.225.000

Chất lượng sách đảm bảo mới, chưa qua sử dụng, không bị rách, bị ướt, bị bẩn.

Danh mục sách này cung cấp cho Học Viện Báo Chí Và Truyền Thông dùng trong công việc giảng dạy và học tập.

Điều 2: Giá trị hợp đồng

- Tổng giá trị là: **87.225.000 đồng**

(Bằng chữ: Tám mươi bảy triệu hai trăm hai mươi lăm ngàn đồng./.)

Giá này đã bao gồm chi phí vận chuyển, phí nhập khẩu, phí giao hàng đến khách hàng.

Điều 3: Thời gian, địa điểm giao nhận hàng.

- Thời gian giao hàng: từ 04 -08 tuần.

Trường hợp bất khả kháng, trong vòng 07 ngày kể từ ngày ký hợp đồng những cuốn sách bên B không cung cấp được do nhà xuất bản nước ngoài đình bản, chưa xuất bản, phải được thông báo cùng các văn bản xác nhận.

- Địa chỉ giao hàng: 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội

Điều 4: Thanh toán:

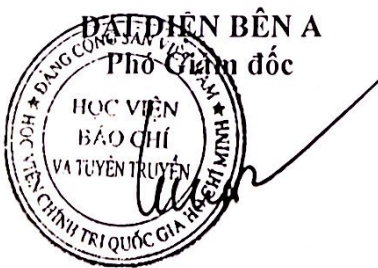
- Bên A sẽ thanh toán cho bên B bằng giá trị thực tế trong vòng 07 ngày kể từ ngày bên A nhận hóa đơn tài chính
- Hình thức thanh toán: tiền mặt hoặc chuyển khoản qua ngân hàng.

Điều 5: Trách nhiệm của các bên

- Trách nhiệm bên A: Bên A có trách nhiệm thanh toán cho bên B đúng như trong điều 4 và thực hiện các điều khoản khác ghi trong hợp đồng.
- Trách nhiệm bên B: đáp ứng đúng theo yêu cầu trong hợp đồng của bên A. Đảm bảo hàng hóa về số lượng, chất lượng, giá cả, phương thức giao hàng như trong hợp đồng.

Điều 6: Điều khoản chung:

- Hai bên cam kết thực hiện nghiêm chỉnh các điều khoản đã ghi trong hợp đồng.
- Mọi sự thay đổi, điều chỉnh trong quá trình triển khai hợp đồng phải được hai bên thông báo với nhau bằng văn bản và cùng nhau xem xét giải quyết.
- Trong trường hợp xảy ra tranh chấp, hai bên sẽ giải quyết bằng thương lượng. Nếu không giải quyết được sẽ đệ trình lên tòa án kinh tế TP HCM, quyết định của tòa là giải pháp bắt buộc đối với hai bên.
- Hợp đồng này làm thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản và có giá trị pháp lý như nhau.
- Hợp đồng này có hiệu lực từ ngày ký



Lưu Văn An



Lê Quang Trung

BIÊN BẢN THANH LÝ HỢP ĐỒNG

Căn cứ vào Hợp đồng số: 112-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày 6 tháng 12 năm 2020
Hôm nay, ngày 23 tháng 5 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội
Tài khoản : 0491.000088999
Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội
Đại diện : Ông Lưu Văn An
Chức vụ : Phó Giám đốc

Bên B (Bên bán): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM
Tài khoản : 117 000 156 581
Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM
MST : 0313394049
Đại diện : Ông Lê Quang Trung
Chức vụ : Giám đốc

Sau khi kiểm tra thực tế mặt hàng do bên B cung cấp, chúng tôi cùng thống nhất ký kết Biên bản thanh lý hợp đồng chi tiết như sau:

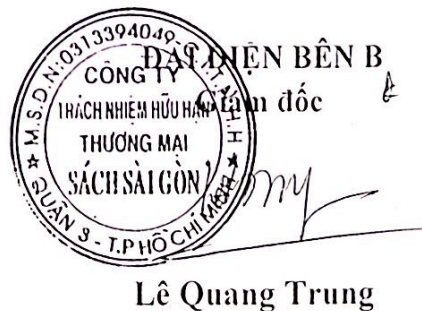
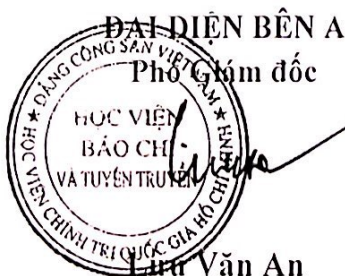
1. Bên B đã thực hiện giao hàng Sách Ngoại văn cho Bên A theo đúng Hợp đồng số: 112-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày tháng năm

2. Thanh toán:

- Bên A có trách nhiệm thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B **87.225.000 đồng (Bằng chữ: Tám mươi bảy triệu hai trăm hai mươi lăm ngàn đồng)** bằng chuyển khoản
- Thời hạn thanh toán: Trong vòng 07 ngày, kể từ ngày Bên B bàn giao hồ sơ thanh toán gồm: Biên bản nghiệm thu thanh lý hợp đồng, Biên bản bàn giao hàng hóa và hóa đơn tài chính.

3- Điều khoản chung:

- Sau khi Bên A thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B là **87.225.000 đồng (Bằng chữ: Tám mươi bảy triệu hai trăm hai mươi lăm ngàn đồng)** thì hợp đồng số: 112-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày tháng năm được thanh lý và kết thúc.
- Biên bản thanh lý Hợp đồng được lập thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản, có giá trị pháp lý như nhau.



Hà Nội, ngày 05 tháng 12 năm 2019

Số: 6338/QĐ-HVBC&TT

QUYẾT ĐỊNH

**V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn
cho Trung tâm thông tin khoa học**

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 3219/QĐ-HVBC&TT ngày 20/7/2018 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc quy định chế độ chi chương trình cử nhân quốc tế Middlesex giai đoạn 2016-2019;
- Căn cứ ba báo giá.

QUYẾT ĐỊNH

- Điều 1:** Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học - Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn
- Giấy phép kinh doanh số 0313394049 đăng ký lần đầu ngày 11 tháng 8 năm 2015
 - Ngày cấp 11 tháng 8 năm 2015, cấp Chương loại khoản: 3-754-190-194
 - Địa điểm giao dịch: 46/23 Trần Quang Diệu-Phường 14-Quận 3-TP Hồ Chí Minh
 - Giá trị Hợp đồng: 87,225,000 đồng
(Bằng chữ: Tám bảy triệu, hai trăm hai lăm nghìn đồng)
 - Thời gian thực hiện: từ ngày 06/12/2019 đến 06/02/2020
 - Nguồn kinh phí: Từ nguồn thu
 - Hình thức Hợp đồng: trọn gói;
 - Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
- Điều 2:** Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị liên quan, Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành về mua sắm, sửa chữa tài sản công của Chính phủ, của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền./.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT,TV



PHÓ GIÁM ĐỐC

Lưu Văn An

Hà Nội, ngày 10 tháng 12 năm 2019

Số: 6339/QĐ-HVBC&TT

QUYẾT ĐỊNH
V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn
cho Trung tâm thông tin khoa học

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 3219/QĐ-HVBC&TT ngày 20/7/2018 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc quy định chế độ chi chương trình cử nhân quốc tế Middlesex giai đoạn 2016-2019;
- Căn cứ ba báo giá.

QUYẾT ĐỊNH

- Điều 1:** Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học - Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn
- Giấy phép kinh doanh số 0313394049 đăng ký lần đầu ngày 11 tháng 8 năm 2015
 - Ngày cấp 11 tháng 8 năm 2015, cấp Chương loại khoản: 3-754-190-194
 - Địa điểm giao dịch: 46/23 Trần Quang Diệu-Phường 14-Quận 3-TP Hồ Chí Minh
 - Giá trị Hợp đồng: 58,335,000 đồng
(Bằng chữ: Năm tám triệu, ba trăm ba lăm nghìn đồng)
 - Thời gian thực hiện: từ ngày 11/12/2019 đến 11/02/2020
 - Nguồn kinh phí: Từ nguồn thu
 - Hình thức Hợp đồng: trọn gói;
 - Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
- Điều 2:** Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị liên quan, Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành về mua sắm, sửa chữa tài sản công của Chính phủ, của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền./. 

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT,TV

PHÓ GIÁM ĐỐC


Lưu Văn An

HỢP ĐỒNG KINH TẾ

Số: 112-HĐ/HVBC&TT-SSG

- Căn cứ Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ban hành ngày 24/11/2015 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
- Căn cứ Bộ luật Thương mại số 36/2005/QH11 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 14/06/2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
- Căn cứ quyết định số 6338/QĐ-HVBC&TT ngày 07/12/2019 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học;

Căn cứ vào khả năng cung cấp và nhu cầu của hai bên,

Hôm nay, ngày 6 tháng 12 năm 2020

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội

Tài khoản : 0491.000088999

Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội

Đại diện : Ông Lưu Văn An

Chức vụ : Phó Giám đốc

Bên B (Bên bán): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM

Tài khoản : 117 000 156 581

Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM

MST : 0313394049

Đại diện : Ông Lê Quang Trung

Chức vụ : Giám đốc

Hai bên thỏa thuận ký hợp đồng mua bán sách với các điều khoản sau đây:

Điều 1: Phạm vi công việc

Bên B đồng ý cung cấp các tựa sách ngoại văn dưới đây do bên A đặt mua.

Danh mục sách cung cấp:

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9781137610874	The study skills handbook 5th edition	Stella Cottrell	Red Globe Press	2019	1	2.061.000	2.061.000
2	9780375714498	Manufacturing consent: the political economy of the mass media, Reprint edition	Edward S. Herman; Noam Chomsky	Pantheon	2002	1	1.666.000	1.666.000

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
3	9780312429270	No Logo: 10th Anniversary Edition	Naomi Klein	Picador	2010	1	1.708.000	1.708.000
4	9780230203358	Image and representation: key concepts in media studies, 2nd Edition	Nick Lacey	Red Globe Press	2009	1	2.470.000	2.470.000
5	9780745643304	Consumer culture, 2nd Edition	Celia Lury	Polity Press	2011	1	1.648.000	1.648.000
6	9780415950428	Where stuff comes from: how toasters, toilets, cars, computers, and many others things come to be as they are	Harvey Luskin Molotch	Routledge	2005	1	1.605.000	1.605.000
7	9780340700075	Ad Worlds: Brands, Media, Audiences	Greg Myers	Bloomsbury	1998	1	1.459.000	1.459.000
8	9781473982161	Good essay writing: a social sciences guide, 5th edition	Peter Redman; Wendy E. Maples	SAGE	2017	1	1.418.000	1.418.000
9	9780814787144	Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture	Sarah Banet-Weiser	NYU Press	2012	1	1.776.000	1.776.000
10	9781472569394	Experience Design: concepts and case studies	Bunz, P.	Bloomsbury	2015	1	1.607.000	1.607.000
11	9781947629219	Tools for Dreamers: Strategies for Creativity and the Structure of Innovation	Dilts, R. B., Todd Epstein, Robert Warren Dilts	Dilts Strategy Group	2017	1	2.041.000	2.041.000
12	9781580087728	Thinkpak: A Brainstorming Card Deck	Michalko, M.	Ten Speed Press	2006	1	1.715.000	1.715.000
13	9780500287330	Creative Advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns, 2nd edition	Pricken, M.	Thames & Hudson, UK	2008	1	1.687.000	1.687.000
14	9781538114667	The Activation Imperative: How to Build Brands and Business by Inspiring Action	Rosen, R., Minsky, L.	Rowman and Littlefield	2018	1	1.594.000	1.594.000
15	9780749480967	Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, 2nd Edition	Smilansky, S.	Kogan Page	2017	1	1.493.000	1.493.000
16	9781119164005	Hey Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads, 5th Edition	Sullivan, L., Boches, E.	Wiley	2016	1	1.137.000	1.137.000
17	9781447287056	One Plus One Equals Three: A Masterclass in Creative Thinking	Trott, D.	Macmillan, UK	(2016)	1	1.335.000	1.335.000
18	9781292234977	Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations 8 edition	Fill, C. and Turnbull, S.	Pearson	2019	1	2.137.000	2.137.000

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
19	9780749468736	Planning and Managing Public Relations Campaigns: a Strategic Approach, 4th edition	Gregory, A.	Kogan Page	2015	1	1.674.000	1.674.000
20	9780190303761	Strategic Communication: Campaign Planning (2 edition)	Mahoney, J.	OUP	2016	1	4.144.000	4.144.000
21	9780415519557	Creativity and Advertising: Affect, Events and Process	McStay, A.	Routledge	2013	1	1.638.000	1.638.000
22	9781133434801	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans, 5th Edition	Parente, D. & Strausbaugh-Hutchinson, K.	Cengage Learning	2015	1	3.183.000	3.183.000
23	9780749475093	Campaigns that Shook the World: The Evolution of Public Relations	Rogers, D.	Kogan Page	2015	1	1.373.000	1.373.000
24	9781119362418	The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs & Viral Marketing to Reach Buyers Directly, 6th Edition	Scott, D.M.	Wiley	2017	1	1.214.000	1.214.000
25	9780471789765	Perfect Pitch: The Art of Selling Ideas and Winning New Business	Steel, J.	Wiley	2007	1	1.525.000	1.525.000
26	9781433108679	Blowing Up the Brand: Critical Perspectives On Promotional Culture	Aronczyk M. and, Powers, D.,	Peter Lang	2010	1	2.244.000	2.244.000
27	9780199752171	Branding the Nation: The Global Business of National Identity	Aroncczyk, M.	Oxford	2013	1	1.678.000	1.678.000
28	9780415347167	Brands: Meaning and Value in Media Culture	Arvidsson, A.	Routledge	2006	1	2.031.000	2.031.000
29	9781138904293	Markets and the Arts of Attachment	Cochoy, F., Deville J., and Lury, C.	Routledge	2017	1	3.926.000	3.926.000
30	9780745650739	Becoming Sexual: a Critical Appraisal of the Sexualisation of Girls	Egan, D.	Polity Press	2013	1	1.648.000	1.648.000
31	9780805846188	Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice	L'Etang, J and Pieczka, M.,	Routledge	2006	1	2.368.000	2.368.000
32	9781137561053	The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society	Gandini, A.	Palgrave	2016	1	2.333.000	2.333.000
33	9781845298807	Consumer Kids: How Big Business is Grooming our Children for Profit	Mayo, E. and Nairn, A.,	Constable and Robinson Ltd.	2009	1	1.441.000	1.441.000
34	9781473924932	Privacy and the Media	McStay, A.	SAGE	2017	1	1.527.000	1.527.000

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
35	9780300234695	The Aisles Have Eyes: How Retailers Track your Shopping, Strip your Privacy, Define your Power, Reprint edition	Turow, J.	Yale University Press	2018	1	1.311.000	1.311.000
36	9780415963305	The Advertising and Consumer Culture Reader	Turow, J. and McAllister, P.,	Routledge	2009	1	1.909.000	1.909.000
37	9780803983908	Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression.	Wernick, A.,	SAGE	1991	1	3.205.000	3.205.000
38	9781473947160	Researching Society and Culture, 4th edition	Seale, C	SAGE	2018	1	1.869.000	1.869.000
39	9780335243389	Doing Your Research Project, 7th edition	Bell, J.	Open University Press	2018	1	1.644.000	1.644.000
40	9780335262069	How to Write a Thesis, 4th Edition	Murray, R.	Open University Press	2017	1	1.789.000	1.789.000
41	9780273743859	How to Argue, 3rd edition	Bonnett, A.	Pearson	2011	1	915.000	915.000
42	9781137552150	Media research methods : audiences, institutions, texts, 2nd Edition	Bertrand, I., Peter Hughes	Red Globe Press	2017	1	2.432.000	2.432.000
43	9780748621859	Practical Research Methods for Media and Cultural Studies: Making People Count	Davies, M.M.,	Edinburgh University Press	2006	1	1.594.000	1.594.000
44	9781352005226	How to Write Your Undergraduate Dissertation, 3rd Edition	Greetham, B.,	Red Globe Press	2019	1	1.810.000	1.810.000
45	9780230373884	The Student's Guide to Writing, 2nd edition. Spelling, Punctuation and Grammar, 3rd Edition	Peck, J. and M. Coyle,	Red Globe Press	2012	1	1.763.000	1.763.000
46	9781446253199	Your undergraduate dissertation: the guide for success, 2nd edition	Walliman, N.S.R.	Sage	2014	1	1.279.000	1.279.000
47	9781138693999	Research methods: the basics, 2nd Edition	Walliman, N.S.R.	Routledge	2017	1	1.201.000	1.201.000
Tổng cộng						47		87.225.000

Chất lượng sách đảm bảo mới, chưa qua sử dụng, không bị rách, bị ướt, bị bẩn.

Danh mục sách này cung cấp cho Học Viện Báo Chí Và Tuyên Truyền dùng trong công việc giảng dạy và học tập.

Điều 2: Giá trị hợp đồng

- Tổng giá trị là: **87.225.000 đồng**

(Bằng chữ: Tám mươi bảy triệu hai trăm hai mươi lăm ngàn đồng./.)

Giá này đã bao gồm chi phí vận chuyển, phí nhập khẩu, phí giao hàng đến khách hàng.

Điều 3: Thời gian, địa điểm giao nhận hàng.

- Thời gian giao hàng: từ 04 -08 tuần.

Trường hợp bất khả kháng, trong vòng 07 ngày kể từ ngày ký hợp đồng những cuốn sách bên B không cung cấp được do nhà xuất bản nước ngoài đình bản, chưa xuất bản, phải được thông báo cùng các văn bản xác nhận.

- Địa chỉ giao hàng: 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội

Điều 4: Thanh toán:

- Bên A sẽ thanh toán cho bên B bằng giá trị thực tế trong vòng 07 ngày kể từ ngày bên A nhận hóa đơn tài chính
- Hình thức thanh toán: tiền mặt hoặc chuyển khoản qua ngân hàng.

Điều 5: Trách nhiệm của các bên

- Trách nhiệm bên A: Bên A có trách nhiệm thanh toán cho bên B đúng như trong điều 4 và thực hiện các điều khoản khác ghi trong hợp đồng.
- Trách nhiệm bên B: đáp ứng đúng theo yêu cầu trong hợp đồng của bên A. Đảm bảo hàng hóa về số lượng, chất lượng, giá cả, phương thức giao hàng như trong hợp đồng.

Điều 6: Điều khoản chung:

- Hai bên cam kết thực hiện nghiêm chỉnh các điều khoản đã ghi trong hợp đồng.
- Mọi sự thay đổi, điều chỉnh trong quá trình triển khai hợp đồng phải được hai bên thông báo với nhau bằng văn bản và cùng nhau xem xét giải quyết.
- Trong trường hợp xảy ra tranh chấp, hai bên sẽ giải quyết bằng thương lượng. Nếu không giải quyết được sẽ đệ trình lên tòa án kinh tế TP HCM, quyết định của tòa là giải pháp bắt buộc đối với hai bên.
- Hợp đồng này làm thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản và có giá trị pháp lý như nhau.
- Hợp đồng này có hiệu lực từ ngày ký

ĐẠI DIỆN BÊN A
Phó Giám đốc


Lưu Văn An

ĐẠI DIỆN BÊN B
Giám đốc


Lê Quang Trung

BIÊN BẢN THANH LÝ HỢP ĐỒNG

Căn cứ vào Hợp đồng số: 112-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày 6 tháng 12 năm 2020

Hôm nay, ngày 23 tháng 5 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội
Tài khoản : 0491.000088999
Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội
Đại diện : **Ông Lưu Văn An**
Chức vụ : **Phó Giám đốc**

Bên B (Bên bán): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM
Tài khoản : 117 000 156 581
Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM
MST : 0313394049
Đại diện : **Ông Lê Quang Trung**
Chức vụ : **Giám đốc**

Sau khi kiểm tra thực tế mặt hàng do bên B cung cấp, chúng tôi cùng thống nhất ký kết Biên bản thanh lý hợp đồng chi tiết như sau:

1. Bên B đã thực hiện giao hàng Sách Ngoại văn cho Bên A theo đúng Hợp đồng số: 112-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày tháng năm

2. Thanh toán:

- Bên A có trách nhiệm thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B **87.225.000 đồng (Bằng chữ: Tám mươi bảy triệu hai trăm hai mươi lăm ngàn đồng)** bằng chuyển khoản
- Thời hạn thanh toán: Trong vòng 07 ngày, kể từ ngày Bên B bàn giao hồ sơ thanh toán gồm: Biên bản nghiệm thu thanh lý hợp đồng, Biên bản bàn giao hàng hóa và hóa đơn tài chính.

3- Điều khoản chung:

- Sau khi Bên A thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B là **87.225.000 đồng (Bằng chữ: Tám mươi bảy triệu hai trăm hai mươi lăm ngàn đồng)** thì hợp đồng số: 112-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày tháng năm được thanh lý và kết thúc.
- Biên bản thanh lý Hợp đồng được lập thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản, có giá trị pháp lý như nhau.

ĐẠI DIỆN BÊN A
Phó Giám đốc

Lưu Văn An

ĐẠI DIỆN BÊN B
Giám đốc

Lê Quang Trung

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

-----o0o-----

BIÊN BẢN BÀN GIAO HÀNG HÓA

Căn cứ vào Hợp đồng số: 112-HD/HVBC&TT-SSG, ký ngày 6 tháng 12 năm 2020

Hôm nay, ngày 23 tháng 5 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên nhận): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội

Tài khoản : 0491.000088999

Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội

Đại diện :

Chức vụ :

Bên B (Bên giao): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM

Tài khoản : 117 000 156 581

Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM

MST : 0313394049

Đại diện : **Ông Lê Quang Trung**

Chức vụ : **Giám đốc**

Hai bên đã tiến hành bàn giao số sách Sách ngoại văn như sau:

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9781137610874	The study skills handbook 5th edition	Stella Cottrell	Red Globe Press	2019	1	2.061.000	2.061.000
2	9780375714498	Manufacturing consent: the political economy of the mass media, Reprint edition	Edward S. Herman; Noam Chomsky	Pantheon	2002	1	1.666.000	1.666.000
3	9780312429270	No Logo: 10th Anniversary Edition	Naomi Klein	Picador	2010	1	1.708.000	1.708.000
4	9780230203358	Image and representation: key concepts in media studies, 2nd Edition	Nick Lacey	Red Globe Press	2009	1	2.470.000	2.470.000
5	9780745643304	Consumer culture, 2nd Edition	Celia Lury	Polity Press	2011	1	1.648.000	1.648.000
6	9780415950428	Where stuff comes from: how toasters, toilets, cars, computers, and many others things come to be as they are	Harvey Lusk Molotch	Routledge	2005	1	1.605.000	1.605.000

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
7	9780340700075	Ad Worlds: Brands, Media, Audiences	Greg Myers	Bloomsbury	1998	1	1.459.000	1.459.000
8	9781473982161	Good essay writing: a social sciences guide, 5th edition	Peter Redman; Wendy E. Maples	SAGE	2017	1	1.418.000	1.418.000
9	9780814787144	Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture	Sarah Banet-Weiser	NYU Press	2012	1	1.776.000	1.776.000
10	9781472569394	Experience Design: concepts and case studies	Bunz, P.	Bloomsbury	2015	1	1.607.000	1.607.000
11	9781947629219	Tools for Dreamers: Strategies for Creativity and the Structure of Innovation	Dilts, R. B., Todd Epstein, Robert Warren Dilts	Dilts Strategy Group	2017	1	2.041.000	2.041.000
12	9781580087728	Thinkpak: A Brainstorming Card Deck	Michalko, M.	Ten Speed Press	2006	1	1.715.000	1.715.000
13	9780500287330	Creative Advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns, 2nd edition	Pricken, M.	Thames & Hudson, UK	2008	1	1.687.000	1.687.000
14	9781538114667	The Activation Imperative: How to Build Brands and Business by Inspiring Action	Rosen, R., Minsky, L.	Rowman and Littlefield	2018	1	1.594.000	1.594.000
15	9780749480967	Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, 2nd Edition	Smilansky, S.	Kogan Page	2017	1	1.493.000	1.493.000
16	9781119164005	Hey Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads, 5th Edition	Sullivan, L., Boches, E.	Wiley	2016	1	1.137.000	1.137.000
17	9781447287056	One Plus One Equals Three: A Masterclass in Creative Thinking	Trott, D.	Macmillan, UK	(2016)	1	1.335.000	1.335.000
18	9781292234977	Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations 8th edition	Fill, C. and Turnbull, S.	Pearson	2019	1	2.137.000	2.137.000
19	9780749468736	Planning and Managing Public Relations Campaigns: a Strategic Approach, 4th edition	Gregory, A.	Kogan Page	2015	1	1.674.000	1.674.000

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
20	9780190303761	Strategic Communication: Campaign Planning (2 edition)	Mahoney, J.	OUP	2016	1	4.144.000	4.144.000
21	9780415519557	Creativity and Advertising: Affect, Events and Process	McStay, A.	Routledge	2013	1	1.638.000	1.638.000
22	9781133434801	Advertising Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans, 5th Edition	Parente, D. & Strausbaugh-Hutchinson, K.	Cengage Learning	2015	1	3.183.000	3.183.000
23	9780749475093	Campaigns that Shook the World: The Evolution of Public Relations	Rogers, D.	Kogan Page	2015	1	1.373.000	1.373.000
24	9781119362418	The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs & Viral Marketing to Reach Buyers Directly, 6th Edition	Scott, D.M.	Wiley	2017	1	1.214.000	1.214.000
25	9780471789765	Perfect Pitch: The Art of Selling Ideas and Winning New Business	Steel, J.	Wiley	2007	1	1.525.000	1.525.000
26	9781433108679	Blowing Up the Brand: Critical Perspectives On Promotional Culture	Aronczyk M. and, Powers, D.,	Peter Lang	2010	1	2.244.000	2.244.000
27	9780199752171	Branding the Nation: The Global Business of National Identity	Aronczyk, M.	Oxford	2013	1	1.678.000	1.678.000
28	9780415347167	Brands: Meaning and Value in Media Culture	Arvidsson, A.	Routledge	2006	1	2.031.000	2.031.000
29	9781138904293	Markets and the Arts of Attachment	Cochoy, F., Deville J., and Lury, C.	Routledge	2017	1	3.926.000	3.926.000
30	9780745650739	Becoming Sexual: a Critical Appraisal of the Sexualisation of Girls	Egan, D.	Polity Press	2013	1	1.648.000	1.648.000
31	9780805846188	Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice	L'Etang, J and Pieczka, M.,	Routledge	2006	1	2.368.000	2.368.000
32	9781137561053	The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society	Gandini, A.	Palgrave	2016	1	2.333.000	2.333.000

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
33	9781845298807	Consumer Kids: How Big Business is Grooming our Children for Profit	Mayo, E. and Nairn, A.,	Constable and Robinson Ltd.	2009	1	1.441.000	1.441.000
34	9781473924932	Privacy and the Media	McStay, A.	SAGE	2017	1	1.527.000	1.527.000
35	9780300234695	The Aisles Have Eyes: How Retailers Track your Shopping, Strip your Privacy, Define your Power, Reprint edition	Turow, J.	Yale University Press	2018	1	1.311.000	1.311.000
36	9780415963305	The Advertising and Consumer Culture Reader	Turow, J. and McAllister, P.,	Routledge	2009	1	1.909.000	1.909.000
37	9780803983908	Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression.	Wernick, A.,	SAGE	1991	1	3.205.000	3.205.000
38	9781473947160	Researching Society and Culture, 4th edition	Seale, C	SAGE	2018	1	1.869.000	1.869.000
39	9780335243389	Doing Your Research Project, 7th edition	Bell, J.	Open University Press	2018	1	1.644.000	1.644.000
40	9780335262069	How to Write a Thesis, 4th Edition	Murray, R.	Open University Press	2017	1	1.789.000	1.789.000
41	9780273743859	How to Argue, 3rd edition	Bonnett, A.	Pearson	2011	1	915.000	915.000
42	9781137552150	Media research methods : audiences, institutions, texts, 2nd Edition	Bertrand, I., Peter Hughes	Red Globe Press	2017	1	2.432.000	2.432.000
43	9780748621859	Practical Research Methods for Media and Cultural Studies: Making People Count	Davies, M.M.,	Edinburgh University Press	2006	1	1.594.000	1.594.000
44	9781352005226	How to Write Your Undergraduate Dissertation, 3rd Edition	Greetham, B.,	Red Globe Press	2019	1	1.810.000	1.810.000
45	9780230373884	The Student's Guide to Writing , 2nd edition. Spelling, Punctuation and Grammar, 3rd Edition	Peck, J. and M. Coyle,	Red Globe Press	2012	1	1.763.000	1.763.000
46	9781446253199	Your undergraduate dissertation: the guide for success, 2nd edition	Walliman, N.S.R.	Sage	2014	1	1.279.000	1.279.000
47	9781138693999	Research methods: the basics, 2nd Edition	Walliman, N.S.R.	Routledge	2017	1	1.201.000	1.201.000
Tổng cộng						47		87.225.000

1. Hàng hóa Bên B giao cho bên A là hàng mới 100% đảm bảo đúng chất lượng, chủng loại theo tiêu chuẩn của nhà sản xuất, chưa qua sử dụng, không bị rách, không bị dơ bẩn, ẩm ướt và chữ in ấn rõ ràng.
2. Đại diện bên B đã bàn giao đầy đủ số lượng sách cho bên A.
3. Đại diện bên A đã tiến hành kiểm tra và thống nhất đánh giá chất lượng sách đạt yêu cầu đề ra.
4. Biên bản được lập thành 04 (bốn) bản, mỗi bên giữ 02 (hai) bản có giá trị như nhau kể từ ngày ký./.



Lê Quang Trung

ĐẠI DIỆN BÊN NHẬN



PHÓ GIÁM ĐỐC

Lưu Văn An

Hà Nội, ngày 05 tháng 12 năm 2019

Số: 633/QĐ-HVBC&TT

QUYẾT ĐỊNH

**V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn
cho Trung tâm thông tin khoa học**

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 3219/QĐ-HVBC&TT ngày 20/7/2018 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc quy định chế độ chi chương trình cử nhân quốc tế Middlesex giai đoạn 2016-2019;
- Căn cứ ba báo giá.

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học - Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn

- Giấy phép kinh doanh số 0313394049 đăng ký lần đầu ngày 11 tháng 8 năm 2015
- Ngày cấp 11 tháng 8 năm 2015, cấp Chương loại khoản: 3-754-190-194
- Địa điểm giao dịch: 46/23 Trần Quang Diệu-Phường 14-Quận 3-TP Hồ Chí Minh
- Giá trị Hợp đồng: 87.225.000 đồng
(Bằng chữ: Tám bảy triệu, hai trăm hai lăm nghìn đồng)
- Thời gian thực hiện: từ ngày 06/12/2019 đến 06/02/2020
- Nguồn kinh phí: Từ nguồn thu
- Hình thức Hợp đồng: trọn gói;
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Điều 2: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị liên quan, Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành về mua sắm, sửa chữa tài sản công của Chính phủ, của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền. /

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT,TV

PHÓ GIÁM ĐỐC



Lưu Văn An

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc Lập- Tự Do- Hạnh Phúc.

HỢP ĐỒNG KINH TẾ

Số: 115-HĐ/HVBC&TT-SSG

- Căn cứ Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ban hành ngày 24/11/2015 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
 - Căn cứ Bộ luật Thương mại số 36/2005/QH11 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 14/06/2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
 - Căn cứ quyết định số 6339/QĐ-HVBC&TT ngày 10/12/2019 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học;
- Căn cứ vào khả năng cung cấp và nhu cầu của hai bên,

Hôm nay, ngày 11 tháng 12 năm 2020

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội
Tài khoản : 0491.000088999
Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội
Đại diện : Ông Lưu Văn An
Chức vụ : Phó Giám đốc

Bên B (Bên bán): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM
Tài khoản : 117 000 156 581
Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM
MST : 0313394049
Đại diện : Ông Lê Quang Trung
Chức vụ : Giám đốc

Hai bên thỏa thuận ký hợp đồng mua bán sách với các điều khoản sau đây:

Điều 1: Phạm vi công việc

Bên B đồng ý cung cấp các tựa sách ngoại văn dưới đây do bên A đặt mua.
Danh mục sách cung cấp:

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9780415347167	Brands: meaning and value in media culture	Adam Arvidsson	Routledge	2006	1	2.131.000	2.131.000
2	9780415251839	Brands: the logos of the global economy	Celia Lury	Routledge	2004	1	1.963.000	1.963.000



Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
3	9781845203849	The rise of brands	Liz Moor	Berg Publishers	2007	1	2.216.000	2.216.000
4	9780415141321	Studies in advertising and consumption	Mica Nava, Andrew Blake	Routledge	1997	1	1.504.000	1.504.000
5	9781578517749	How brands become icons: the principles of cultural branding	Douglas B. Holt	Harvard Business Review Press	2004	1	2.169.000	2.169.000
6	9781787560796	Internet celebrity: understanding fame online	Crystal Abidin	Emerald Publishing	2018	1	1.876.000	1.876.000
7	9780500518984	The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later, 3rd edition	Barry P.	Thames & Hudson	2016	1	1.373.000	1.373.000
8	9780091955021	Lateral Thinking, An Introduction	De Bono E.	Vermillion	2014	1	1.286.000	1.286.000
9	9780500517246	Hegarty on Creativity: There are No Rules	Hegarty J.	Thames & Hudson	2014	1	662.000	662.000
10	9781780670003	Copywriting: successful writing for design, advertising and marketing, 2nd Edition	Shaw M.	Lawrence King	2012	1	1.832.000	1.832.000
11	9781780671680	100 ways to create a Great Ad, Lawrence King, London	Collins T.	Lawrence King	2014	1	2.153.000	2.153.000
12	9780134105109	The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines and Templates for Getting Content Right	Casey Meghan	New Riders	2015	1	1.373.000	1.373.000
13	9780500292853	Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print, Moving Image and Digital Media, 6E	Dabner D. and Stewart S.	Thames and Hudson	2017	1	1.278.000	1.278.000
14	9781118905555	Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content	Handley A.	Wiley	2014	1	1.037.000	1.037.000
15	9781449341909	WordPress: the missing manual, 2E	MacDonald M.	O'Reilly Media	2014	1	1.943.000	1.943.000
16	9780321884480	Mobile Usability	Nielsen Jakob	New Riders	2013	1	6.063.000	6.063.000
17	9781937434465	Intelligent content: A primer	Rockley A., Cooper C. and Abel S.	XML Press	2015	1	1.772.000	1.772.000
18	9781118980828	Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 5th Edition	Wheeler Alina	Wiley	2018	1	1.825.000	1.825.000
19	9781621534815	Advertising Design and Typography	White Alex	Allworth	2015	1	1.943.000	1.943.000

	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
20	9780199689453	Social Research Methods, 5th Edition	Bryman A.	Oxford University	2016	1	3.991.000	3.991.000
21	9781138188693	Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit	Caliandro A. and Gandini A.	Routledge	2017	1	2.132.000	2.132.000
22	9781259548147	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 11E	Belch G. and Belch M.	McGraw Hill	2018	1	8.706.000	8.706.000
23	9781473997998	Advertising and Promotion, 4 Edition	Hackley C. and Rungpaka Amy Hackley	Sage	2018	1	2.216.000	2.216.000
24	9781849711142	How to Win Campaigns: Communications for change, 2nd Edition	Rose C.	Taylor and Francis	2010	1	1.336.000	1.336.000
25	9780745639833	Promotional Culture: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding	Davis A.	Polity Press	2013	1	1.803.000	1.803.000
26	9781849207867	How to do Media and Cultural Studies, Second Edition	Jane Stokes	Sage	2013	1	1.752.000	1.752.000
Tổng cộng						26		58.335.000

Chất lượng sách đảm bảo mới, chưa qua sử dụng, không bị rách, bị ướt, bị bẩn.

Danh mục sách này cung cấp cho Học Viện Báo Chí Và Tuyên Truyền dùng trong công việc giảng dạy và học tập.

Điều 2: Giá trị hợp đồng

- Tổng giá trị là: **58.335.000 đồng**

(*Bằng chữ: Năm mươi tám triệu ba trăm ba mươi lăm ngàn đồng./.*)

Giá này đã bao gồm chi phí vận chuyển, phí nhập khẩu, phí giao hàng đến khách hàng.

Điều 3: Thời gian, địa điểm giao nhận hàng.

- Thời gian giao hàng: từ 04 -08 tuần.

Trường hợp bất khả kháng, trong vòng 07 ngày kể từ ngày ký hợp đồng những cuốn sách bên B không cung cấp được do nhà xuất bản nước ngoài đình bản, chưa xuất bản, phải được thông báo cùng các văn bản xác nhận.

- Địa chỉ giao hàng: 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội

Điều 4: Thanh toán:

- Bên A sẽ thanh toán cho bên B bằng giá trị thực tế trong vòng 07 ngày kể từ ngày bên A nhận hóa đơn tài chính

- Hình thức thanh toán: tiền mặt hoặc chuyển khoản qua ngân hàng.

Điều 5: Trách nhiệm của các bên

- Trách nhiệm bên A: Bên A có trách nhiệm thanh toán cho bên B đúng như trong điều 4 và thực hiện các điều khoản khác ghi trong hợp đồng.
- Trách nhiệm bên B: đáp ứng đúng theo yêu cầu trong hợp đồng của bên A. Đảm bảo hàng hóa về số lượng, chất lượng, giá cả, phương thức giao hàng như trong hợp đồng.

Điều 6: Điều khoản chung:

- Hai bên cam kết thực hiện nghiêm chỉnh các điều khoản đã ghi trong hợp đồng.
- Mọi sự thay đổi, điều chỉnh trong quá trình triển khai hợp đồng phải được hai bên thông báo với nhau bằng văn bản và cùng nhau xem xét giải quyết.
- Trong trường hợp xảy ra tranh chấp, hai bên sẽ giải quyết bằng thương lượng. Nếu không giải quyết được sẽ đệ trình lên tòa án kinh tế TP HCM, quyết định của tòa là giải pháp bắt buộc đối với hai bên.
- Hợp đồng này làm thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản và có giá trị pháp lý như nhau.
- Hợp đồng này có hiệu lực từ ngày ký.

ĐẠI DIỆN BÊN A
Phó Giám đốc



Lưu Văn An

ĐẠI DIỆN BÊN B
Giám đốc



Lê Quang Trung

Hà Nội, ngày 10 tháng 12 năm 2019

Số: 6339 QĐ-HVBC&TT

QUYẾT ĐỊNH

**V/v lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn
cho Trung tâm thông tin khoa học**

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

- Căn cứ Luật đấu thầu số 43/2013/QH 13 ngày 26/11/2013 của Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
- Căn cứ Nghị định số 63/2014/NĐ - CP, ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đấu thầu về lựa chọn nhà thầu;
- Căn cứ Quyết định số 2385/HVCTQG-TC, ngày 27/9/2007 của Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về việc phân cấp quản lý trong mua sắm, sửa chữa tài sản tại Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh;
- Căn cứ Quyết định số 6591/QĐ-HVCTQG ngày 01/11/2018 của Giám đốc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh về chức năng nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
- Căn cứ quyết định số 3219/QĐ-HVBC&TT ngày 20/7/2018 của Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền về việc quy định chế độ chi chương trình cử nhân quốc tế Middlesex giai đoạn 2016-2019;
- Căn cứ ba báo giá.

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Lựa chọn đơn vị cung cấp sách ngoại văn cho Trung tâm Thông tin khoa học - Học viện Báo chí và Tuyên truyền là Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn

- Giấy phép kinh doanh số 0313394049 đăng ký lần đầu ngày 11 tháng 8 năm 2015
- Ngày cấp 11 tháng 8 năm 2015, cấp Chương loại khoản: 3-754-190-194
- Địa điểm giao dịch: 46/23 Trần Quang Diệu-Phường 14-Quận 3-TP Hồ Chí Minh
- Giá trị Hợp đồng: 58.335.000 đồng
(Bằng chữ: Năm tám triệu, ba trăm ba lăm nghìn đồng)
- Thời gian thực hiện: từ ngày 11/12/2019 đến 11/02/2020
- Nguồn kinh phí: Từ nguồn thu
- Hình thức Hợp đồng: trọn gói;
- Địa điểm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội

Điều 2: Ban Kế hoạch - Tài chính, Trung tâm Thông tin khoa học và các đơn vị liên quan, Công ty TNHH Thương mại sách Sài Gòn thực hiện đúng và đầy đủ các Quy định hiện hành về mua sắm, sửa chữa tài sản công của Chính phủ, của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh và Học viện Báo chí và Tuyên truyền./.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Lưu VT,TV



CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

-----o0o-----

BIÊN BẢN BÀN GIAO HÀNG HÓA

Căn cứ vào Hợp đồng số: 115-HD/HVBC&TT-SSG, ký ngày 11 tháng 12 năm 2020

Hôm nay, ngày 29 tháng 4 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên nhận): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội

Tài khoản : 0491.000088999

Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội

Đại diện : Lưu Văn An

Chức vụ : Phó Giám đốc

Bên B (Bên giao): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM

Tài khoản : 117 000 156 581

Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM

MST : 0313394049

Đại diện : **Ông Lê Quang Trung**

Chức vụ : **Giám đốc**

Hai bên đã tiến hành bàn giao số sách Sách ngoại văn như sau:

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
1	9780415347167	Brands: meaning and value in media culture	Adam Arvidsson	Routledge	2006	1	2.131.000	2.131.000
2	9780415251839	Brands: the logos of the global economy	Celia Lury	Routledge	2004	1	1.963.000	1.963.000
3	9781845203849	The rise of brands	Liz Moor	Berg Publishers	2007	1	2.216.000	2.216.000
4	9780415141321	Studies in advertising and consumption	Mica Nava, Andrew Blake	Routledge	1997	1	1.504.000	1.504.000
5	9781578517749	How brands become icons: the principles of cultural branding	Douglas B. Holt	Harvard Business Review Press	2004	1	2.169.000	2.169.000
6	9781787560796	Internet celebrity: understanding fame online	Crystal Abidin	Emerald Publishing	2018	1	1.876.000	1.876.000
7	9780500518984	The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later, 3rd edition	Barry P.	Thames & Hudson	2016	1	1.373.000	1.373.000

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
8	9780091955021	Lateral Thinking, An Introduction	De Bono E.	Vermillion	2014	1	1.286.000	1.286.000
9	9780500517246	Hegarty on Creativity: There are No Rules	Hegarty J.	Thames & Hudson	2014	1	662.000	662.000
10	9781780670003	Copywriting: successful writing for design, advertising and marketing, 2nd Edition	Shaw M.	Lawrence King	2012	1	1.832.000	1.832.000
11	9781780671680	100 ways to create a Great Ad, Lawrence King, London	Collins T.	Lawrence King	2014	1	2.153.000	2.153.000
12	9780134105109	The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines and Templates for Getting Content Right	Casey Meghan	New Riders	2015	1	1.373.000	1.373.000
13	9780500292853	Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print, Moving Image and Digital Media, 6E	Dabner D. and Stewart S.	Thames and Hudson	2017	1	1.278.000	1.278.000
14	9781118905555	Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content	Handley A.	Wiley	2014	1	1.037.000	1.037.000
15	9781449341909	WordPress: the missing manual, 2E	MacDonald M.	O'Reilly Media	2014	1	1.943.000	1.943.000
16	9780321884480	Mobile Usability	Nielsen Jakob	New Riders	2013	1	6.063.000	6.063.000
17	9781937434465	Intelligent content: A primer	Rockley A., Cooper C. and Abel S.	XML Press	2015	1	1.772.000	1.772.000
18	9781118980828	Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 5th Edition	Wheeler Alina	Wiley	2018	1	1.825.000	1.825.000
19	9781621534815	Advertising Design and Typography	White Alex	Allworth	2015	1	1.943.000	1.943.000
20	9780199689453	Social Research Methods, 5th Edition	Bryman A.	Oxford University	2016	1	3.991.000	3.991.000
21	9781138188693	Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit	Caliandro A. and Gandini A.	Routledge	2017	1	2.132.000	2.132.000
22	9781259548147	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 11E	Belch G. and Belch M.	McGraw Hill	2018	1	8.706.000	8.706.000
23	9781473997998	Advertising and Promotion, 4 Edition	Hackley C. and Rungpaka Amy Hackley	Sage	2018	1	2.216.000	2.216.000

Stt	ISBN	Tên sách	Tác giả	Nhà xuất bản	Năm xuất bản	Số lượng (cuốn)	Đơn giá (VND)	Tổng trị giá (VND)
24	9781849711142	How to Win Campaigns: Communications for change, 2nd Edition	Rose C.	Taylor and Francis	2010	1	1.336.000	1.336.000
25	9780745639833	Promotional Culture: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding	Davis A.	Polity Press	2013	1	1.803.000	1.803.000
26	9781849207867	How to do Media and Cultural Studies, Second Edition	Jane Stokes	Sage	2013	1	1.752.000	1.752.000
Tổng cộng						26		58.335.000

- Hàng hóa Bên B giao cho bên A là hàng mới 100% đảm bảo đúng chất lượng, chủng loại theo tiêu chuẩn của nhà sản xuất, chưa qua sử dụng, không bị rách, không bị dơ bẩn, ẩm ướt và chữ in ấn rõ ràng.
- Đại diện bên B đã bàn giao đầy đủ số lượng sách cho bên A.
- Đại diện bên A đã tiến hành kiểm tra và thống nhất đánh giá chất lượng sách đạt yêu cầu đề ra.
- Biên bản được lập thành 04 (bốn) bản, mỗi bên giữ 02 (hai) bản có giá trị như nhau kể từ ngày ký./.



BIÊN BẢN THANH LÝ HỢP ĐỒNG

Căn cứ vào Hợp đồng số: 115-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày 11 tháng 12 năm 2020
Hôm nay, ngày 29 tháng 4 năm 2020, chúng tôi gồm:

Bên A (Bên mua): HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Địa chỉ : 36 Xuân Thủy - Cầu Giấy - Hà Nội
Tài khoản : 0491.000088999
Tại : Ngân hàng Vietcombank chi nhánh Thăng Long, Hà Nội
Đại diện : **Ông Lưu Văn An**
Chức vụ : **Phó Giám đốc**

Bên B (Bên bán): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI SÁCH SÀI GÒN

Địa chỉ : 46/23 Trần Quang Diệu, Phường 14, Quận 3, TP. HCM
Tài khoản : 117 000 156 581
Tại : Ngân hàng thương mại CP Công Thương Việt Nam - CN 2 TP. HCM
MST : 0313394049
Đại diện : **Ông Lê Quang Trung**
Chức vụ : **Giám đốc**

Sau khi kiểm tra thực tế mặt hàng do bên B cung cấp, chúng tôi cùng thống nhất ký kết Biên bản thanh lý hợp đồng chi tiết như sau:

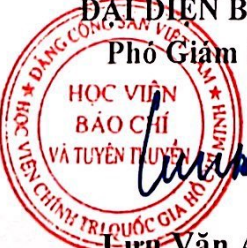
1. Bên B đã thực hiện giao hàng Sách Ngoại văn cho Bên A theo đúng Hợp đồng số: 115-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày tháng năm

2. Thanh toán:

- Bên A có trách nhiệm thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B **58.335.000 đồng (Bằng chữ: Năm mươi tám triệu ba trăm ba mươi lăm ngàn đồng)** bằng chuyển khoản
- Thời hạn thanh toán: Trong vòng 07 ngày, kể từ ngày Bên B bàn giao hồ sơ thanh toán gồm: Biên bản nghiệm thu thanh lý hợp đồng, Biên bản bàn giao hàng hóa và hóa đơn tài chính.

3- Điều khoản chung:

- Sau khi Bên A thanh toán toàn bộ giá trị hợp đồng cho bên B là **58.335.000 đồng (Bằng chữ: Năm mươi tám triệu ba trăm ba mươi lăm ngàn đồng)** thì hợp đồng số: 115-HĐ/HVBC&TT-SSG, ký ngày tháng năm được thanh lý và kết thúc.
- Biên bản thanh lý Hợp đồng được lập thành 04 bản, mỗi bên giữ 02 bản, có giá trị pháp lý như nhau.

ĐẠI DIỆN BÊN A
Phó Giám đốc


Lưu Văn An

ĐẠI DIỆN BÊN B
Giám đốc


Lê Quang Trung