

Số: 3218/QĐ-ĐHTCM

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 11 năm 2023

QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên năm 2024, đợt 1

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

Căn cứ Quyết định số 1138/QĐ-TTg ngày 04/8/2017 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 23/2014/TT-BGDĐT ngày 18/7/2014 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 Thông tư số 26/2021/TT-BGDĐT ngày 17/9/2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành quy định về hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên trong cơ sở giáo dục đại học;

Căn cứ Quyết định số 845/QĐ-ĐHTCM ngày 24/3/2022 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 2024, đợt 1 (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 kí, thực hiện, nghiệm thu và thanh lý 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 có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký. Trưởng phòng Quản lý khoa học, Trưởng phòng Kế hoạch - Tài chính, 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;
- Như Điều 4;
- Lưu: VT, QLKH. ✓

HIỆU TRƯỞNG


PGS.TS Phạm Tiến Đạt



**DANH SÁCH ĐỀ TÀI SINH VIÊN NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VÀ
GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN NĂM 2024, ĐỢT 1**

(Ban hành kèm theo Quyết định số: **3218/QĐ-ĐHTCM** của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing, ngày **29** tháng **11** năm 2023)

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
Khoa Marketing				
1	Exploring factors that affect purchase decision of customers on Apple products	Vũ Thị Thảo Nhi	IP-22DMA1	TS. Bảo Trung
		Phạm Thảo Anh	IP-22DMA1	
		Trần Gia Hân	IP-22DMA1	
		Nguyễn Ngọc Bảo Trân	IP-22DMA1	
2	The effect of Artificial Intelligence on End-User online Purchasing Decisions	Trần Bảo Trâm Anh	IP-22DMA1	TS. Bảo Trung
3	The effect of storytelling on dairy consumer response in Ho Chi Minh	Mai Hữu Phước	IP_21DMA01	TS. Bảo Trung
		Trần Thành Tiến	IP_21DMA03	
		Dương Thùy Lan	IP_21DMA03	
		Nguyễn Hoàng Linh Giang	IP_21DMA01	
4	Factors that Sustain Vietnamese Customers's Attention in Social Media Advertising Posts: From Linguistic Perspectives	Vũ Trần Uyên Chi	IP-22DMA1	ThS. Ninh Đức Cúc Nhật
5	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện trong xu hướng tiêu dùng xanh hiện nay tại Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Phương Uyên	CLC-20DMA02	ThS. Ninh Đức Cúc Nhật
		Trần Hải Đăng	CLC-20DMA02	
		Nguyễn Như Tài	CLC-20DMA02	
		Phạm Thu Thảo	CLC-20DMA02	
		Nguyễn Kim Tuyền	CLC-20DMA02	
6	Ứng dụng ba mô hình AIDUA, ATAUT2, TPB nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ các hoạt động sáng tạo của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Vũ Đoàn Phương	CLC-21DMA02	ThS. Nguyễn Đông Triều
		Lê Mai Thành Đạt	CLC-21DMA02	
		Trương Nguyễn Quang Điền	CLC-21DMA02	
		Bùi Dương Minh Hà	CLC-21DMA02	
		Hoàng Ngọc Mỹ Hằng	CLC-21DMA02	
7	Mức độ ảnh hưởng của tài sản thương hiệu tác động đến việc ghi nhớ ví điện tử Momo của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing	Dương Thị Song Hương	CLC-21DMC05	ThS. Trần Bá Duy Linh
		Phạm Hồng Khánh Ly	CLC-21DMC05	
		Nguyễn Phan Minh Thảo	CLC-21DMC05	
		Phạm Bá Phước	CLC-21DMC05	
		Nguyễn Ngọc Ngân Hà	CLC-21DMC05	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
8	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thái độ tiêu dùng xanh và hành vi sử dụng sản phẩm dùng một lần của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Dương Thị Thu Thủy	CLC-20DMA01	ThS. Trần Nhật Minh
9	Áp lực xã hội về tiêu chuẩn hình thể ảnh hưởng đến hành vi mua sắm của giới trẻ tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Thanh Trúc Vy	CLC-21DMC04	ThS. Nguyễn Thị Minh Ngọc
		Trần Ngọc Thủy Anh	CLC-21DMC04	
		Phan Lê Thanh Ngân	CLC-21DMC04	
		Tạ Ngọc Luyến	CLC-21DMC04	
10	Purchase intention of the Youth in Ho Chi Minh City about cosmetic products from Korea	Hoàng Trần Yến Vy	IP-21DMA02	ThS. Nguyễn Thị Minh Ngọc
		Trần Thái Tài	IP-21DMA03	
		Trần Đăng Duy	IP-21DMA01	
		Trần Thị Thanh Chúc	IP-21DMA02	
		Nguyễn Mai Phương	IP-21DMA02	
11	Nghiên cứu về các yếu tố tác động đến quyết định sử dụng ví điện tử Apple pay của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Nguyễn Minh Ngọc	CLC-20DMA02	ThS. Nguyễn Nam Phong
12	Ứng dụng mô hình SSMMD nghiên cứu sự tác động của game hóa đến sự gắn kết của khách hàng và ý định mua trên ứng dụng thương mại điện tử dưới tác động điều tiết của trải nghiệm	Đoàn Bùi Phi Long	21DMA2	ThS. Trịnh Thị Hồng Minh
		Hồ Thị Tuyết My	21DMA1	
		Lê Đình Quang Huy	21DMA2	
		Trương Thị Bích Duyên	21DMC3	
13	Nghiên cứu ảnh hưởng của quảng cáo sử dụng hình ảnh LGBTQ+ đối với ý định mua của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Hoàng Bình Phương	21DMC01	ThS. Trịnh Thị Hồng Minh
		Nguyễn Trí Khôi	21DMC01	
		Phan Thị Thùy Linh	21DQH02	
		Nguyễn Thị Kim Ngân	21DMC03	
		Lê Thị Anh Thư	21DMC01	
14	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định nâng cấp gói thành viên Netflix lên cao cấp của gen z tại Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Thị Thu Hương	CLC_21DMA04	ThS. Trịnh Thị Hồng Minh
		Nguyễn Thị Ngọc Huyền	CLC_21DMA04	
		Trần Hồ Phương Dung	CLC_21DMA05	
		Trần Võ Kiều My	CLC_21DMA05	
		Nguyễn Minh Đức	CLC_21DMA05	
15	Nghiên cứu tác động của tính bảo mật, mức độ thành thạo, sự rủi ro đến ý định đặt phòng khách sạn trên ứng dụng Agoda của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Bích Ngọc	CLC_21DMA04	ThS. Trịnh Thị Hồng Minh
		Nguyễn Hà Linh	CLC_21DMA04	
		Tăng Thục Nhi	CLC_21DMA04	
16	Ứng dụng mô hình SOR nghiên cứu tác động của gamification (trò chơi số hóa) đến lòng trung thành của người dùng đối với ví điện tử tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Thành Lợi	CLC_21DMA04	ThS. Trịnh Thị Hồng Minh
		Nguyễn Ngọc Ánh	CLC_21DMA02	
		Nguyễn Anh Duy	CLC_21DMA04	
		Lê Châu Nhi	CLC_21DMA04	
		Lại Thị Minh Thư	CLC_21DMC02	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
17	Ứng dụng mô hình SOR nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định quay lại của khách du lịch trẻ, nghiên cứu điển hình tại điểm du lịch phố cổ Hội An	Nguyễn Minh Nhật	CLC_21DMC01	ThS. Trịnh Thị Hồng Minh
		Phạm Gia Huy	CLC_21DMC01	
		Trần Thanh Cẩm Ly	CLC_21DMC01	
		Văn Ngọc Thanh Thảo	CLC_21DMC01	
		Võ Ngọc Tuyên	CLC_21DMC01	
18	Nghiên cứu hành vi mua thiết bị phòng cháy chữa cháy của người dân tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Hoàng Hải Anh	CLC_21DMC01	ThS. Trịnh Thị Hồng Minh
		Đặng Ngọc Uyên Nhi	CLC_21DMC01	
		Lê Nguyễn Quỳnh Như	CLC_21DMC01	
		Nguyễn Thị Diễm Hương	CLC_21DMC01	
19	Lý thuyết chấp nhận công nghệ và các yếu tố ảnh hưởng đến ý định chấp nhận sử dụng bản trả phí trên các ứng dụng nghe nhạc của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Lê Quỳnh Chi	CLC_21DMC01	ThS. Trịnh Thị Hồng Minh
		Võ Tấn Định	CLC_21DMC01	
		Vũ Văn Anh	CLC_21DMC01	
		Phan Huyền My	CLC_21DMC01	
20	Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng Chat GPT vào học tập của sinh viên	Nguyễn Huỳnh Thủy Dương	CLC_21DMC03	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Phạm Ngọc Đức	CLC_21DMC03	
		Phạm Thủy Ái Minh	CLC_21DMC03	
		Đỗ Thị Hiền Thư	CLC_21DMC03	
		Nguyễn Thị Minh Thư	CLC_21DMC03	
21	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định tham gia khóa học kinh doanh ngắn hạn của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Thúy Anh	CLC_21DMC03	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Huỳnh Ngọc Phương Anh	CLC_21DMC03	
		Huỳnh Thị Mỹ Phương	CLC_21DMC03	
22	Nghiên cứu nhận thức, thái độ của sinh viên đối với việc bảo vệ chủ quyền biển đảo.	Bùi Thị Mỹ Ánh	CLC_21DMC03	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Nguyễn Thái Mỹ Hiền	CLC_21DMC03	
		Đặng Nguyễn Minh Trang	CLC_21DMC03	
		Võ Anh Thanh Trúc	CLC_21DMC03	
23	Nghiên cứu tác động của truyền thông giáo dục pháp luật đến hành vi chấp hành, tuân thủ pháp luật của người Việt trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Quốc Thịnh	CLC_21DMC02	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Phan Huỳnh Bảo Anh	CLC_21DMC02	
		Du Gia Khương	CLC_21DMC03	
		Phan Phương Quỳnh	CLC_21DMC02	
		Trần Minh Hoài Thương	CLC_21DMC02	
24	Nghiên cứu ảnh hưởng của AI trong hoạt động Marketing đến hành vi mua hàng của Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Nguyệt Phương	CLC_21DMC04	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Quách Phạm Văn Thảo	CLC_21DMC04	
		Nguyễn Trần Tuyết Trâm	CLC_21DMA04	
		Võ Thị Hồng Tươi	CLC_21DMA04	
25	Ảnh hưởng của truyền thông mạng xã hội đến ý định lựa chọn điểm đến du lịch của thế hệ Z tại Việt Nam	Lê Trung Tín	CLC_21DMA04	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Trương Quang Hiếu	CLC_21DMA04	
		Trần Khắc Long	CLC_21DMA04	
		Nguyễn Thành Luân	CLC_21DMA04	
		Nguyễn Thị Băng Tâm	CLC_21DMA04	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
26	Các yếu tố ảnh hưởng của trí tuệ cảm xúc (EI) đến đến ý định mua sắm quần áo của sinh viên trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Thị Tường Vy	CLC_20DMA02	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
27	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ vận chuyển xanh của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh - Trường hợp sử dụng Xanh SM Bike của tập đoàn Vingroup	Trương Thị Ngọc Hà	CLC_20DMA03	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
28	Nghiên cứu ảnh hưởng của Sensory Marketing về sự hài lòng của phụ huynh đối với dịch vụ giáo dục tại các Trường mầm non tư thục trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Cao Quế Anh	CLC_21DMC02	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Nguyễn Thị Ngọc Diễm	CLC_21DMC02	
		Lê Thị Mỹ Duyên	CLC_21DMC02	
		Trần Thị Thu Hà	CLC_21DMC02	
		Huỳnh Thị Phương Mai	CLC_21DMC02	
29	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp của nữ doanh nhân tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Mai Hạnh Vy	CLC_21DMC02	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Vũ Ngọc Bích Đoan	CLC_21DMC02	
		Nguyễn Khả My	CLC_21DMC02	
		Đỗ Ngọc Hân	CLC_21DMC02	
		Đoàn Ngọc Như Yến	CLC_21DMC02	
30	Nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định sử dụng ChatGPT để nâng cao kết quả học tập của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Đinh Ngọc Hân	CLC_21DMC06	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Nguyễn Thị Minh Nguyên	CLC_21DMC06	
		Trịnh Thị Hồng Nhung	CLC_21DMC06	
		Nguyễn Quỳnh Như	CLC_21DMC06	
		Lê Văn Tài	CLC_21DMC06	
31	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng ứng dụng hẹn hò của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Ngọc Như Quỳnh	CLC_21DMC06	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Đàm Trần Bội Uyên	CLC_21DMC06	
		Vũ Hoàng Ân	CLC_21DMC06	
		Nguyễn Cao Phương Trúc	CLC_21DMC06	
32	Measuring the effectiveness of word of mouth via social networks affecting young people's decision to buy fashion products in Ho Chi Minh City	Huỳnh Đỗ Tường Vy	IP_21DMA02	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Trần Nguyễn Đan Trinh	IP_21DMA03	
		Lê Nguyễn Thu Hương	IP_21DMA01	
		Nguyễn Đức Mạnh	IP_21DMA02	
33	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi phòng cháy chữa cháy của người dân tại Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Đại Hùng Cường	CLC_21DMC03	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
34	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khám sức khỏe định kỳ của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Thị Kim Yến	21DMC2	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Lê Thị Thủy Dung	21DMC1	
35	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua app sách nói của thế hệ gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Ngọc Thảo	CLC_21DM03	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Dương Minh Thu	CLC_21DM03	
		Châu Thanh Toàn	CLC_21DM03	
		Lâm Phương Uyên	CLC_21DM03	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
36	Nghiên cứu về ý định ứng dụng công nghệ trong chăm sóc sức khỏe cá nhân cho người cao tuổi	Nguyễn Thị Hải Vy	CLC-20DMA02	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
37	Nghiên cứu tác động của trí tuệ nhân tạo trong các chiến dịch quảng cáo ảnh hưởng tới hành vi mua hàng trực tuyến của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Tiến Tài	21DMC3	ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi
		Nguyễn Gia Hân	21DMC2	
		Bùi Lê Đan Thi	21DMC1	
		Lê Nguyễn Anh Thư	21DQH1	
		Đàm Triệu Vy	21DQH1	
38	Nghiên cứu các yếu tố áp lực học tập ảnh hưởng đến hành vi sử dụng chatbot AI của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Thị Giàu	CLC_21DMC01	TS. Tạ Văn Thành
		Giảng Thi	CLC_21DMC01	
		Nguyễn Huỳnh Yến Phương	CLC_21DMC01	
		Hoàng Thanh Sang	CLC_21DMC01	
		Tạ Phương Thanh	CLC_21DMC02	
39	Nghiên cứu nhận thức về du lịch có trách nhiệm tại các điểm đến trong nước của giới trẻ trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Tấn Vỹ	CLC_21DMC06	TS. Tạ Văn Thành
		Phạm Lê Hoàng Dung	CLC_21DMC06	
		Trần Thị Tuyết Nhi	CLC_21DMC06	
		Đoàn Minh Nguyệt	CLC_21DMC06	
		Bùi Quỳnh Trang	CLC_22DMC02	
40	Nghiên cứu về Trách nhiệm Xã hội (CSR) của Doanh nghiệp Công nghệ ảnh hưởng đến Lòng trung thành của khách hàng trẻ trong phạm vi Thành phố Hồ Chí Minh	Mạc Quốc Vinh	CLC_21DMC01	TS. Tạ Văn Thành
		Ngô Thiên Trang	CLC_21DMC01	
		Phan Ngọc Trang Thơ	CLC_21DMC01	
		Trần Vũ Anh Thư	CLC_21DMC01	
		Nguyễn Minh Hiếu	CLC_21DMC01	
41	Nghiên cứu vai trò của trò chơi hóa trên các ứng dụng thương mại điện tử đến ý định mua sắm của người tiêu dùng	Trịnh Nam Thanh	CLC_21DMA05	TS. Tạ Văn Thành
		Lê Thanh Tú	CLC_21DMA05	
		Nguyễn Ngọc Anh Kim	CLC_21DMA05	
42	Ảnh hưởng của retro marketing đến nhận thức và hành vi của khách hàng đối với mô hình cà phê vintage	Nguyễn Thị Thùy Trang	CLC_21DMC03	ThS. Lưu Thanh Thủy
		Võ My Kiều Nhi	CLC_21DMC03	
		Trần Nguyễn Anh Thư	CLC_21DMC03	
43	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định trải nghiệm dịch vụ lưu trú theo phong cách nostalgia của du khách	Nguyễn Tiến Khải	CLC_21DMC01	ThS. Lưu Thanh Thủy
		Lâm Tú Hà	CLC_21DMC03	
		Nguyễn Văn Lợi	CLC_21DMC03	
		Nguyễn Thị Tố Vân	CLC_21DMC03	
44	Nghiên cứu ảnh hưởng của sự kiện âm nhạc đến quyết định đi du lịch của giới trẻ Việt Nam	Nguyễn Quỳnh Chi	CLC_21DMC04	ThS. Lưu Thanh Thủy
		Phan Trần Lan Hương	CLC_21DMC04	
		Phạm Nguyễn Anh Thư	CLC_21DMC04	
		Nguyễn Thị Mai Quỳnh	CLC_21DMC04	
45	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua thời trang thân thiện môi trường Uniqlo của người dân Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Châu Như Ngọc	CLC_21DMC05	ThS. Lưu Thanh Thủy
		Nguyễn Trần Khánh Vy	CLC_22DMC02	
		Lê Trần Đình Đoàn Trinh	CLC_21DMC05	
		Hà Diệu Linh Chi	CLC_21DMA01	
		Nguyễn Thị Bảo Trâm	CLC_21DMC05	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
46	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ChatGPT trong học tập của sinh viên các Trường Đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh	Thân Lê Quý Nhi	CLC_21DMC05	ThS. Lưu Thanh Thủy
		Tăng Trần Uyên Vy	CLC_21DMC05	
		Lê Thị Thảo Vân	CLC_21DMC05	
		Nguyễn Ngọc Thái Bình	CLC_21DMC05	
47	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua xe điện của người dân Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Thùy Dương	CLC_21DMC05	ThS. Lưu Thanh Thủy
		Võ Huỳnh Ngọc Trâm	CLC_21DMC05	
		Võ Đăng Khoa	CLC_21DMC05	
48	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi "Tiêu thụ nội dung dưới dạng video ngắn" của gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Ngọc Yến Trang	CLC_21DMC04	ThS. Ngô Minh Trang
		Nguyễn Phan Như Yên	CLC_21DMC04	
		Trần Nguyễn Phương Anh	CLC_21DMC04	
		Nguyễn Ngọc Quý Tiên	CLC_21DMC04	
		Tô Minh Nhật	CLC_21DMC04	
49	Nghiên cứu các yếu tố cá nhân và xã hội có ảnh hưởng đến hành vi sử dụng tính năng Stories trên nền tảng Instagram của gen Z. Từ đó áp dụng đề xuất vào hoạt động marketing của ngành hàng thời trang nữ tại địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Hưng Thịnh	CLC_21DMC03	ThS. Ngô Minh Trang
		Nguyễn Thị Thùy Diệu	CLC_21DMC03	
		Lê Kỳ Duyên	CLC_21DMC01	
50	Nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định "trải nghiệm dịch vụ taxi điện Greencar của công ty cổ phần di chuyển xanh và thông minh GSM" đối với người dân tại Thành phố Hồ Chí Minh	Đặng Phúc Thanh Nhân	CLC_21DMC03	ThS. Ngô Minh Trang
		Lê Phương Quang Huy	CLC_21DMC03	
		Nguyễn Lê Như Kim	CLC_21DMC03	
51	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng sữa không đường của gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	Hồ Thị Hoài An	CLC_21DMC01	ThS. Ngô Minh Trang
		Võ Nam Hân	CLC_21DMC01	
		Trịnh Ngọc Xuân Mai	CLC_21DMC01	
		Nguyễn Thị Kim Oanh	CLC_21DMC01	
52	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thời trang nhanh trong bối cảnh tiếp thị lan truyền của gen Z trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Hoàng Thị Thu Hương	CLC_21DMA02	ThS. Ngô Minh Trang
		Lê Trương Bảo Khuê	CLC_21DMA02	
		Lương Thị Thúy Kiều	CLC_21DMA02	
		Phạm Thị Mỹ Linh	CLC_21DMA02	
		Nguyễn Hoàng Mi	CLC_21DMA02	
53	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm các sản phẩm thời trang Outlet của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Yến Như	CLC_21DMA01	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Nguyễn Minh Khoa	CLC_21DMA01	
		Trần Mỹ Ngân	CLC_21DMA01	
		Phạm Thị Cẩm Ly	CLC_21DMA01	
		Bùi Thị Minh Tâm	CLC_21DMA01	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
54	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định làm trái ngành của sinh viên năm 3, năm 4 thuộc khối ngành kinh tế tại Thành phố Hồ Chí Minh	Ngô Hoàng	CLC_21DMC05	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Ngô Minh Anh	CLC_21DMC05	
		Hoàng Thị Ngọc Châu	CLC_21DMC05	
		Nguyễn Nhật Huy	CLC_21DMC05	
		Nguyễn Khánh Quyên	CLC_21DMC05	
55	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng sản phẩm bia Tiger Soju Infused lager của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Ngọc Hằng	CLC_21DMA01	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Nguyễn Đăng Huy	CLC_21DMA01	
		Lý Gia Ngọc	CLC_21DMA01	
		Nguyễn Lê Kiều Nương	CLC_21DMA01	
		Nguyễn Ngọc Minh Thư	CLC_21DMA01	
56	Yếu tố ảnh hưởng đến Quyết định sử dụng Dịch vụ thanh toán Di động (Mobile Payment) trong thời đại số hóa của người dân Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Thị Yến Lan	CLC_21DMC04	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Trần Thị Như Ngọc	CLC_21DMC04	
		Nguyễn Thị Kim Quyên	CLC_21DMC04	
		Nguyễn Thị Gia Thoại	CLC_21DMC04	
		Nguyễn Lê Bảo Trâm	CLC_21DMC04	
57	Mức độ hài lòng khi sử dụng ứng dụng học Tiếng Anh Duolingo của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Lan Anh	CLC_21DMA05	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Trần Thị Phương Dung	CLC_21DMA05	
		Phạm Hoàng Hải	CLC_21DMA05	
		Nguyễn Tân Huy	CLC_20DMA06	
		Diệp Thế Hoàng Linh	CLC_21DMC01	
58	Yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tìm việc làm của sinh viên khối ngành kinh tế sau khi ra trường tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Tiến Đạt	CLC_21DMC04	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Cao Quốc Hưng	CLC_21DMC04	
		Nguyễn Minh Hiếu	CLC_21DMC04	
		Võ Ngọc Như	CLC_21DMC04	
		Nguyễn Minh Thư	CLC_21DMC04	
59	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự chuyển đổi hành vi mua hàng từ nền tảng Shopee sang nền tảng Tiktok shop	Nguyễn Hoàng Anh Thư	CLC_21DMC02	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Ngô Bội Ngọc	CLC_21DMC02	
		Ngô Thị Hoàn Nhi	CLC_21DMC02	
		Châu Thùy Trang	CLC_21DMC02	
		Trần Bửu Tiên	CLC_21DMC02	
60	Ảnh hưởng của hoạt động lives bán hàng trên kênh KOL/KOC (Livestream add-in) của các thương hiệu tại nền tảng Tiktok đến ý định mua của khách hàng trẻ trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Việt Huỳnh Anh	CLC_20DMA02	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Nguyễn Hà Thiên Ân	CLC_21DMA03	
		Nguyễn Ngọc Quỳnh Như	CLC_20DMA09	
		Nguyễn Thị Hải Yến	CLC_21DMA03	
61	Đánh giá mức độ nhận biết thương hiệu dịch vụ đặt xe điện – Xanh SM	Nguyễn Thùy Trang	CLC_21DMA01	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Đỗ Trung Phát	CLC_21DMA01	
		Nguyễn Quỳnh Thanh Trúc	CLC_21DMA01	
		Tăng Lâm Mỹ Uyên	CLC_21DMA01	
		Hồ Thị Thanh Xuân	CLC_21DMA01	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
62	Đánh giá mức độ tác động của các yếu tố đến ý định sử dụng hình thức thanh toán mua trước trả sau (Buy now Pay later) của giới trẻ khi mua sắm trên các sàn thương mại điện tử khu vực Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Thị Hồng Ngọc	CLC_21DMA03	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Vũ Lê Phương Linh	CLC_21DMA03	
		Nguyễn Ngọc Minh Anh	CLC_21DMA03	
		Nguyễn Tuấn Khải	CLC_21DMA03	
		Vũ Nhật Nam	CLC_21DMA03	
63	Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng về chương trình Shopee Rewards	Nguyễn Đình Thanh Vân	CLC_21DMA01	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Lê Vân Khánh	CLC_21DMA01	
64	Factors affecting consumer purchase intentions for high-end international cosmetic brands on Shopee Premium in Ho Chi Minh City	Vũ Thị Tuyết Nhung	IP_21DMA02	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Phạm Đức Phong	IP_21DMA01	
		Nguyễn Thị Anh Tâm	IP_21DMA01	
65	Ý định sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing trong học tập	Lê Thị Phương Thảo	IP_21DMA04	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Nguyễn Nhật Long	IP_21DMA02	
		Diệp Minh Đăng	IP_21DMA01	
		Huỳnh Quang Mẫn Đạt	IP_21DMA02	
		Trần Nhật Tuấn Anh	IP_21DMA02	
66	Factors affecting the intention to use glamping of Vietnamese young people	Hoàng Ngọc Thanh Trúc	IP_22DMA01	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Quách Thị Thùy Dương	IP_22DMA01	
		Nguyễn Thanh Khuê	IP_22DKQ02	
		Vũ Trường Sơn	IP_22DMA01	
		Phạm Phương Uyên	IP_22DKQ01	
67	A Study of factors that influence females in purchasing tampons in Ho Chi Minh City	Phạm Thị Thái Châu	IP_22DMA01	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Nguyễn Minh Châu	IP_22DMA01	
68	Phân tích ảnh hưởng của ESG đến ý định mua hàng của thế hệ Z về ngành thời trang	Nguyễn Y Thư	21DMC3	ThS. Nguyễn Thị Hồng Hoa
		Hồ Thế Sơn	21DQH01	
		Bạch Hoàng Huyền Trân	21DQH2	
		Nguyễn Ngọc Đoan Trinh	21DMC1	
		Nguyễn Thị Kim Ngân	21DMC1	
69	Nghiên cứu nhận thức về quyền riêng tư ảnh hưởng đến hành vi chấp nhận quảng cáo được đề xuất từ lịch sử tìm kiếm và mua hàng trên website: trường hợp nghiên cứu người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Võ Quế Hương	CLC_21DMC02	ThS. Đặng Huỳnh Phương
		Châu Vĩnh Cường	CLC_21DMC02	
		Phan Thanh Thảo	CLC_21DMC02	
		Ngô Phương Uyên	CLC_21DMC02	
		Ngô Trần Bích Vân	CLC_21DMC02	
70	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua căn hộ chung cư của nhân viên văn phòng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Nguyễn Dũ Đức	CLC_19DMA04	ThS. Đặng Huỳnh Phương
		Nguyễn Thanh Huy	CLC_19DMA10	
		Nguyễn Anh Khiết	CLC_19DMA10	
		Nguyễn Tùng Quang	CLC_19DMA04	
		Mai Hoàng Duy	CLC_19DMA09	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
71	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thanh toán chạm bằng điện thoại di động của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Trần Hoàng Trâm	CLC_21DMC05	ThS. Đặng Huỳnh Phương
		Lâm Ngọc Tường Vy	CLC_21DMC05	
		Nguyễn Hữu Lan Anh	CLC_21DMC05	
		Lê Thị Thanh Thủy	CLC_21DMC05	
		Vũ Thủy Bảo Trâm	CLC_21DMC05	
72	Tác động của truyền miệng trực tuyến (eWOM) đến ý định mua đồ dùng thể thao qua nền tảng mạng xã hội của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Trần Văn Anh	CLC_22DMC07	ThS. Đặng Huỳnh Phương
		Nguyễn Văn Lâm	CLC_20DMA03	
		Phạm Thị Tuyết Trinh	CLC_22DMC01	
		Hồ Thị Hiếu Ngân	CLC_22DMC04	
		Hà Thị Mai	CLC_22DMC04	
73	Các yếu tố tác động đến ý định mua sản phẩm thời trang thể thao của các thương hiệu toàn cầu: Trường hợp người tiêu dùng Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Mỹ Nhung	CLC_21DMC03	ThS. Nguyễn Thị Thúy
		Nguyễn Quỳnh Ngân	CLC_21DMC03	
		Đỗ Thị Hồng Nghi	CLC_21DMC03	
74	Nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định sử dụng ví điện tử ApplePay của người dùng thể hệ Y tại Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Ngọc Thiên Hương	CLC_21DMC03	ThS. Nguyễn Thị Thúy
		Huỳnh Ngọc Xuân Mai	CLC_21DMC03	
		Hà Đặng Thủy Tiên	CLC_21DMC03	
		Nguyễn Ngọc Như Quỳnh	CLC_21DMC03	
75	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng điện năng lượng mặt trời của người dân Thành phố Hồ Chí Minh	Đào Ngọc Nghĩa	CLC_20DMA07	TS. Dư Thị Chung
		Đỗ Thị Xuân Thắm	CLC_20DMA07	
		Trần Lê Minh Anh	CLC_20DMA07	
		Nguyễn Ngọc Tuấn	CLC_20DMA07	
76	Các nhân tố ảnh hưởng đến sự sáng tạo và kết quả công việc của nhân viên marketing trong các doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh	Đỗ Gia Huy	CLC_21DMC04	TS. Dư Thị Chung
		Lê Huy Minh	CLC_21DMC04	
77	Factors affecting Vietnamese consumers' intention to buy electric vehicles	Nguyễn Ngọc Trà Mi	IP21DMA03	TS. Dư Thị Chung
		Nguyễn Ngọc Bảo Anh	IP21DMA01	
		Mai Quỳnh Đông Nhi	IP21DMA03	
		Lê Vương Trâm Anh	IP21DMA03	
		Lê Thanh Thiên	IP21DMA03	
78	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sáng tạo nội dung trên mạng xã hội của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Huỳnh Như	CLC_21DMC06	TS. Dư Thị Chung
		Lương Gia Cần	CLC_21DMC06	
		Trần Khánh Đoan	CLC_21DMC06	
		Võ Tấn Thịnh	CLC_21DMC06	
		Trịnh Hồng Việt	CLC_21DMC04	
79	Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng công cụ AI trong học tập của sinh viên Trường Đại học Tài chính – Marketing	Nguyễn Cao Minh Thành	CLC_21DMC05	TS. Dư Thị Chung
		Nguyễn Vy Anh Thư	CLC_21DMC05	
		Huỳnh Diễm Trinh	CLC_21DMC05	
		Vũ Thị Tuyết Trinh	CLC_21DMC05	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
80	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng bền vững của giới trẻ tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Trần Xuân Nhi	CLC_21DMA03	TS. Dư Thị Chung
		Huỳnh Phương Như	CLC_21DMA03	
		Son Thanh Tuyên	CLC_21DMA03	
		Võ Anh Duy	CLC_21DMA03	
		Trần Duy Long	CLC_21DMA03	
81	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định vay vốn học đại học của sinh viên tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh	Lý Ngọc Minh Khoa	CLC_21DMA03	TS. Dư Thị Chung
		Nguyễn Thị Cẩm Tiên	CLC_21DMA03	
		Nguyễn Lê Thuận Thanh	CLC_21DMA03	
		Cao Trần Thảo Vy	CLC_21DMA03	
		Trần Minh Quang	CLC_21DMA03	
82	Nghiên cứu ảnh hưởng của hành vi đồng tạo sinh giá trị đến giá trị cảm nhận, hình ảnh thương hiệu và lòng trung thành của sinh viên các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Kim Yến	CLC_21DMA03	TS. Dư Thị Chung
		Hồ Hữu Hoài	CLC_21DMA03	
		Lý Nguyễn Minh Nhật	CLC_21DMA03	
		Nguyễn Minh Thư	CLC_21DMA03	
		Nguyễn Ngọc Phương Uyên	CLC_21DMA03	
83	Thực trạng xây dựng thương hiệu cá nhân qua mạng xã hội của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh nhằm phục vụ cho công việc	Đoàn Dương Thanh Vân	CLC_21DMC06	TS. Dư Thị Chung
		Từ Thanh Tài	CLC_21DMC02	
		Bùi Lý Quỳnh Nhiên	CLC_21DMC02	
		Nguyễn Văn Tú	CLC_21DMC02	
		Nguyễn Bách Minh Khôi	CLC_21DMC02	
84	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ y tế của các bệnh viện tại Thành phố Hồ Chí Minh	Lưu Đức Trọng	CLC_21DMC05	TS. Dư Thị Chung
		Phạm Nguyễn Thy Anh	CLC_21DMC05	
		Huỳnh Triệu Tâm Anh	CLC_21DMC05	
		Nguyễn Hồng Liên	CLC_21DMC05	
		Đình Văn Dũng	CLC_21DMC05	
85	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua lặp lại trên các trang thương mại điện tử của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Xuân Quốc Bảo	CLC_19DMA03	TS. Dư Thị Chung
		Hoàng Ngọc Hải Yến	CLC_19DMA04	
		Trần Minh Thư	CLC_19DMA02	
		Phan Thị Anh Thư	CLC_19DMA04	
		Trần Quốc Trung	CLC_19DMA03	
86	Nghiên cứu ảnh hưởng của khủng hoảng bản sắc cá nhân đến quyết định lựa chọn nghề nghiệp của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Ngọc Tường Vy	CLC_21DMC01	TS. Dư Thị Chung
		Lại Nguyễn Minh Thư	CLC_21DMC01	
		Lâm Thị Thuỳ Quyên	CLC_20DMA06	
		Phạm Hồ Phi Yến	CLC_21DMC01	
87	Ảnh hưởng của hình thức Influencer Marketing tác động đến ý định mua mỹ phẩm trên TikTok Shop của Gen Z trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Nguyễn Huyền Trang	CLC_19DMA09	TS. Dư Thị Chung
		Lê Nguyễn Diệu Vy	CLC_21DMC02	
		Dương Ngọc Tố Như	CLC_21DMA05	
		Nguyễn Thị Anh Thư	CLC_21DMA04	
88	The impact of cultural values in advertisement on consumers' perception towards brand image: an evidence from FMCG sector in Vietnam	Nguyễn Trịnh Linh San	IP_21DMA01	TS. Dư Thị Chung
		Nguyễn Duy Khang	IP_21DMA02	
		Phạm Nguyễn Yến Quyên	IP_21DMA01	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
89	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua mỹ phẩm thuần chay của người tiêu dùng khu vực Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Thị Thảo Hương	CLC_20DMA01	TS. Dư Thị Chung
		Võ Nguyễn Tú Uyên	CLC_21DMA03	
		Huỳnh Ngọc Anh	CLC_21DMA03	
		Nguyễn Đăng Khoa	CLC_21DMA03	
		Vũ Quang Minh	CLC_21DMA01	
90	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng sản phẩm thời trang bền vững của giới trẻ trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Quỳnh Châu	CLC_21DMA01	TS. Dư Thị Chung
		Cao Diệp Phương Anh	CLC_21DMA01	
		Trần Khánh Dung	CLC_21DMA01	
		Lê Quốc Thiên Hương	CLC_21DMA01	
		Võ Đăng Khoa	CLC_21DMA01	
91	Nghiên cứu giải pháp giảm thiểu hành vi hút thuốc lá điện tử của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Diễm Châu	CLC_21DMA01	TS. Dư Thị Chung
		Lê Thị Phương Anh	CLC_21DMA01	
		Trần Thị Quỳnh Nga	CLC_21DMA01	
		Ngô Ngọc Lam	CLC_21DMA01	
		Phạm Thị Lam Oanh	CLC_21DMA01	
92	Tác động của thương mại điện tử E-Commerce đến hành vi mua hàng hóa thời trang của sinh viên tại địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Bùi Tấn Bửu	CLC_19DMA03	TS. Dư Thị Chung
		Nguyễn Công Anh Tuấn	CLC_18DMA02	
		Nguyễn Hoàng Long	CLC_18DMA02	
93	Đo lường sự ảnh hưởng của nhận thức xanh và marketing xanh đến hành vi tiêu dùng nước đóng chai của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Thái Bảo	CLC_21DMC01	TS. Dư Thị Chung
		Đặng Phương Quỳnh	CLC_21DMC01	
		Phùng Bảo Trân	CLC_21DMC01	
		Nguyễn Thị Cẩm Tú	CLC_21DMC01	
94	Nghiên cứu tác động của CSR đến nhận thức thương hiệu dựa trên khách hàng, nghiên cứu trường hợp các bệnh viện tại Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Trần Thục Nguyên	CLC_21DMC06	TS. Dư Thị Chung
		Nguyễn Thị Kim Chi	CLC_21DMC06	
		Tống Thị Thùy Dung	CLC_21DMC06	
		Nguy Hỷ Phát	CLC_21DMC06	
		Nguyễn Lê Phương Thanh	CLC_21DMC06	
95	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng Chat GPT trong việc sáng tạo nội dung của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh theo mô hình UTAUT 2	Hồ Phạm Như Ý	CLC_21DMA02	ThS. Phạm Thị Lan Phương
		Tiên Bích Tuyên	CLC_21DMA02	
		Võ Nhựt Thanh	CLC_21DMA02	
		Ngô Phi Anh	CLC_21DMA02	
		Lê Ngọc Quỳnh Anh	CLC_21DMA02	
96	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng xe đạp công cộng của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Mai Phương Quỳnh	CLC_21DMA05	ThS. Phạm Thị Lan Phương
		Trần Thị Kim Ngọc	CLC_21DMA05	
		Nguyễn Ngọc Hân	CLC_21DMA05	
		Trần Xuân Anh	CLC_21DMA05	
		Huỳnh Thị Lễ Ngọc	CLC_21DMC01	
97	Nghiên cứu sự ảnh hưởng của đánh giá của khách hàng đến ý định đặt phòng khách sạn trên nền tảng OTA của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	Hà Nhật Anh	CLC_21DMA04	ThS. Phạm Thị Lan Phương
		Nguyễn Phạm Minh Tú	CLC_21DMA04	
		Nguyễn Thị Lan Chi	CLC_21DMA04	
		Lê Ngọc Vân Khánh	CLC_21DMA04	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
98	Nghiên cứu ảnh hưởng của FOMO Marketing đến hành vi theo dõi Influencer trên mạng xã hội Tiktok trong lĩnh vực mỹ phẩm của Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	Huỳnh Thái Trang Nhi	CLC_21DMC04	ThS. Phạm Thị Lan Phương
		Nguyễn Đình Tú	CLC_21DMC04	
		Nguyễn Chí Thành	CLC_21DMC04	
		Hoàng Nguyễn Hải Hà	CLC_21DMC04	
		Phan Thị Hồng Gấm	CLC_21DMC04	
99	Nghiên cứu tác động của truyền miệng điện tử (eWOM) đến quyết định lựa chọn khóa học tiếng anh trực tuyến của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Đinh Tâm Như	CLC_21DMC02	ThS. Phạm Thị Lan Phương
		Hà Quỳnh Thanh Huyền	CLC_21DMC02	
		Dương Bích Quân	CLC_21DMC02	
		Trần Nhật Minh Thư	CLC_21DMC02	
100	Nghiên cứu các nhân tố truyền thông tác động đến ý định du lịch của giới trẻ thuộc thế hệ Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Hoàng Tấn Phát	CLC_21DMA05	ThS. Phạm Thị Lan Phương
		Phạm Xuân Nguyệt Quý	CLC_21DMA05	
		Đoàn Cẩm Tiên	CLC_21DMA05	
		Bùi Thị Mộng Vy	CLC_21DMA05	
		Phạm Thị Quỳnh Như	CLC_21DMA04	
101	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sữa rửa mặt Cetaphil của gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	Ngô Thùy Dương	CLC_21DMA04	ThS. Phạm Thị Lan Phương
		Huỳnh Đặng Minh Quân	CLC_21DMA04	
		Trần Nguyễn Kim Ngọc	CLC_21DMA04	
		Đoàn Thị Thanh Tâm	CLC_21DMA04	
		Võ Trang Kim Anh	CLC_21DMC02	
102	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng xuất xứ Nhật Bản của người tiêu dùng trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Lê Yên Nhi	21DMA01	ThS. Phạm Thị Lan Phương
		Lê Thị Tuyết Nhi	21DMA02	
		Văn Thị Ngọc Hiếu	21DMA01	
		Phan Khánh Tài	21DMA01	
103	Nghiên cứu sự ảnh hưởng của tiếp thị giác quan (Sensory Marketing) đến trải nghiệm và sự yêu thích thương hiệu Pizza 4P's của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Ngọc Vy Thư	CLC_21DMA04	ThS. Phạm Thị Lan Phương
		Lê Đỗ Đức An	CLC_21DMA05	
		Kiều Khánh Đoan	CLC_21DMA04	
		Ngô Xuân Quý	CLC_21DMA04	
104	Các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn hình thức làm việc Hybrid của người đi làm tại Việt Nam	Trần Khánh Đoan	20DMC1	Ths. Nguyễn Ngọc Bích Trâm
		Trần Mỹ Phương	20DMA2	
		Lý Ngọc Tuyên	20DMA2	
		Lê Phạm Ngọc Giang	20DMA1	
		Nguyễn Thị Thanh Hiền	20DQH1	
105	Các yếu tố tác động đến thái độ và ý định mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng tại Việt Nam	Dư Hỷ Vy	CLC_21DMA02	Ths. Nguyễn Ngọc Bích Trâm
		Nguyễn Hoang Bảo Trâm	CLC_21DMA02	
		Nguyễn Thị Cẩm Tiên	CLC_21DMA02	
		Trần Nguyễn Bạch Dương	CLC_21DMA02	
		Nguyễn Thị Thúy Kiều	CLC_21DMA02	
106	Sự ảnh hưởng của Marketing dạng Video ngắn trên Tiktok đến ý định mua hàng của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	Mai Vũ Đông Nghi	CLC_20DMA09	Ths. Nguyễn Ngọc Bích Trâm

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
107	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng ngẫu hứng đối với các sản phẩm chăm sóc da của người tiêu dùng thông qua livestream tại Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Đức Mạnh	CLC_20DMA09	Ths. Nguyễn Ngọc Bích Trâm
108	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng khi mua thực phẩm trực tuyến tại Việt Nam	Võ Hoàng Duy	CLC_21DMA05	ThS. Trương Thu Nga
		Ngô Ngọc Hân	CLC_21DMA04	
		Ngô Trần Nam Phương	CLC_21DMA04	
		Huỳnh Đỗ Đạt	CLC_21DMA05	
109	Tác động của Marketing xanh đến ý định mua hàng thời trang bền vững của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	Trương Ngọc Khánh Nhi	CLC_21DMA04	ThS. Trương Thu Nga
		Nguyễn Mỹ Ngọc	CLC_21DMA04	
		Lê Minh Khánh Đoan	CLC_21DMA04	
		Ngô Thùy Linh	CLC_21DMA04	
110	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua các thiết bị điện tử có nguồn gốc, xuất xứ từ nước ngoài của người dân sống tại Thành phố Hồ Chí Minh	Lê Thị Kim Anh	CLC_21DMC06	ThS. Trương Thu Nga
		Hà Minh Hằng	CLC_21DMC06	
		Ninh Nguyễn Khánh Hùng	CLC_21DMC06	
111	Nghiên cứu về những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng dịch vụ “mua trước trả tiền sau” với tên gọi “Apple pay later” khi sử dụng “Apple pay” để thanh toán trực tuyến	Trần Quang Huy	CLC_21DMA01	ThS. Trương Thu Nga
112	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo trong Marketing đến trải nghiệm mua sắm trên sàn thương mại điện tử tiktok shop của sinh viên ở khu vực Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Ngọc Thạch	CLC_21DMC05	ThS. Trương Thu Nga
		Nguyễn Huy Hùng	CLC_21DMC05	
		Nguyễn Thị Phương Hoài	CLC_21DMC05	
		Võ Thiên Bảo	CLC_21DMC05	
		Dương Hoàng Lê Nguyên	CLC_21DMC05	
113	Nghiên cứu về việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo vào trong chiến lược Marketing của ngành du lịch Việt Nam	Nguyễn Quang Anh	CLC_21DMA01	ThS. Trương Thu Nga
		Nguyễn Tiên Phát	CLC_21DMA01	
		Nguyễn Quốc Minh Khôi	CLC_21DMA01	
		Nguyễn Nhật Trung	CLC_21DMA01	
		Đông Minh Thanh	CLC_21DMA01	
114	Factors affecting the intention to startup a business in the Food & Beverage industry of recent graduates in Ho Chi Minh City.	Nguyễn Hoàng Yến Chi	IP-21DMA04	ThS. Trương Thu Nga
		Nguyễn Võ Hoàng Duy	IP-21DQT01	
		Nguyễn Hà Kiều Oanh	IP-21DMA04	
		Võ Ngọc Phương Trang	IP-21DMA03	
		Lâm Ngọc Kim Ngân	IP-21DKQ03	
115	Factors affecting Gen Z's intention to use paid online movie-watching services in Ho Chi Minh City	Trương Công Quốc Anh	IP-21DMA02	ThS. Trương Thu Nga
		Nguyễn Linh Đan	IP-21DMA02	
		Lê Phạm Hoàng Hà	IP-21DMA03	
		Trần Phương Nhi	IP-21DMA03	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
116	The effects of digital transformation have an impact on how young people in Ho Chi Minh City use the Shopee e-commerce platform to purchase FMCG products	Phan Nguyễn Anh Thư	IP-21DMA03	ThS. Trương Thu Nga
		Lê Thúy Thanh	IP-21DMA01	
		Trần Khánh Linh	IP-21DMA01	
		Trần Quốc Huy	IP-21DMA02	
117	Nghiên cứu về việc sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) tác động đến việc làm và học tập của Gen Z ngành Marketing tại Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Duy Khoa	21DMA1	ThS. Trương Thu Nga
		Dương Khánh Tường Vy	21DMC1	
		Võ Thị Thùy Chung	21DMC3	
		Nguyễn Thị Hoa Mỹ	21DMC2	
118	Nghiên cứu ảnh hưởng của truyền miệng điện tử (ewom) đến quyết định chọn trường đại học của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	Phạm Thanh Lam	CLC_21DMA02	ThS. Nguyễn Thái Hà
		Lâm Yên Nhi	CLC_21DMA02	
		Hứa Ánh Minh	CLC_21DMA02	
		Nguyễn Tuyết Nhi	CLC_21DMA02	
		Lê Hải Dương	CLC_21DMA02	
119	Nghiên cứu sự tác động của hình thức carousel ads trên nền tảng tiktok đến ý định mua sắm của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Ngọc Yên Vy	CLC_21DMA03	ThS. Nguyễn Thái Hà
		Lê Huỳnh Phương Nhi	CLC_21DMA03	
		Tác Hồng Nga	CLC_21DMA03	
		Nguyễn Hoàng Ái My	CLC_21DMA03	
		Nguyễn Thị Ái Vi	CLC_21DMA03	
120	Nghiên cứu sự cởi mở của thế hệ z về những định kiến xã hội tác động đến định hướng chiến lược truyền thông của các thương hiệu tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Đặng Minh Anh	CLC_21DMA02	ThS. Nguyễn Thái Hà
		Lâm Phương Quyên	CLC_21DMA02	
		Vi Thị Ngọc Trinh	CLC_21DMA02	
		Võ Thị Cát Thùy	CLC_21DMA02	
		Lê Nguyễn Tường Vy	CLC_21DMA02	
121	Nghiên cứu ảnh hưởng của nội dung do người dùng tạo ra (UGC) trong việc định hình hành vi mua sản phẩm thân thiện với môi trường của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	Trần Nguyễn Phương Nghi	CLC_21DMA02	ThS. Nguyễn Thái Hà
		Phạm Gia Phương Linh	CLC_21DMA02	
		Lê Tô Thanh Thảo	CLC_21DMA02	
		Nguyễn Trung Tính	CLC_21DMA02	
		Phạm Thị Tường Vi	CLC_21DMA02	
122	Đo lường mức độ tác động của quảng cáo, khuyến mại, quan hệ công chúng và tài trợ đến tài sản thương hiệu đối với ngành bia-rượu-nước giải khát tại thị trường Thành phố Hồ Chí Minh	Đinh Ngọc Quỳnh Trang	CLC-20DMA04	TS. Nguyễn Anh Tuấn
		Huỳnh Trọng Bích Trâm	CLC-20DMA04	
		Nguyễn Thị Như Ý	CLC-20DMA04	
		Hồ Nguyễn Thục Trinh	CLC-20DMA04	
		Lê Cát Tiên	CLC-20DMA04	

Tổng cộng: 122 đề tài./.

