

BỘ TÀI CHÍNH
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING**

Số: 2710/QĐ-ĐHTCM

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 12 năm 2020

QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên năm 2021, đợt 2

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

Căn cứ Quyết định số 1138/QĐ-TTg ngày 04 tháng 08 năm 2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc sáp nhập Trường Cao đẳng Tài chính – Hải quan vào Trường Đại học Tài chính – Marketing;

Căn cứ Thông tư số 19/2012/TT-BGDĐT ngày 01 tháng 6 năm 2012 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành các quy định về nghiên cứu khoa học của sinh viên trong các cơ sở giáo dục đại học;

Căn cứ Thông tư số 23/2014/TT-BGDĐT ngày 18 tháng 7 năm 2014 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định về đào tạo chất lượng cao trình độ đại học;

Căn cứ Quyết định số 2648/QĐ-ĐHTCM ngày 19/12/2019 của Hiệu trưởng về việc ban hành Quy định hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên Trường Đại học Tài chính – Marketing;

Theo đề nghị của Trưởng khoa chuyên môn, Trưởng phòng Quản lý khoa học.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt danh sách các đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên và giảng viên hướng dẫn năm 2021, đợt 2 (theo danh sách đính kèm).

Điều 2. Kinh phí hỗ trợ thực hiện đề tài và các chế độ khác thực hiện theo Quy chế chi tiêu nội bộ hiện hành của Trường.

Điều 3. Quy trình đăng ký, thực hiện, nghiệm thu thực hiện theo Quy định hiện hành của Trường. Giảng viên được phân công hướng dẫn có trách nhiệm hướng dẫn sinh viên thực hiện thành công đề tài.

Điều 4. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký. Trưởng phòng Kế hoạch-Tài chính, Quản lý khoa học, Trưởng các khoa, các sinh viên và giảng viên có tên trong danh sách đính kèm có trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Ban Giám hiệu (để biết);
- Như Điều 4;
- Lưu: VT, QLKH.

KT. HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG



TS. Nguyễn Văn Hiến

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

**DANH SÁCH ĐỀ TÀI SINH VIÊN NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VÀ
GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN NĂM 2021, ĐỢT 2**

(Ban hành kèm theo Quyết định số 2710/QĐ-ĐHTCM của Hiệu trưởng Trường Đại học
Tài chính - Marketing, ngày 23 tháng 12 năm 2020)

Stt	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (nhóm trưởng in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
Khoa Quản trị Kinh doanh				
1	Đánh giá chất lượng dịch vụ theo sự hài lòng của khách hàng trong các trung tâm thương mại quận Tân Phú, TPHCM	Nguyễn Trung Nguyên Nguyễn Thị Trúc Mơ Nguyễn Thị Thu Nguyệt Lê Hồng Xuân Ngân	CLC_19DQT04	TS. Phạm Thị Ngọc Mai
2	Ảnh hưởng của giá cả, chất lượng sản phẩm, chương trình khuyến mãi và thái độ nhân viên đến trải nghiệm thương hiệu của khách hàng tại Highlands coffee	Nguyễn Trần Bảo Uyên Nguyễn Bích Ngọc Nguyễn Thị Phương Tiên Đoàn Thị Ngọc Hạ Nguyễn Trần Khánh Vy	CLC_18DQT03	ThS. Trần Thế Nam
3	Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực học tập của sinh viên Chất lượng cao Khoa QTKD trường Đại học Tài chính - Marketing	Nguyễn Hữu Nhân Phạm Trang Quốc Nhựt Đinh Thị Quỳnh Như Nguyễn Hoàng Phương Thảo Võ Thuý Quỳnh	CLC_19DQT04	TS. Phạm Thị Ngọc Mai
4	Xác định yếu tố quyết định sự thành công của các trung tâm luyện thi chứng chỉ tin học MOS	Nguyễn Trúc Trà My Trương Thị Minh Hà Võ An Khang Hà Thanh Danh Tạ Duy Khan	CLC_18DQT01 CLC_18DQT01 CLC_18DQT01 CLC_18DQT01 CLC_16DQT	ThS. Trần Thế Nam
5	Nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định mua sản phẩm thời trang thương hiệu địa phương của giới trẻ TPHCM	Hoàng Ngọc Minh Anh Nguyễn Ngọc Anh Nguyễn Thị Hồng Anh Lê Thị Kiều Anh Trịnh Hoài Ân	CLC_19DQT05	ThS. Lượng Văn Quốc
6	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn sử dụng sản phẩm thời trang thương hiệu nội địa của thế hệ Z ở Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Thị Hồng Thanh Lý Thuỳ Linh Huỳnh Bảo Giang	CLC_18DQT04	TS. Ao Thu Hoài

7	Sự hài lòng của sinh viên về chương trình đào tạo Chất lượng cao của trường Đại học Tài chính - Marketing	Trương Nguyễn Bảo Uyên Lương Thị Thanh Diễm Ngô Anh Tú Lê Trọng Vũ	CLC_18DQT04	TS. Ao Thu Hoài
8	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại Cộng Cà Phê	Nguyễn Hồng Ngọc Chi Phan Trâm Anh Trịnh Tăng Hoàng Vi Võ Thị Xuân Mai Ung Đoàn Thảo Vân	CLC_18DQT01	ThS. Trần Thế Nam
9	Nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo Khoa Quản trị kinh doanh Trường Đại học Tài chính – Marketing	Nguyễn Hoàng Duy Nguyễn Đoàn Cẩm Sương Lê Thị Hoài Linh	CLC_19DQT08	ThS. Trần Quốc Tuấn
10	Những yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn phần mềm học tiếng Anh online	Võ Ngọc Quyên Dương Thị Thùy Linh Hồ Nguyễn Đức Anh Phạm Bùi Trúc Quỳnh Nguyễn Thị Thanh Thảo	CLC_18DQT01	ThS. Trần Thế Nam
11	Yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên về chất lượng phục vụ thư viện Trường ĐH Tài Chính-Marketing	Mai Trí Dũng Phùng Ái Mẫn Huỳnh Nguyễn Yến Nhi Lý Hồng Ngọc Nguyễn Trang Thanh Lan	CLC_18DQT01	TS. Cảnh Chí Hoàng
12	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn chuỗi cà phê của người tiêu dùng tại TPHCM	Võ Thị Thiên Nhi Lê Thảo Nguyên Nguyễn Đặng Ngọc Nhi Nguyễn Ngọc Ngân Quan Thanh Ngân	CLC_19DQT05	TS. Cảnh Chí Hoàng
13	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng internet banking của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Trường Huy Nguyễn Ngọc Khánh Nguyễn Xuân Huy Nguyễn Ngọc Diễm Hà Giang Quốc Hưng	CLC- 19DQT04	ThS. Võ Thị Ngọc Liên
14	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành đối với thương hiệu TH true Milk của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Phan Quỳnh Uyên Lê Anh Tuấn Đỗ Yến Vi Võ Thị Vi Dương Thị Ngọc Trâm	CLC-19DQT04	ThS. Trần Thị Tuyết Mai
15	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đi du lịch tại Đà Nẵng của sinh viên	Võ quang Đại Trương Phúc Tâm Diệp Tuấn Tín Nguyễn Hưng Thịnh Hà Minh Trí	CLC-18DQT02	ThS. Trần Thế Nam

16	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng trực hàng trực tuyến: trường hợp mua voucher của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing	Lê Thị Diệu Mai Phạm Trịnh Minh Khoa Phạm Thị Thúy Kiều Đỗ Thị Hoàng Loan Trần Thị Ngọc Linh	CLC- 19DQT04	TS. Phạm Thị Ngọc Mai
17	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến niềm tin của khách hàng khi mua hàng tại sàn thương mại điện tử Tiki tại Thành Phố Hồ Chí Minh	Phạm Linh Đan Đặng Thanh Duy Lê Tiến Đạt Phạm Hữu Đức Hà Phan Duy	CLC- 19DQT04	ThS. Võ Thị Ngọc Liên
18	Nghiên cứu các yếu tố quyết định đến hành vi mua mặt hàng giày đối với thương hiệu giày thời trang Nike của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing	Võ Hoàng Việt Đặng Ngọc Thảo Vy Lê Khánh Bảo Vy	CLC-19DQT05	ThS. Nguyễn Kiều Oanh
19	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn chuỗi cửa hàng thức ăn nhanh của người tiêu dùng tại TP Hồ Chí Minh	Nguyễn Khắc Dũng Phạm Ngọc Hà Đào Duy Hoàng Đàm Quang Huy	CLC-19DQT05	ThS. Nguyễn Thị Minh Trâm
20	Những yếu tố ảnh hưởng đến kết quả học tập của sinh viên Khoa quản trị kinh doanh năm 1-2 trường Đại học Tài chính - Marketing	Hoàng Anh Hoàng Nguyễn Tường Vi Phạm Thị Ngọc Quỳnh Trần Thị Kim Chi	CLC-19DQT08	ThS. Trương Thị Thúy Vân
21	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua: Trường hợp giày thể thao của sinh viên trường Đại học Tài chính - Marketing tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trương Trung Thành Tiến Phạm Trần Phương Thảo Phạm Nhật Minh Thy Huỳnh Trần Anh Thư	CLC-19DQT04	ThS. Trần Thị Tuyết Mai
22	Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ chuỗi cửa hàng tiện lợi Circle K trên địa bàn TP.HCM	Ngô Doãn Thực Uyên Phạm Thị Thanh Trang Nguyễn Thị Kim Nhung Bùi Hoàng Phi	CLC-19DQT08	ThS. Hoàng Văn Trung
23	Sự tác động của sự nhận diện thương hiệu đối với ý định sử dụng dịch vụ thẩm mỹ của khách hàng tại TP. Hồ Chí Minh	Nguyễn Bùi Minh Phương Trần Ngọc Phúc Nguyễn Hoàng Long Ngô Quang Sang	CLC_19DQT05	TS. Cảnh Chí Hoàng
24	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua hàng trực tuyến của khách hàng tại TP Hồ Chí Minh trên trang mua sắm điện tử Lazada	Nguyễn Thùy Trúc Chi Nguyễn Phương Anh Nguyễn Bình Quốc An Dương Đức Bông Đặng Đình Chiến	CLC_19DQT04	ThS. Nguyễn Thanh Lâm

25	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp của sinh viên Việt Nam	Hồ Phương Anh Diệp Thụy Linh Bùi Lê Ngọc Thảo	CLC_18DQT04	TS. Ao Thu Hoài
26	Tác động của trí tuệ cảm xúc, sự công bằng đến cam kết với tổ chức và hành vi công dân trong tổ chức	Nguyễn Hoàng Gia Khanh Đặng Quỳnh Châu Giang Phùng Thị Quỳnh Như Nguyễn Lâm Ngân Lê Văn Minh	CLC_18DQT02	ThS. Trần Thế Nam
27	Ảnh hưởng của mâu thuẫn công việc – gia đình, sự công bằng đến hạnh phúc của nhân viên: vai trò điều tiết của sự hỗ trợ từ lãnh đạo và đồng nghiệp	Vũ Trọng Cao Trí Phạm Thị Thanh Huyền Nguyễn Hoàng Gia Khanh	CLC_18DQT02 CLC-17DQT2 19DQT02	ThS. Trần Thế Nam
28	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay, gửi ngân hàng của khách hàng cá nhân thời kỳ hồi phục kinh tế hậu dịch bệnh Covid-19 tại TP. Hồ Chí Minh	Trương Tuyết Vy Lê Thị Kim Yến	17DQT2 18DQT5	ThS. Trần Thế Nam
29	Các yếu tố quyết định việc sử dụng thương hiệu sữa TH True Milk	Lê Ngọc Thiện Nguyễn Toàn Thắng Võ Nguyễn Thiên Phú Nguyễn Thị Khánh Vân	CLC_18DQT01	ThS. Trần Thế Nam
30	Sự hài lòng của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ của chuỗi cửa hàng tiện lợi gs25 tại thành phố hồ chí minh	Nguyễn Lê Hồng Yến Phan Thị Vân Yến Trịnh Thu Hà Nguyễn Trọng Thanh Phong	CLC_18DQT04	TS. Ao Thu Hoài
31	Nghiên cứu sự tác động của các yếu tố liên quan đến mạng xã hội đến ý định sử dụng dịch vụ du lịch lữ hành của khách hàng tại khu vực thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Tất Minh Triết	CLC_18DQT05	TS. Cảnh Chí Hoàng
32	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn chuỗi cửa hàng trà sữa của người tiêu dùng tại TP.HCM	Trần Như Lan Anh Nguyễn Quang Ánh Nguyễn Hồ Biên Hoàng Công Danh Châu Minh Đan	CLC_19DQT05 CLC_18DQT05 CLC_19DQT05 CLC_18DQT05 CLC_19DQT05	ThS. Lượng Văn Quốc

33	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng trang thương mại điện tử Tiki.vn của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing	Nguyễn Khả Tú Nguyễn Lê Quỳnh Trang Nguyễn Trung Trãi Đoàn Hữu Dũng Trần Hoài Thương	CLC-17DQT1 CLC-18DQT3 CLC-18DQT3 CLC-18DQT3 CLC-18DQT3	ThS. Lượng Văn Quốc
34	Nghiên cứu các yếu tố của mạng xã hội ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng tại TP.HCM	Nguyễn Trà Giang Nguyễn Phương Chinh Lê Thị Hồng Linh Nguyễn Thị Phương Dung Nguyễn Thị Anh Mỹ	18DQT01 18DQT04 18DQT01 18DQT04 18DDA	TS. Ao Thu Hoài
35	Vận dụng mô hình TPB và TAM để đánh giá quyết định sử dụng Banking online của sinh viên trên địa bàn TPHCM	Vũ Thùy Dương Lê Ngọc Duy Huỳnh Ngọc Long	CLC_19DQT08	ThS. Trần Thế Nam
36	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi quyết định sử dụng ví điện tử của khách hàng tại TP.HCM	Phạm Hưng Phạm Lê Bảo Dung Nguyễn Huỳnh Bảo Uyên Nguyễn Thị Tường Vy	17DQT03 17DDA 17DDA 17DQT03	ThS. Lượng Văn Quốc
37	Nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định mua thực phẩm hữu cơ của người tiêu dùng tại TP.HCM	Nguyễn Hoàng Bảo Trân Đinh Thị Thu Thảo Trương Đình Toàn Nguyễn Thị Thanh Trà	CLC_19DQT05	TS. Cảnh Chí Hoàng
38	Ảnh hưởng của trải nghiệm thương hiệu, giá trị cảm nhận, sự gắn kết với thương hiệu, sự hài lòng đến ý định trung thành của khách hàng	Chế Thị Thanh Mai Phạm Ngọc Phương Trang Nguyễn Trần Thanh Thảo	CLC_19DTM01 17DBH2 CLC_18DQT01	ThS. Trần Thế Nam
39	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm thương hiệu giày thể thao Puma của khách hàng tại TP.HCM	Nguyễn Ngọc Minh Nguyễn Ngọc Quỳnh Như Phạm Hoàng Nam Phương	CLC_18DQT05	TS. Cảnh Chí Hoàng

Tổng cộng: 39 (Ba mươi chín) đề tài.

