

## QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên năm 2024, đợt 3

### 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 Trường 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 3 (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 Tài chính – Kế toán, 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. ✓



PGS.TS Phạm Tiến Đạt



**DANH SÁCH ĐỀ TÀI SINH VIÊN NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VÀ**  
**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN NĂM 2024, ĐỢT 3**

(Ban hành kèm theo Quyết định số: 3220/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
<b>Khoa Quản trị kinh doanh</b>				
1	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư chứng khoán của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Dương Thị Thùy Linh</b>	22DDA01	TS. Vũ Hồng Vân
		Phạm Thị Hoàng Anh	22DDA02	
		Nguyễn Minh Đức	22DBH02	
2	Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng thời trang xanh của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Ngô Đào Gia Khải</b>	CLC_22DQT09	TS. Phạm Thị Ngọc Mai
		Dương Hoàng Thúy Vy	CLC_22DQT09	
		Nguyễn Văn Hùng	CLC_22DQT09	
		Nguyễn Phạm Bảo Hân	CLC_22DQT09	
3	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả học tập của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing	<b>Nguyễn Mai Phương</b>	CLC_22DQT07	ThS. Phạm Thị Trâm Anh
		La Huy Duy	CLC_22DQT07	
		Phan Nguyễn Thủy Trang	CLC_22DQT07	
		Nguyễn Thị Mai Hương	CLC_22DQT07	
		Huỳnh Hạnh Thư	CLC_22DQT07	
4	Những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm thời trang trên sàn thương mại điện tử Tiktok của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing	<b>Nguyễn Thị Khánh Ngọc</b>	CLC_22DQT05	TS. Phạm Hồng Hải
		Nguyễn Thị Hồng Nhật	CLC_22DQT05	
		Nguyễn Thị Phương Nhung	CLC_22DQT05	
		Nguyễn Phương Hà	CLC_22DQT05	
		Nguyễn Thị Hồng Thắm	CLC_22DQT05	
5	Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý chi tiêu của sinh viên sống tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Nguyễn Trần Thanh Tâm</b>	CLC_22DQT05	TS. Trần Vĩnh Hoàng
		Huỳnh Nhật Khánh My	CLC_22DQT05	
		Nguyễn Kiều My	CLC_22DQT05	
		Nguyễn Bích Trâm	CLC_22DQT05	
		Nguyễn Thị Mai Vân	CLC_22DQT05	
6	Nghiên cứu tác động của tiếp thị giác quan đến hành vi mua ngẫu hứng trong ngành thời trang của giới trẻ ở Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Lục Thanh Thảo</b>	22DQT3	TS. Lương Văn Quốc
		Lê Quốc An	22DQT2	
		Nguyễn Thị Kim Uyên	22DQT1	
		Nguyễn Quang Vinh	22DBH2	
		Trần Thị Xuân Mai	22DQT4	
7	Các yếu tố ảnh hưởng đến việc thôi học của sinh viên - trường hợp nghiên cứu Trường Đại học Tài chính - Marketing	<b>Dương Tú Anh</b>	CLC-22DQT01	TS. Phạm Thị Ngọc Mai
		Nguyễn Thị Kim Ngân	CLC-22DQT01	
		Trần Thụy Thanh Thủy	CLC-22DQT01	
		Phạm Ngọc Trân	CLC-22DQT01	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
8	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm trực tuyến trên Tiktok của sinh viên Trường Đại học Tài chính-Marketing hiện nay	<b>Nguyễn Bá Ngọc Trang</b>	CLC_22DQT05	ThS. Phạm Thị Trâm Anh
		Nguyễn Thị Hoàng Yên	CLC_22DQT05	
9	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư khởi nghiệp của sinh viên ở Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Nguyễn Trần Hạnh Phúc</b>	CLC_22DQT07	ThS. Trần Nguyễn Kim Đan
		Nguyễn Thị Tuyết Anh	CLC_22DQT07	
		Đặng Tường Vy	CLC_22DQT07	
10	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ của khách hàng tại cửa hàng Gogi House chi nhánh 35A Nguyễn Đình Chiểu, Đa Kao, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Nguyễn Đặng Đan Chi</b>	CLC_20DQT04	TS. Trần Vĩnh Hoàng
		Trương Huỳnh Mỹ Khánh	CLC_20DQT04	
		Nguyễn Đăng Khoa	CLC_20DQT04	
		Đoàn Quốc Tuấn	CLC_20DQT04	
		Nguyễn Phạm Nhất Khương	CLC_20DQT04	
11	Nghiên cứu tác động của Digital Marketing trong thời đại 4.0 đến quyết định khởi nghiệp của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Trần Thị Bích Trân</b>	21DQT3	TS. Vũ Hồng Vân
		Nguyễn Phạm Diệu Linh	21DQT4	
		Mạc Thị Linh	21DQT5	
		Nguyễn Thị Thủy Duyên	21DBH3	
12	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua mỹ phẩm của nam sinh Trường Đại học Tài chính - Marketing	<b>Lê Hoàng Ân</b>	20DQT3	ThS. Tiêu Văn Trang
		Trương Thị Tuyết Thương	20DQT3	
		Nguyễn Thị Bình	20DQT4	
13	Những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định thi chứng chỉ ngoại ngữ TOEIC của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Trương Phan Hùng Cường</b>	CLC_22DQT07	TS. Nguyễn Gia Ninh
		Trịnh Việt Anh	CLC_22DQT08	
		Nguyễn Hoàng Phi Hùng	CLC_22DQT09	
		Lê Anh Phát	CLC_22DQT10	
		Phạm Xuân Phú	CLC_22DQT11	
14	Các yếu tố ảnh hưởng việc ra quyết định mua sắm mỹ phẩm online của Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Mai Xuân Hùng</b>	CLC_21DQT06	ThS. Đoàn Ngọc Minh Hương
		Vũ Thị Phương Uyên	CLC_21DQT06	
		Nguyễn Lê Kim Ngân	CLC_21DQT06	
		Bùi Đình Hoàng	CLC_21DQT06	
15	Ảnh hưởng của mạng xã hội đến xu hướng lựa chọn sản phẩm của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Huỳnh Bảo Vy</b>	CLC_21DQT06	ThS. Phạm Trần Khoa
		Nguyễn Hoàng Tuyền	CLC_21DQT06	
		Phạm Cẩm Tú	CLC_21DQT06	
		Nguyễn Quốc Triều	CLC_21DQT06	
		Trần Trung Việt	CLC_21DQT06	
16	Mối quan hệ giữa nhân cách hóa thương hiệu, lòng trung thành với thương hiệu và hành vi truyền miệng thương hiệu Highlands coffee	<b>Đỗ Huỳnh Ngọc Trâm</b>	CLC-22DQT09	TS. Nguyễn Gia Ninh
		Nguyễn Kiều Trâm	CLC-22DQT04	
		Nguyễn Thị Ngọc Nhi	CLC_22DNH01	
		Trần Thị Thanh Trúc	CLC-22DQT09	
		Nguyễn Thị Ngọc Oanh	CLC-22DQT09	
17	Hành vi tiêu dùng sản phẩm thân thiện môi trường trong lĩnh vực F&B của Gen Z: Vai trò của cảm xúc và tính cách cá nhân	<b>Lê Thị Kim Cương</b>	CLC-22DQT04	PGS.TS Huỳnh Thị Thu Sương
		Võ Vi Hà Anh	CLC-22DQT04	
		Đoàn Thảo Uyên	CLC-22DQT04	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
18	Những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua của khách hàng đối với chuỗi cà phê Highlands tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Lê Uyên Thi</b>	CLC_21DQT06	ThS. Trần Quốc Tuấn
		Trần Nguyễn Phương Thủy	CLC_21DQT06	
		Trần Thị Hoài Thương	CLC_21DQT06	
		Phạm Gia Kiệt	CLC_21DQT06	
19	Nghiên cứu việc sử dụng Chat GPT tác động đến hoạt động học tập của sinh viên tại Trường Đại học Tài chính – Marketing	<b>Tô Văn Thêm</b>	CLC-22DQT09	ThS. Nguyễn Thanh Lâm
		Huỳnh Văn Tân	CLC-22DQT9	
		Võ Lê Hoàng Nam	CLC-22DQT08	
		Nguyễn Võ Anh Quân	CLC-22DQT07	
		Trần Vĩnh Phúc	CLC-22DQT07	
20	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua lặp lại trực tuyến sản phẩm chăm sóc da của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Đinh Hoài Yên Nhi</b>	CLC_21DQT06	ThS. Thái Kim Phong
		Huỳnh Dương Khánh Uyên	CLC_21DQT06	
		Lê Hoàng Danh	CLC_21DQT06	
21	Ảnh hưởng của quảng cáo trên nền tảng Tiktok đến ý định mua hàng của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Trần Thị Thanh Vân</b>	CLC_22DQT09	ThS. Trần Thị Siêm
		Nguyễn Đăng Hiếu Minh	CLC_22DQT09	
		Ninh Thị Ánh Quỳnh	CLC_22DQT09	
		Nguyễn Ngọc Bảo Trân	CLC_22DQT09	
		Võ Trịnh Uyên Vy	CLC_22DQT09	
22	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn Thành phố Hồ Chí Minh là nơi đến học tập và sinh sống của giới trẻ đến từ những thành phố và tỉnh khác	<b>Trương Như Quỳnh</b>	CLC-22DQT05	ThS. Nguyễn Thị Minh Trâm
		Nguyễn Hoàng Nhi	CLC-22DQT05	
		Trần Minh Huyền	CLC-22DQT05	
		Lê Kiều Anh	CLC-22DQT05	
		Lê Hương Giang	CLC-22DQT05	
23	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng ứng dụng đặt xe xanh SM của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Nguyễn Dương Diệu Thảo</b>	CLC_21DQT06	ThS. Hồ Thị Thu Hồng
		Phạm Tuấn Lộc	CLC_21DQT06	
		Nguyễn Hoàng Anh Thư	CLC_21DQT06	
		Nguyễn Minh Thư	CLC_21DQT06	
		Trịnh Ngọc Phương Trang	CLC_21DQT06	
24	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mẫu laptop của sinh viên thuộc khối ngành kinh tế tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Dương Lê Nhật Anh</b>	CLC-22DQT05	ThS. Mai Thoại Diễm Phương
		Nguyễn Quế Chi	CLC-22DQT05	
		Khuong Thị Huệ	CLC-22DQT05	
25	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn ở nhà trọ của sinh viên Trường Đại học Tài chính – Marketing	<b>Nguyễn Ngọc Huỳnh Như</b>	CLC_22DQT05	TS. Hoàng Thu Thảo
		Nguyễn Ngọc Phương Minh	CLC_22DQT05	
		Trần Ngọc Phương Linh	CLC_22DQT05	
		Lê Phạm Khánh Vân	CLC_22DQT05	
		Phạm Nguyễn Thu Hằng	CLC_22DQT05	
26	Ảnh hưởng của truyền thông mạng xã hội đến hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng ở Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Đặng Thành Tài</b>	CLC_22DQT09	TS. Nguyễn Phi Hoàng
		Trần Ngọc Tài	CLC_22DQT09	
		Huỳnh Anh Thư	CLC_22DQT09	
		Phan Thị Phương Thanh	CLC_22DQT09	
		Đỗ Ngọc Thanh Thảo	CLC_22DQT09	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
27	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định thuê trọ của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing	<b>Nguyễn Hương Nguyên</b>	CLC_22DQT07	ThS. Hoàng Văn Trung
		Thượng Nguyễn Phương Thảo	CLC_22DQT07	
		Bùi Tuyết Minh	CLC_22DQT07	
		Trần Thị Mỹ Duyên	CLC_22DQT09	
28	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Lê Thị Hồng Yến</b>	21DQT1	ThS. Lê Xuân Quỳnh Anh
		Nguyễn Ngọc Hải Yến	21DQT3	
		Phan Trọng Ngọc	21DQT2	
29	Nghiên cứu về quyết định mua hàng ngẫu hứng của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh khi mua hàng trực tuyến trên sàn giao dịch thương mại điện tử Shopee	<b>Nguyễn Trần Huy</b>	CLC-20DQT03	ThS. Lê Ngọc Hải
		Trần Ngọc Bảo Trúc	CLC-20DQT03	
30	Nghiên cứu sự thay đổi của hành trình khách hàng do ảnh hưởng của các yếu tố kỹ thuật số trong nhóm khách hàng gen Z	<b>Đỗ Hồng Mỹ</b>	20DQT1	TS. Vũ Hồng Vân
		Đào Thiệu Quỳnh Hương	20DQT2	
31	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tiêu dùng cà phê hữu cơ của gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Phan Mỹ Quỳnh</b>	22DQT1	TS. Lượng Văn Quốc
		Lê Thị Hoài Thu	22DDA2	
		Cao Thị Tuyết Nga	22DBH1	
		Nguyễn Thị Thùy Dương	22DBH1	
		Nguyễn Thanh Thảo	22DQT1	
32	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng online bằng hình thức thanh toán trả sau trên sàn Shopee của Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Nguyễn Ngọc Đan Thy</b>	21DQT2	TS. Vũ Hồng Vân
		Phạm Văn Mãnh	21DDA1	
		Phan Thị Hồng Phấn	21DQT3	
		Nguyễn Thị Thúy Vân	21DQT1	
33	Yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua hàng thời trang nội địa của giới trẻ trên sàn thương mại điện tử tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Nguyễn Đức Hải</b>	22DQT01	TS. Lượng Văn Quốc
		Trần Võ Trung Kiên	22DQT01	
34	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định học chương trình thạc sĩ tại Trường Đại học Tài chính - Marketing	<b>Lê Anh Dũng</b>	CLC_22DQT01	TS. Trần Thế Nam
		Đào Thị Bảo Ngọc	CLC_22DQT01	
		Hoàng Lê Tín	CLC_22DQT01	
		Phạm Thị Tuyết Mai	22DBH02	
35	Ý định theo dõi tài khoản của người có tầm ảnh hưởng trên nền tảng Tiktok: Nghiên cứu đối với giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Trần Ngọc Cát Tường</b>	CLC_22DBH01	ThS. Trương Thị Thúy Vân
		Võ Thị Tuyết Nhi	CLC_22DBH01	
		Nguyễn Thị Nhung	CLC_22DBH01	
		Nguyễn Lê Yến Nhi	CLC_22DBH01	
		Nguyễn Minh Toàn	CLC_22DBH01	
36	Nghiên cứu Hành vi mua quần áo second-hand của giới trẻ	<b>Huỳnh Thế Tuấn Đạt</b>	CLC_22DQT03	ThS. Hồ Thị Thu Hồng
		Lê Quốc Duy	CLC_22DQT03	
		Nguyễn Tấn Phát	CLC_22DQT03	
		Nguyễn Đức Phúc	CLC_22DQT03	
		Nguyễn Hương Giang	CLC_22DQT03	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
37	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định thuê chung cư của sinh viên trong địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Trịnh Quang Hưng</b>	CLC_22DQT01	TS. Phạm Thị Ngọc Mai
		Nguyễn Trần Mai Anh	CLC_22DQT01	
		Vũ Thị Thiên Hương	CLC_22DQT01	
		Nguyễn Ái Nữ	CLC_22DQT01	
		Trương Tuyết Thy	CLC_22DQT01	
38	Tác động của đánh giá trực tuyến đến niềm tin và ý định mua sắm của khách hàng	<b>Nguyễn Ngọc Hương</b>	CLC_22DQT03	ThS. Hồ Thị Thu Hồng
		Phan Đào Uyên Phương	CLC_22DQT03	
		Nguyễn Thị Quỳnh Như	CLC_22DQT03	
		Nguyễn Đức Huy	CLC_22DQT03	
		Nguyễn Thị Hoài Thương	CLC_22DQT03	
39	Nghiên cứu các đặc trưng của KOL tác động tới quyết định theo dõi của người dùng trên TikTok	<b>Trần Kim Long</b>	CLC-22DQT03	TS. Tô Anh Thơ
		Hoàng Quốc Phú	CLC-22DQT03	
		Nguyễn Lê Diệu Linh	CLC-22DQT03	
		Nguyễn Thị Thanh Hiền	CLC-22DQT03	
		Hoàng Thị Khánh Ly	CLC-22DQT03	
40	Tác động của truyền thông xanh về thời trang bền vững đến nhận thức và sự sẵn sàng mua sắm của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Nguyễn Văn Kim Ngân</b>	CLC_22DQT03	ThS. Thái Kim Phong
		Huỳnh Phương Dũ	CLC_22DQT03	
		Trần Thúy An	CLC_22DQT03	
		Nguyễn Ngọc Tiểu Băng	CLC_22DQT03	
41	Các yếu tố thúc đẩy niềm tin và ý định mua hàng online của khách hàng	<b>Nguyễn Ngọc Nhi</b>	CLC_22DQT03	ThS. Trần Thị Siêm
		Nguyễn Hoàng Thúy Vy	CLC_22DQT03	
		Bùi Xuân Thảo Khuyên	CLC_22DQT03	
		Lê Thị Trúc Ly	CLC_22DQT03	
		Trương Thị Minh Thư	CLC_22DQT03	
42	Khám phá hành vi mua hàng ngẫu hứng của khách hàng qua livestream: vai trò của tương tác xã hội và sự hấp dẫn thị giác	<b>Lê Cẩm Nhung</b>	CLC_22DBH01	ThS. Trương Thị Thúy Vân
		Mai Hoàng Phương Ngân	CLC_22DBH01	
		Trần Thị Xuân	CLC_22DBH01	
		Ngô Ngọc Mai	CLC_22DBH01	
43	Tác động của các nhân tố đến động lực làm việc của nhân viên trong doanh nghiệp	<b>Huỳnh Giang Thanh</b>	CLC_22DQT03	ThS. Trần Thị Siêm
		Nguyễn Thị Lan Anh	CLC_22DQT03	
		Phan Bùi Huỳnh Như	CLC_22DQT03	
		Trương Thụy Anh Thy	CLC_22DQT03	
		Mai Gia Tuệ	CLC_22DQT03	
44	Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến động lực học tập của sinh viên: Hành vi bắt nạt của giảng viên và sự chia sẻ tri thức	<b>Nguyễn Thị Ánh Trâm</b>	CLC_22DQT02	ThS. Lê Ngọc Hải
45	Các nhân tố tác động đến ý định nhảy việc của Gen Z	<b>Trịnh Đức Tuấn</b>	CLC-22DQT03	TS. Tô Anh Thơ
		Đặng Đức Tú	CLC-22DQT03	
		Nguyễn Phạm Uyên Vy	CLC-22DQT03	
		Nguyễn Thị Thanh Thủy	CLC-22DQT03	
		Phan Thị Bảo Vy	CLC-22DQT03	

STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
46	Ảnh hưởng của phong cách lãnh đạo dựa trên điểm mạnh đến ý định nghỉ việc: vai trò của sự gắn bó của nhân viên và phúc lợi	<b>Trần Uyên Nhi</b>	CLC_22DBH01	ThS. Trương Thị Thúy Vân
		Nguyễn Trúc Quỳnh Như	CLC_22DBH01	
		Trần Thụy Băng Thy	CLC_21DQT08	
		Nguyễn Phạm Huyền Trân	CLC_22DBH01	
		Nguyễn Linh Đan	CLC_22DBH01	
47	Determinants of using e-wallets of other generation than gen Z in Ho Chi Minh City	<b>Trần Thanh Nhã Trúc</b>	IP_21DQT01	TS. Trần Thế Nam
		Lê Gia Hân	IP_21DMA04	
		Nguyễn Thị Bích Ngọc	IP_21DMA03	
		Trịnh Hoài Phương	IP_21DMA03	
		Ngô Thảo Vy	IP_21DMA03	
48	Các yếu tố ảnh hưởng của truyền miệng điện tử đến hành vi mua sắm của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Trần Thị Thanh Huyền</b>	CLC_22DQT06	ThS. Trần Thị Tuyết Mai
		Lê Thành Tạo	CLC_22DQT06	
		Lê Thị Thuý Nga	CLC_22DQT06	
		Phạm Khả Hân	CLC_22DQT06	
		Hương Thị Bảo Trân	CLC_22DQT06	
49	Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm sản phẩm kem chống nắng của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Trần Bình An</b>	CLC_21DQT07	ThS. Nguyễn Thị Hải Bình
		Nguyễn Thị Hồng Ngân	CLC_21DQT07	
		Lê Quỳnh Như	CLC_21DQT07	
		Trần Đỗ Kim Khanh	CLC_21DQT07	
50	Analysis of factors affecting the consumption behavior of Phuc Long products of Gen Z in Ho Chi Minh City	<b>Trần Thái Quang</b>	IP20DQT	TS. Hoàng Thu Thảo
51	The positive impact of creating short TikTok videos by students in Ho Chi Minh City	<b>Ngô Thị Hải Yến</b>	IP_21DQT01	ThS. Phạm Trần Khoa
		Chữ Văn Phụng	IP_21DQT01	
		Huỳnh Đỗ Minh Huy	IP_22DQT01	
		Nguyễn Dương Hồng Ngọc	IP_21DQT01	
		Nguyễn Trương Tuấn Minh	IP_21DQT01	
52	Nghiên cứu ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh trên các sàn thương mại điện tử Việt Nam	<b>Ngô Thanh Lâm</b>	CLC-20DQT04	ThS. Tiêu Vân Trang
		Đình Phan Hoài Nhi	CLC-20DQT04	
53	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của giới trẻ khi mua sắm tại cửa hàng tiện lợi GS25 trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Phạm Ngọc Hương Giang</b>	CLC_21DQT07	ThS. Nguyễn Kiều Oanh
		Phạm Đăng Khoa	CLC-21DQT08	
		Nguyễn Lương Văn Pha	CLC_21DQT07	
		Nguyễn Phương Thảo	CLC_21DQT07	
		Nguyễn Hương Giang	CLC_21DQT07	
54	Nghiên cứu các yếu tố của rèn luyện kỹ năng mềm đến cơ hội việc làm sinh viên	<b>Phạm Ngọc Thảo Anh</b>	CLC_21DQT05	TS. Vũ Hồng Vân
		Nguyễn Tuấn Anh	CLC_21DQT05	
		Trần Cao Tuyền	CLC_21DQT05	
		Nguyễn Thành Văn	CLC_21DQT05	
55	Nghiên cứu các yếu tố về việc quyết định sử dụng các dịch vụ xe ôm công nghệ của giới trẻ ở Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Lê Trần Hoàng Yến</b>	CLC-21DQT05	ThS. Trần Hải Minh Thư
		Nguyễn Trần Ngân Giang	CLC-21DQT05	
		Nguyễn Đình Hiếu	CLC-21DQT05	
		Bùi Thị Tuyết Suong	CLC-21DQT05	
		Thẩm Chí Vĩ	CLC-21DQT05	



STT	Tên đề tài	Sinh viên/nhóm sinh viên thực hiện (trưởng nhóm in đậm)	Lớp	Người hướng dẫn
56	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tiêu dùng xanh của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing	<b>Nguyễn Công Danh</b>	CLC - 22DQT01	TS. Trần Nhân Phúc
		Nguyễn Ngọc Thiên An	CLC - 22DQT01	
		Bùi Ngọc Châu Anh	CLC - 22DQT01	
		Đặng Ngọc Hằng	CLC - 22DQT01	
		Nguyễn Lương Gia Linh	CLC - 22DQT01	
57	Nhận thức bảo vệ, sự quan tâm đến môi trường và hấp dẫn xã hội tác động đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh	<b>Nguyễn Hồ Bích Trâm</b>	CLC_22DQT01	ThS. Tiêu Vân Trang
		Lê Thị Thanh Hiền	CLC_22DQT01	
		Nguyễn Thị Mỹ Hạnh	CLC_22DQT01	
		Bùi Phạm Phương Khánh	CLC_22DQT01	
		Phạm Thị Bích Phượng	CLC_22DQT01	
58	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng hệ thống tàu điện ngầm Metro của sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing cơ sở Quận 9	<b>Phạm Bùi Thiên Trúc</b>	CLC_22DQT06	TS. Hồ Xuân Tiến
		Lê Mai Kim Anh	CLC_22DHQ01	
		Nguyễn Thị Thanh Huyền	CLC_22DTM01	
		Mai Vân Ngọc	CLC_22DMA02	
		Trần Nguyễn Kiều Vy	CLC_22DMA01	
59	Digital Life of UFM Students: Unveiling the Power of Social Media Influencers in Shaping Gen Z's Online Purchasing Decisions	<b>Trần Thị Tú Trinh</b>	IP_21DQT01	TS. Nguyễn Gia Ninh
		Nguyễn Đức Trường	IP_21DQT01	
		Phạm Hoài Lực	IP_21DQT01	
		Trương Khánh Vân	IP_22DQT01	
		Nguyễn Quốc Hoàng	IP_21DQT01	
60	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp nhà nước đã cổ phần hóa đang niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam	<b>Trần Kim Long</b>	CLC_22DQT03	ThS. Nguyễn Đức Bằng
		Hoàng Quốc Phú	CLC_22DQT03	
		Trần Uyên Nhi	CLC_22DBH01	
		Hoàng Thị Khánh Ly	CLC_22DQT03	

**Tổng cộng: 60 đề tài./.**

