

**DANH MỤC ĐỀ TÀI KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP**  
**KHOÁ QTL45 VÀ QTKD46**  
**NĂM HỌC 2024-2025**

**I, BỘ MÔN MARKETING**

<b>STT</b>	<b>Đề tài gợi ý</b>	<b>Hướng nghiên cứu</b>
<b>1.</b>	Đánh giá khả năng thích ứng với môi trường làm việc của sinh viên đại học sau khi tốt nghiệp	Định nghĩa môi trường làm việc? Bao gồm các yếu tố nào? Thích ứng là gì? Các tiêu chí để đánh giá sự thích ứng của sinh viên đại học sau tốt nghiệp?. Khuyến khích để có cái nhìn rõ hơn về sự thay đổi cần có sự so sánh về khả năng thích ứng của sinh viên trước/trong/sau quá trình học đại học của sinh viên.
<b>2.</b>	Nghiên cứu các phương pháp cải tiến chất lượng học tập của sinh viên	Đi sâu nghiên cứu về phương pháp học tập tiên tiến phù hợp với sinh viên VN. Khoa quản trị trường Đại học Luật TP.HCM
<b>3.</b>	Đánh giá tình trạng việc làm sau ra trường của sinh viên	Chọn khảo sát tại 1 trường hoặc nhiều trường. Đánh giá tỷ lệ tìm được việc làm, cơ cấu ngành, cơ cấu công việc.

		Khảo sát tại khu vực tp HCM sẽ thuận tiện hơn
4.	Một số biện pháp để nâng hiệu quả công tác quản lý sinh viên tại trường Đại học Luật TP.HCM	Tập trung khảo sát ở một số bộ phận có liên quan đến sinh viên
5.	Nghiên cứu hoạt động marketing trực tuyến tại...	Chọn 1 công ty hoặc 1 ngành hoặc phân tích xu hướng chung tại VN
6.	Một số giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing tại ...	Chọn 1 công ty hoặc 1 ngành hoặc phân tích xu hướng chung tại VN
7.	Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm / dịch vụ....	Chọn 1 sản phẩm/ 1 dịch vụ. Tìm hiểu và xây dựng mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua.. Khảo sát kết quả và đưa ra giải pháp
8.	Phân tích một số hoạt động Marketing tại một số Trường đại học. Bài học kinh nghiệm đối với các Trường đại học tại Việt Nam.	Tìm hiểu các hoạt động Marketing ở Trường đại học trong nước và nước ngoài từ đó rút ra bài học kinh nghiệm đối với các Trường đại học tại Việt Nam..
9.	Các hoạt động marketing tuyển sinh hiệu quả tại một số trường...	Chọn phân tích đại học/cao đẳng/trung cấp nghề/trung học phổ thông tại thị trường giáo dục tại VN (không giới hạn các trường quốc tế đang hoạt động tại VN)
10.	Đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên các trường đại học trên địa bàn TP.HCM	Chọn phân tích đại học/cao đẳng/trung cấp nghề/trung học phổ thông tại thị trường giáo dục tại VN (không giới hạn các trường quốc tế đang hoạt động tại VN và/hoặc có thể chọn 1 trường hoặc nhiều trường cùng nhóm ngành)

11.	Đánh giá thị trường bán lẻ tại Việt Nam thông qua nghiên cứu hoạt động tại các kênh...	<p>Chọn một trong các kênh bán lẻ sau để khảo sát: plaza/siêu thị/cửa hàng tiện lợi/chợ truyền thống/tạp hóa.</p> <p>Khảo sát các plaza/siêu thị/cửa hàng tiện lợi/chợ truyền thống/tạp hóa tại TP.HCM.</p>
12.	Nghiên cứu thị trường food & beverage/FMCG tại TP.HCM	Phân tích chiến lược của các thương hiệu lớn
13.	Ứng dụng thẻ điểm cân bằng (BSC) để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh tại...	Chọn BSC để phân tích hoạt động kinh doanh tại một công ty cụ thể/1 ngành/1 quốc gia
14.	Đánh giá tác động của cách mạng công nghệ 4.0 đối với...	<p>Chọn một công ty/ 1 ngành/ 1 quốc gia/xu hướng việc làm để phân tích.</p> <p>Khuyến khích phân tích tại thị trường VN</p>
15.	Đánh giá các yếu tố tác động đến sự thành công của các công ty khởi nghiệp hiện nay	Định nghĩa về khởi nghiệp? Nghiên cứu các yếu tố hình thành việc thành công cho doanh nghiệp khởi nghiệp. Phân tích các tác động này còn đúng trong hiện nay hay không
16.	Đánh giá các yếu tố tạo nên sự thành công của quan hệ công chúng (PR) của một số doanh nghiệp nước ngoài. Bài học kinh nghiệm đối với các doanh nghiệp Việt Nam.	Quan hệ công chúng là gì? Các yếu tố tạo nên sự thành công khi PR. Đánh giá các yếu tố này trong hiện nay. Chọn một số doanh nghiệp nước ngoài để tìm hiểu bài học kinh nghiệm.
17.	Phân tích một số hoạt động Marketing tại một số doanh nghiệp nước ngoài. Bài học kinh nghiệm đối với các doanh nghiệp Việt Nam.	Tìm hiểu các hoạt động Marketing số doanh nghiệp nước ngoài từ đó rút ra bài học kinh nghiệm.

18.	Ứng dụng chính sách Marketing Mix nhằm mở rộng thị trường cho....	<p>Chính sách Marketing Mix là gì? Tầm quan trọng của Marketing Mix. Thực trạng và giải pháp để mở rộng thị trường cho ...</p> <p>Chọn một trường đại học hoặc một công ty hoặc một ngành</p>
19.	Ứng dụng thương mại điện tử tại một trường đại học hoặc một ngành hoặc công ty	<p>Thương mại điện tử là gì?</p> <p>Chọn phân tích một khía cạnh ví dụ như vai trò của thương mại điện tử trong việc quảng bá thương hiệu. hoặc phân tích vai trò TMĐT chung.</p>
20.	Chiến lược sản phẩm của công ty... - Thực trạng và giải pháp.	<p>Chiến lược sản phẩm là gì? Sự cần thiết của chiến lược sản phẩm. Phân tích thực trạng về Chiến lược sản phẩm của doanh nghiệp từ đó đưa ra giải pháp cụ thể.</p>
21.	Chiến lược Marketing trong doanh nghiệp...- Thực trạng và giải pháp.	<p>Tìm hiểu chiến lược Marketing của một doanh nghiệp cụ thể. Sự cần thiết của chiến lược Marketing. Phân tích thực trạng của doanh nghiệp từ đó đưa ra giải pháp cụ thể.</p>
22.	Những giải pháp nâng cao hiệu quả kênh phân phối của công ty...	<p>Phân tích thực trạng của chiến lược phân phối của công ty. Từ đó rút ra những giải pháp nâng cao hiệu quả phân phối.</p>
23.	Hoàn thiện các hoạt động hậu mãi của doanh nghiệp ...	<p>Hoạt động hậu mãi là gì? Tìm hiểu thực trạng hoạt động hậu mãi của một doanh nghiệp cụ thể. Từ đó rút ra các giải pháp để hoàn thiện.</p>
24.	Các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng tại công ty...	<p>Thực trạng chất lượng phục vụ khách hàng tại một công ty cụ thể. Đề xuất các giải pháp phù hợp</p>

25.	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ bán lẻ tại TP.HCM"	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên chọn 1 hệ thống siêu thị hoặc nhiều hệ thống siêu thị tương đồng nhau để nghiên cứu (Coop Mart, Aeo Mall, BigC ...)</li> <li>- Nghiên cứu định tính để khám phá các nhân tố tác động đến mức độ hài lòng khách hàng</li> <li>- Xác định mô hình định lượng chạy phân tích nhân tố khám phá (công cụ: Thống kê mô tả, Cronbach- Anpha, EFA , phân tích hồi quy đa biến ..)</li> <li>- Nêu đề xuất và giải pháp cho ngành bán lẻ dựa trên mô hình định lượng</li> </ul>
26.	Thực trạng về định hướng chiến lược của hầu hết doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) tại Việt Nam hiện nay. Đề xuất chiến lược giúp DNVVN Việt Nam phát triển bền vững.	Chiến lược là gì? Chiến lược bền vững là gì? Tại sao cần phát triển chiến lược bền vững? Các tiêu chí để phát triển tầm nhìn? Các tiêu chí để phát triển mục tiêu? Phân tích môi trường bên ngoài? Phân tích môi trường bên trong? Các tiêu chí lựa chọn chiến lược? Các tiêu chí lựa chọn chiến lược bền vững? Năng lực cạnh tranh là gì? Tại sao năng lực cạnh tranh là mục tiêu rất quan trọng mà các doanh nghiệp phải nâng cao? Các tiêu chí để phân tích và đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện nay.
27.	Xây dựng chiến lược marketing cho ngành du lịch VN	Phân tích tổng thể ngành du lịch VN hoặc phân tích một mô hình của ngành du lịch đã/đang/sẽ kinh doanh thành công tại VN.
28.	Đánh giá sự phát triển của mô hình franchise tại VN. Tìm ra các yếu tố hình thành sự thành công/ thất bại của mô hình franchise	<p>Định nghĩa franchise?</p> <p>Có thể chọn các công ty VN hoặc các công ty nước ngoài đang thực hiện franchise tại VN để phân tích.</p>

		<p>Tìm ra các yếu tố tác động đến sự thành công của kinh doanh franchise.</p> <p>Đánh giá các yếu tố tác động này trong hiện nay.</p>
29.	Đề xuất công cụ marketing hiện đại phù hợp với tình hình VN hiện nay	Tổng hợp các xu hướng marketing hiện đại đang được sử dụng trên thế giới và tình hình hiện tại của VN. Đề xuất các công cụ cụ thể phù hợp với tình hình VN hiện nay và sẽ là xu hướng của VN dựa vào phương pháp định tính hoặc định lượng đều được
30.	Đánh giá sự tác động của mạng xã hội lên sinh viên	Có thể khảo sát để phân tích các tác động tiêu cực và tích cực. Đề xuất các giải pháp/kiến nghị
31.	Đề xuất các công cụ marketing hiệu quả của doanh nghiệp A,B,... hậu Covid	
32.	Phân tích một doanh nghiệp điển hình ở Việt Nam hoặc trên thế giới duy trì và phát triển trong đại dịch Covid19 để làm bài học cho các DN khác	
33.	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến DN du lịch, hàng không, dịch vụ nói chung trong giai đoạn 2023-2025 (chọn 1 DN hoặc 1 lĩnh vực cụ thể)	
34.	Nghiên cứu các nhân tố tác động đến khả năng tham gia nghiên cứu khoa học của sinh viên các trường đại	

	học tại TP.HCM (có thể chọn 1 trường hoặc nhiều trường)	
<b>35.</b>	Nghiên cứu các nhân tố tác động đến kết quả học tập của sinh viên trường đại học Luật TP.HCM	
<b>36.</b>	Đo lường hiệu quả chiến lược marketing trực tiếp trong viên nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp	
<b>37.</b>	Đo lường hiệu quả của danh mục sản phẩm đến quyết định mua của khách hàng	
<b>38.</b>	Đánh giá hiệu quả của quảng cáo trong việc nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp ...	
<b>39.</b>	Đo lường khả năng nhận diện thương hiệu của ngành (chọn 1 ngành nhất định)	
<b>40.</b>	Các yếu tố về hiệu năng (brand performance) trong định hình thương hiệu	
<b>41.</b>	Kênh truyền thông trong việc đảm bảo quan hệ công chúng của doanh nghiệp	
<b>42.</b>	Thực trạng và giải pháp quản trị chiến lược doanh nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Có thể chọn thị trường trong nước hoặc nước ngoài để phân tích</li> <li>- Có thể chọn 1 doanh nghiệp hoặc 1 lĩnh vực/ngành/ tổ chức kinh doanh không vì lợi nhuận/phi lợi nhuận để phân tích</li> <li>- Có thể chọn 1 trong các giai đoạn hoặc kết hợp các giai đoạn bao gồm trước – trong – hậu covid để phân tích</li> </ul>

<b>43.</b>	Nghiên cứu sự tác động của Thương mại điện tử đến việc thay đổi các mô hình kinh doanh tại Việt Nam	
<b>44.</b>	Nghiên cứu sự phát triển và thay đổi Mô hình kinh doanh	
<b>45.</b>	Nghiên cứu các yếu tố xây dựng/tác động/đo lường giá trị tài sản vô hình	
<b>46.</b>	Nghiên cứu các tác động của nền kinh tế chia sẻ đến thị trường	
<b>47.</b>	Nghiên cứu các xu hướng customize/personalize đã tác động đến mô hình kinh doanh/chiến lược của doanh nghiệp	
<b>48.</b>	Nghiên cứu các xu hướng mới tác động đến mô hình kinh doanh/quản trị chiến lược của doanh nghiệp	
<b>49.</b>	Nghiên cứu các yếu tố tác động đến quyết định rót vốn/ đầu tư dài hạn cho các dự án khởi nghiệp/doanh nghiệp	
<b>50.</b>	Nghiên cứu các yếu tố tác động đến quyết định khởi nghiệp của các bạn trẻ/sinh viên hoặc thanh thiếu niên	
<b>51.</b>	Nghiên cứu các yếu tố tác động đến việc nhượng quyền thương hiệu	
<b>52.</b>	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sản phẩm...	Hiệu hành vi mua hàng. Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng của người tiêu dùng.

		Cung cấp các giải pháp giúp cho các thương hiệu tác động hiệu quả đến hành vi mua của khách hàng
<b>53.</b>	Xác định phương thức thương hiệu/nhãn hiệu... khai thác hành vi mua sắm phi lý trí của khách hàng	Hiểu mục đích của việc mua sắm bốc đồng, phi lý trí. Xác định các yếu tố được sử dụng bởi các thương hiệu để lợi dụng việc mua sắm bốc đồng của người tiêu dùng. Khám phá mối liên hệ giữa khai thác thương hiệu và mua hàng bốc đồng.
<b>54.</b>	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu/nhãn hiệu/sản phẩm ...	Phân tích mối quan hệ giữa lòng trung thành của khách hàng và hình ảnh thương hiệu. Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng đối với hình ảnh thương hiệu. Xác định ảnh hưởng của hình ảnh thương hiệu đến lòng trung thành của khách hàng. Cung cấp các cách thức phù hợp để cải thiện hình ảnh thương hiệu nhằm nâng cao lòng trung thành của khách hàng.
<b>55.</b>	Đánh giá hiệu quả của các phương pháp tiếp thị ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng đối với thương hiệu/nhãn hiệu/sản phẩm ...	Hiểu được sự thay đổi trong hành vi mua hàng của người tiêu dùng. Xác định tác động của các phương pháp tiếp thị đến hành vi mua của người tiêu dùng. Xác định các kỹ thuật và phương pháp tiếp thị khác nhau được sử dụng trong việc ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng. Đề xuất các phương pháp hiệu quả có thể được sử dụng để xúc tiến hành vi mua của khách hàng.
<b>56.</b>	Mối quan hệ giữa quảng cáo/tiếp thị... và giá trị thương hiệu ....	Hiểu giá trị thương hiệu. Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quảng cáo.

		<p>Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của tài sản thương hiệu.</p> <p>Xác định sự mối liên hệ giữa quảng cáo và tạo tài sản thương hiệu.</p> <p>Đề xuất các chiến lược hiệu quả để cải thiện mối liên hệ giữa quảng cáo và tài sản thương hiệu.</p>
<b>57.</b>	Tác động của chiến lược thương hiệu và quảng cáo đối với giới trẻ.	<p>Đề khám phá mối liên hệ giữa chiến lược thương hiệu và người tiêu dùng trẻ</p> <p>Xác định tầm ảnh hưởng của chiến lược thương hiệu và quảng cáo đối với giới trẻ.</p> <p>Đề xuất các chiến lược và kỹ thuật hiệu quả có thể có ảnh hưởng đáng kể đến giới trẻ.</p>
<b>58.</b>	Xác định nền tảng truyền thông xã hội được các thương hiệu sử dụng để tiếp cận khách hàng và tạo nhận thức thương hiệu	<p>Khám phá mối liên hệ giữa các nền tảng truyền thông xã hội và thương hiệu để tiếp cận khách hàng.</p> <p>Xác định trang web truyền thông xã hội được sử dụng nhiều nhất để tạo nhận thức cho các thương hiệu.</p> <p>Đề xuất các giải pháp mà các nền tảng truyền thông xã hội có thể được sử dụng có mục đích và hiệu quả hơn</p>
<b>59.</b>	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tăng cường cảm xúc đối với khách hàng của thương hiệu/nhãn hiệu/sản phẩm...	<p>Khám phá mối liên hệ giữa sức hấp dẫn cảm xúc của thương hiệu và khách hàng.</p> <p>Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển kết nối cảm xúc với khách hàng.</p> <p>Cung cấp các khuyến nghị hiệu quả để tăng cường các yếu tố để tạo ra một kết nối cảm xúc với khách hàng.</p>
<b>60.</b>	Phân tích ảnh hưởng của việc xây dựng mục tiêu cảm xúc của thương hiệu/nhãn hiệu/sản phẩm... đối với khách hàng.	<p>Hiểu mục tiêu cảm xúc là gì.</p> <p>Xác định các yếu tố được sử dụng trong xây dựng mục tiêu cảm xúc để thu hút người tiêu dùng.</p>

		<p>Đánh giá tác động của việc xây dựng mục tiêu cảm xúc của thương hiệu đối với khách hàng.</p> <p>Xác định mối quan hệ giữa xây dựng mục tiêu cảm xúc và khách hàng.</p> <p>Đề xuất các kỹ thuật nhất định có thể giúp thương hiệu ảnh hưởng đến nhiều khách hàng hơn.</p>
<b>61.</b>	Phân tích ảnh hưởng của Internet Marketing đối với người tiêu dùng và thương hiệu/nhãn hiệu/sản phẩm...	<p>Hiểu về Internet Marketing và tầm quan trọng của nó.</p> <p>Xác định vai trò của Internet marketing.</p> <p>Xác định ảnh hưởng của internet marketing đối với người tiêu dùng</p> <p>Xác định các yếu tố có ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động internet marketing đối với thương hiệu.</p> <p>Cung cấp các khuyến nghị hiệu quả và thích hợp để tăng cường và cải thiện việc sử dụng internet marketing.</p>
<b>62.</b>	Nghiên cứu tác động của đại dịch Covid-19 đối với nền kinh tế toàn cầu/quốc gia/địa phương/ngành công nghiệp/lĩnh vực....	Nghiên cứu này sẽ tập trung vào việc xác định các tác động của coronavirus đối với nền kinh tế toàn cầu/quốc gia/địa phương/ngành công nghiệp/lĩnh vực....
<b>63.</b>	Các yếu tố quyết định đến việc tạo ra việc làm và làm mất việc làm ở quốc gia/ khu vực/vùng/địa phương...	Nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố chịu trách nhiệm cho việc tạo ra việc làm và làm mất việc làm ở quốc gia/ khu vực/vùng/địa phương...
<b>64.</b>	Tác động của chiến tranh đối với nền kinh tế của cả hai quốc gia/khu vực/toàn cầu...	Nghiên cứu này nhằm phân tích tác động của các cuộc chiến ảnh hưởng như thế nào đến nền kinh tế của cả hai quốc gia/khu vực/toàn cầu...
<b>65.</b>	Tác động của chiến tranh đối với ngành công nghiệp/lĩnh vực... ở quốc gia/địa phương...	Nghiên cứu này nhằm phân tích tác động của chiến tranh đối với ngành công nghiệp/lĩnh vực... ở quốc gia/địa phương...

<b>66.</b>	Luật và tác động của chúng đối với các doanh nghiệp VN.	Mục tiêu nghiên cứu: Nghiên cứu này sẽ phân tích về ảnh hưởng của các bộ luật khác nhau ở VN có tác động đến ngành công nghiệp/lĩnh vực/.....
<b>67.</b>	Xác định các đặc điểm của doanh nghiệp đổi mới sáng tạo ở VN	Mục tiêu nghiên cứu: Nghiên cứu này sẽ tìm hiểu các đặc điểm khác nhau của các DN đổi mới sáng tạo ở VN.
<b>68.</b>	Ảnh hưởng của cạnh tranh đến hoạt động Marketing sản phẩm X ở Cty A	
<b>69.</b>	Các giải pháp hoàn thiện công tác nghiên cứu thị trường nhằm thoả mãn tốt hơn nhu cầu khách hàng nội địa tại công ty.....	
<b>70.</b>	Các giải pháp nhằm nâng cao hoạt động của hệ thống xúc tiến hỗn hợp của công ty....	
<b>71.</b>	Các phương tiện quảng cáo hiện đại	
<b>72.</b>	Cấu trúc thị trường và sự khác biệt về giá. Phân tích công ty ...	
<b>73.</b>	Chiến lược giá của doanh nghiệp ... ở thị trường nội địa – Thực trạng và giải pháp.	
<b>74.</b>	Chiến lược khai thác thị trường ngách - Thực trạng và giải pháp.	
<b>75.</b>	Chiến lược Marketing với việc mở rộng thị trường của công ty.....	

<b>76.</b>	Chiến lược phân phối của doanh nghiệp ... ở thị trường nội địa – Thực trạng và giải pháp.	
<b>77.</b>	Chiến lược PR của doanh nghiệp ... ở thị trường nội địa – Thực trạng và giải pháp.	
<b>78.</b>	Chiến lược quảng cáo của doanh nghiệp ... ở thị trường nội địa – Thực trạng và giải pháp.	
<b>79.</b>	Chiến lược về nhãn hiệu của Cty A	
<b>80.</b>	Ảnh hưởng của cạnh tranh đến hoạt động Marketing sản phẩm X ở Cty A	
<b>90</b>	Ảnh hưởng của định hướng truyền thông đến với hành vi tiêu dùng tại Việt Nam “factors of media manipulation toward consumer behavior in Vietnam”	
<b>91</b>	Nghiên cứu về ảnh hưởng thông tin sai lệch với công chúng	
<b>92</b>	Tác động của người có sức ảnh hưởng đến hành vi mua hàng tại Việt Nam	
<b>93</b>	Tuyên truyền pháp luật đến với hành vi tuân thủ của người dân tại địa bàn	
<b>94</b>	Phát triển thương hiệu bền vững của sản phẩm nông nghiệp	nghiên cứu tập trung vào một ngành sản phẩm nông nghiệp nhất định, từ đó đánh giá và đề xuất giải pháp liên quan để

		đảm bảo phát triển thương hiệu có sản phẩm nông nghiệp đó, Lựa chọn đặc thù vùng miền để xây dựng thương hiệu
<b>95</b>	Nghiên cứu về đạo đức trong truyền thông tại Việt Nam	nghiên cứu và có thể xây dựng tiêu chuẩn truyền thông cho hoạt động thông tin đại chúng

## II, BỘ MÔN QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH - KẾ TOÁN

<b>STT</b>	<b>Đề tài gợi ý</b>	<b>Hướng nghiên cứu</b>
<b>1</b>	Quản trị rủi ro tài chính tại công ty X/ (công ty đa quốc gia)	TS.Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>2</b>	Kiểm định một số mô hình định giá tài sản tài chính tại Việt Nam	TS.Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>3</b>	Dự báo giá của tài sản tài chính ở Việt Nam	TS.Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>4</b>	Thực trạng của tiền kỹ thuật số (cryptocurrency) trên thế giới và Việt Nam	TS.Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>5</b>	Mô hình Signal và Logit/Probit trong cảnh báo khủng hoảng tiền tệ	TS.Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>6</b>	Đo lường nguy cơ phá sản của các ngân hàng, công ty tại Việt Nam bằng chỉ số Z-score	TS.Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>7</b>	Chi tiêu chính phủ và chất lượng của chính phủ đối với tăng trưởng/ô nhiễm môi trường/phát triển bền vững: nghiên cứu trường hợp VN/các quốc gia	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng

<b>8</b>	Phân tích tác động của các chính sách tài khóa và tiền tệ đến thị trường chứng khoán Việt Nam	ThS.Lê Hoàng Phong
<b>9</b>	Phân tích mối quan hệ giữa nợ công và đầu tư công tại Việt Nam.	ThS.Lê Hoàng Phong
<b>10</b>	Ảnh hưởng của chi phí vốn đến quyết định đầu tư của doanh nghiệp tại Việt Nam.	ThS.Lê Hoàng Phong
<b>11</b>	Đo lường chất lượng dịch vụ công (tại các phòng công chứng, bệnh viện, trường học, ...).	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng
<b>12</b>	Các yếu tố tác động đến tuân thủ thuế của người nộp thuế tại chi cục thuế.../cục thuế...	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng
<b>13</b>	Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm nhân thọ/ (quyết định đầu tư của nhà đầu tư trên sàn chứng khoán TP.HCM)	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng
<b>14</b>	Tác động của các nhân tố (vĩ mô/ giá dầu/ giá vàng/...) đến thị trường chứng khoán/cán cân thương mại Việt Nam.	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng TS.Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>15</b>	Mối quan hệ giữa Bất bình đẳng thu nhập, phát triển tài chính, vốn con người, tăng trưởng và giảm nghèo (một vài trong số các nhân tố này): Nghiên cứu thực nghiệm ở Việt Nam/các quốc gia ...	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng
<b>16</b>	Đánh giá tác động của đầu trực tiếp nước ngoài (/chi tiêu công/chi NSNN cho môi trường), độ mở thương mại/độ mở tài chính/ phát triển tài chính đối với môi trường: Nghiên cứu thực nghiệm ở Việt Nam/các quốc gia ...Một số giải pháp pháp lý liên quan.	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng

<b>17</b>	Tác động của trái phiếu xanh đến hiệu quả tài chính của công ty X	TS. Hồ Hoàng Gia Bảo ThS.Nguyễn Bá Hoàng
<b>18</b>	Tác động của cấu trúc vốn/Quản trị đối với hiệu quả hoạt động của các ngân hàng/công ty niêm yết trên sàn chứng khoán Hồ Chí Minh.	TS. Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>19</b>	Mô hình hợp tác công tư (PPP) trong đầu tư cơ sở hạ tầng/giáo dục/y tế.... tại TP.HCM/Việt Nam và giải pháp hoàn thiện pháp luật về hợp tác công tư.	ThS.Lê Hoàng Phong +GV Luật
<b>20</b>	Thâm hụt ngân sách nhà nước, nợ công và các giải pháp quản lý tại Việt Nam.	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng
<b>21</b>	Các yếu tố tác động đến tỷ số ROA của các công ty (trong ngành) ...	ThS. Vũ Đức Nghĩa Hưng
<b>22</b>	Ảnh hưởng của năng lực cạnh tranh lên mối quan hệ giữa đòn bẩy và thành quả hoạt động của doanh nghiệp. Bằng chứng thực nghiệm ở Việt Nam	ThS. Vũ Đức Nghĩa Hưng
<b>23</b>	Mối quan hệ giữa sự độc lập của hội đồng quản trị và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam	ThS. Vũ Đức Nghĩa Hưng
<b>24</b>	Rủi ro gian lận trong việc lập và trình bày báo cáo tài chính doanh nghiệp	ThS. Vũ Đức Nghĩa Hưng
<b>25</b>	Các biện pháp nâng cao hiệu quả quản trị dòng tiền tại doanh nghiệp cung cấp dịch vụ nhỏ và vừa (Và loại hình doanh nghiệp khác và ngành khác).	ThS. Vũ Đức Nghĩa Hưng ThS. Nguyễn Thị Ngọc
<b>26</b>	Thực trạng về công tác kế toán quản trị và giải pháp hoàn thiện trong doanh nghiệp.	ThS. Vũ Đức Nghĩa Hưng ThS. Nguyễn Thị Ngọc

<b>27</b>	Giải pháp nâng cao chất lượng thông tin của báo cáo tài chính trong doanh nghiệp.	ThS. Vũ Đức Nghĩa Hưng ThS. Nguyễn Thị Ngọc
<b>28</b>	Đánh giá công tác phân tích hoạt động kinh doanh/tài chính trong doanh nghiệp và giải pháp hoàn thiện	ThS. Vũ Đức Nghĩa Hưng ThS. Nguyễn Thị Ngọc
<b>29</b>	Các nhân tố ảnh hưởng đến cơ cấu vốn của doanh nghiệp.	ThS. Vũ Đức Nghĩa Hưng ThS. Nguyễn Thị Ngọc
<b>30</b>	Tác động của sở hữu nước ngoài lên quản lí thu nhập thực. Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng
<b>31</b>	Tác động của tỷ giá hối đoái đến thương mại song phương giữa Việt Nam và Trung Quốc/Các đối tác thương mại chính của Việt Nam	ThS.Lê Hoàng Phong ThS.Nguyễn Bá Hoàng
<b>32</b>	Ảnh hưởng của hành vi quản trị lợi nhuận đến hiệu quả đầu tư của các doanh nghiệp Việt Nam	ThS. Nguyễn Hữu Phú Thành
<b>33</b>	Tác động của giám đốc điều hành kiêm nhiệm đến tỷ suất sinh lợi cổ phiếu và thành quả của các công ty Việt Nam khi thực hiện M&A	ThS. Nguyễn Hữu Phú Thành
<b>34</b>	Quyền sở hữu cấu trúc vốn và quyết định tài trợ: Bằng chứng thực nghiệm tại các công ty niêm yết trên sở giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh (hose) ở Việt Nam	ThS. Nguyễn Hữu Phú Thành
<b>35</b>	Ứng dụng phương pháp bao dữ liệu DEA vào việc đánh giá hiệu quả tái cơ cấu hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam	ThS. Nguyễn Hữu Phú Thành
<b>36</b>	Nghiên cứu về mối quan hệ giữa đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp và tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam và một số quốc gia khác	ThS. Nguyễn Hữu Phú Thành
<b>37</b>	Nghiên cứu về hiệu quả sử dụng thẻ thanh toán tại Việt Nam	ThS. Ngô Huỳnh Giang

<b>38</b>	Phân tích tình hình cho vay trung và dài hạn tại chi nhánh ngân hàng X	ThS. Ngô Huỳnh Giang
<b>39</b>	Phân tích tình hình thanh toán không dùng tiền mặt tại NHTM X	ThS. Ngô Huỳnh Giang
<b>40</b>	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với khách hàng khi sử dụng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp	ThS. Ngô Huỳnh Giang
<b>41</b>	Hoàn thiện hoạt động thẩm định giá trị tài sản đảm bảo phục vụ cho vay tại Ngân hàng thương mại A.	ThS. Ngô Huỳnh Giang
<b>42</b>	Thực trạng và giải pháp ngăn chặn hiện tượng chuyển giá trong các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam	ThS. Ngô Huỳnh Giang
<b>43</b>	Một số giải pháp mở rộng hoạt động tín dụng tài trợ xuất nhập khẩu tại ngân hàng...	ThS. Ngô Huỳnh Giang
<b>44</b>	Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động thanh toán quốc tế tại...	ThS. Ngô Huỳnh Giang
<b>45</b>	Giải pháp hạn chế rủi ro trong đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam	ThS. Ngô Huỳnh Giang
<b>46</b>	Nâng cao chất lượng phân tích và kiểm soát nội bộ trong quy trình mua hàng / bán hàng...	ThS. Nguyễn Thị Ngọc
<b>47</b>	Ảnh hưởng của đạo đức nghề nghiệp đến chất lượng báo cáo tài chính	ThS. Nguyễn Thị Ngọc
<b>48</b>	Vai trò của kế toán quản trị trong việc hỗ trợ ra quyết định trong các DN	ThS. Nguyễn Thị Ngọc

<b>49</b>	Ứng dụng phương pháp thay thế liên hoàn trong phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp (chọn nhóm chỉ tiêu).	ThS.Nguyễn Thị Ngọc
<b>50</b>	Giải pháp nâng cao năng lực quản trị Nợ phải thu trong doanh nghiệp (Nợ phải trả / chi phí giá vốn....).	ThS.Nguyễn Thị Ngọc
<b>51</b>	Các nhân tố tác động đến chất lượng thông tin BCTC của DN	ThS.Nguyễn Thị Ngọc
<b>52</b>	Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của người sử dụng hệ thống thông tin kế toán	ThS.Nguyễn Thị Ngọc
<b>53</b>	Các nhân tố tác động đến việc công bố thông tin kế toán trách nhiệm	ThS.Nguyễn Thị Ngọc
<b>54</b>	Các nhân tố tác động đến tổ chức bộ máy kế toán quản trị trong DN	ThS.Nguyễn Thị Ngọc
<b>55</b>	Các nhân tố tác động đến việc áp dụng kế toán quản trị trong DN	ThS.Nguyễn Thị Ngọc
<b>56</b>	Tác động của chính sách cổ tức đến biến động giá cổ phiếu: Nghiên cứu thực nghiệm từ các công ty cổ phần niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam	TS. Nguyễn Thị Thu Thủy
<b>57</b>	Tác động của cấu trúc sở hữu đến hiệu quả hoạt động doanh nghiệp: Nghiên cứu thực nghiệm từ các công ty cổ phần niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam	TS. Nguyễn Thị Thu Thủy
<b>58</b>	Các yếu tố tác động đến chính sách chi trả cổ tức: Nghiên cứu thực nghiệm từ các công ty cổ phần niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam	TS. Nguyễn Thị Thu Thủy
<b>59</b>	Tác động của thanh khoản thị trường đến lợi suất cổ phiếu tại Việt Nam.	TS. Hồ Hoàng Gia Bảo

<b>60</b>	Ảnh hưởng của chi phí vốn đến quyết định đầu tư của doanh nghiệp tại Việt Nam.	TS. Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>61</b>	Mối quan hệ giữa lạm phát và tỷ suất sinh lợi cổ phiếu trên thị trường chứng khoán Việt Nam.	TS. Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>62</b>	Ảnh hưởng của biến động tỷ giá đến cấu trúc vốn của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu tại Việt Nam	TS. Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>63</b>	Ảnh hưởng của tỷ giá đến rủi ro trên thị trường chứng khoán	TS. Hồ Hoàng Gia Bảo
<b>64</b>	Ảnh hưởng của lợi nhuận ròng đến tỷ suất sinh lời cổ phiếu trên thị trường chứng khoán Việt Nam	ThS. Nguyễn Hữu Phú Thành
<b>65</b>	Ảnh hưởng của lãi suất đến tỷ suất sinh lời cổ phiếu trên thị trường chứng khoán Việt Nam	ThS. Nguyễn Hữu Phú Thành

### III, BỘ MÔN QUẢN TRỊ HÀNH CHÍNH – NHÂN SỰ

<b>STT</b>	<b>Đề tài gợi ý</b>	<b>Hướng nghiên cứu và lĩnh vực</b>
<b>1</b>	Áp dụng mô hình sản xuất tinh gọn (Lean manufacturing) nhằm giảm lãng phí tại quy trình...	<b>Quản trị sản xuất</b> <b>Quản trị chất lượng</b>
<b>2</b>	Áp dụng Six Sigma nhằm cải tiến chất lượng tại quy trình... của doanh nghiệp	ThS. Nguyễn Quốc Ninh ThS. Vũ Thanh An
<b>3</b>	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng...	

4	Giải pháp giảm lãng phí tại Nhà máy...	
5	Hoàn thiện quy trình quản lý chất lượng tại nhà máy...	
6	Sử dụng biểu đồ kiểm soát trong quản lý chất lượng sản phẩm/dịch vụ ... ở công ty/nhà hàng/khách sạn/ ...	
7	Sử dụng các công cụ quản lý chất lượng nhằm cải tiến chất lượng sản phẩm tại...	
8	Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng sản phẩm tại...	
9	Thực trạng và giải pháp nâng năng suất sản xuất sản phẩm tại...	
10	Ứng dụng hệ thống ERP nhằm cải thiện hiệu quả quản lý doanh nghiệp...	
11	Ứng dụng SMED giảm thời gian chuyển đổi sản phẩm tại...	
12	Ứng dụng sơ đồ chuỗi giá trị (Value stream mapping) cải tiến quy trình sản xuất sản phẩm tại ...	
13	Xây dựng bộ tiêu chí đánh giá hiệu quả sản xuất tại nhà máy của công ty...	
14	Ảnh hưởng của sự hài lòng trong công việc đến sự gắn kết với tổ chức của nhân viên tại công ty/ngành/lĩnh vực...	<b>Quản trị nhân lực</b>
15	Ảnh hưởng của văn hoá doanh nghiệp đến sự cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên làm việc tại ....	<b>Văn hoá doanh nghiệp</b>
16	Ảnh hưởng văn hoá tổ chức đến sự đổi mới, sáng tạo tại công ty X	ThS. Nguyễn Thanh Hoàng Anh TS. Hoàng Thị Hoa ThS. Nguyễn Hoàng Phước Hiền

<b>17</b>	Bầu không khí tâm lý trong tập thể lao động...	ThS. Võ Thị Thảo Nguyên
<b>18</b>	Các biện pháp nâng cao hiệu quả công tác phát triển nguồn nhân lực tại các doanh nghiệp	
<b>19</b>	Chiến lược nhân sự tại ...	
<b>20</b>	Chính sách tiền lương đối với doanh nghiệp tư nhân/Công ty TNHH ...	
<b>21</b>	Đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên tại ...	
<b>22</b>	Đo lường mức độ thỏa mãn trong công việc của người lao động tại doanh nghiệp vừa và nhỏ/ tại doanh nghiệp cụ thể	
<b>23</b>	Giải pháp hạn chế tình trạng nghỉ việc tại công ty/ngành...	
<b>24</b>	Giải pháp thúc đẩy động lực làm việc của nhân viên	
<b>25</b>	Giải quyết mâu thuẫn trong tập thể lao động...	
<b>26</b>	Hoàn thiện quy trình hoạt động tuyển dụng/đánh giá năng lực làm việc tại công ty....	
<b>27</b>	Một số biện pháp để giữ chân người tài tại....	
<b>28</b>	Một số giải pháp nhằm hoàn thiện quản trị nhân sự tại....	
<b>29</b>	Nâng cao chất lượng công việc tại ....	
<b>30</b>	Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của ...	

<b>31</b>	Nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực của	
<b>32</b>	Nghiên cứu các hình thức trả lương và phúc lợi để tạo động lực làm việc cho nhân viên tại doanh nghiệp	
<b>33</b>	Nghiên cứu các yếu tố văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh tại DN cụ thể/ trong các doanh nghiệp	
<b>34</b>	Phân tích sự ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo trong quản trị nhân sự tại...	
<b>35</b>	Phát triển nguồn nhân lực của.. ...	
<b>36</b>	Quản trị sự thay đổi trong quản trị nhân sự/văn hoá tổ chức tại...	
<b>37</b>	Tâm lí người lao động tại.....	
<b>38</b>	Tạo động lực làm việc tại Công ty ...	
<b>39</b>	Thực trạng công tác đánh giá năng lực nhân viên tại.....	
<b>40</b>	Ứng dụng các học thuyết về tạo động lực làm việc nhằm định hướng hành vi và nâng cao hiệu quả công việc của người lao động tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở VN	
<b>41</b>	Vai trò của công đoàn...	
<b>42</b>	Văn hóa ứng xử khi hội nhập môi trường doanh nghiệp	
<b>43</b>	Xây dựng chính sách sách tiền lương tại doanh nghiệp....	

<b>44</b>	Áp dụng mô hình IS Success để đánh giá hiệu quả của hệ thống ERP trong các doanh nghiệp Việt Nam.	<b>Hệ thống thông tin quản lý</b> ThS. Nguyễn Thanh Khương
<b>45</b>	Đánh giá sự hài lòng của nhân viên trong việc sử dụng hệ thống thông tin quản lý tại các doanh nghiệp nhỏ qua mô hình TAM.	
<b>46</b>	Khảo sát sự chấp nhận của du khách đối với ứng dụng công nghệ AR trong hướng dẫn du lịch qua mô hình UTAUT2.	
<b>47</b>	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng công nghệ AR trong du lịch qua mô hình TPB.	
<b>48</b>	Nghiên cứu tác động của các yếu tố xã hội và kỹ thuật đối với việc triển khai hệ thống thông tin quản lý qua mô hình UTAUT.	
<b>49</b>	Nghiên cứu việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong cá nhân hóa trải nghiệm du lịch qua mô hình UTAUT.	
<b>50</b>	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của hệ thống quản lý quan hệ khách hàng (CRM) qua mô hình IS Success.	
<b>51</b>	Phân tích tác động của công nghệ VR/AR đối với sự hài lòng của du khách trong việc khám phá các địa điểm du lịch qua mô hình IS Success.	
<b>52</b>	Phân tích yếu tố thành công của các dự án hệ thống thông tin quản lý qua mô hình TPB.	
<b>53</b>	Hoàn thiện quy trình bán hàng trực tuyến tại công ty.....	<b>Thương mại điện tử</b>

<b>54</b>	Phát triển hệ thống thanh toán trực tuyến trên website.....của công ty.....	ThS. Lâm Thiếu Linh ThS. Nguyễn Thanh Khương
<b>55</b>	Giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh trên các sàn thương mại điện tử của công ty.....	
<b>56</b>	Hoàn thiện dịch vụ chăm sóc khách hàng trực tuyến tại công ty.....	
<b>57</b>	Thực trạng và một số giải pháp phát triển hoạt động marketing trực tuyến của công ty.....	
<b>58</b>	Giải pháp tối ưu hóa công cụ tìm kiếm để quảng bá website.....của công ty.....	
<b>59</b>	Đẩy mạnh phát triển hoạt động marketing điện tử trên Shopee/ Lazada cho sản phẩm.....thuộc công ty.....	
<b>60</b>	Chiến lược định vị thương hiệu cho doanh nghiệp khởi nghiệp	<b>Quản trị chiến lược</b> TS. Lại Nam Tuấn ThS. Võ Thị Thảo Nguyên
<b>61</b>	Chiến lược mở rộng thị trường quốc tế cho doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs)	
<b>62</b>	Chiến lược mở rộng thị trường thông qua thương mại điện tử	
<b>63</b>	Chiến Lược Mở Rộng Toàn Cầu của Các Thương Hiệu Việt Nam: Ứng Dụng Ma Trận EFE và IFE	
<b>64</b>	Chiến lược phát triển nguồn nhân lực trong bối cảnh chuyển đổi số	
<b>65</b>	Chiến lược quản lý rủi ro trong doanh nghiệp dịch vụ tài chính	

<b>66</b>	Chiến lược thương hiệu trong ngành bán lẻ	
<b>67</b>	Nghiên cứu này có thể khám phá cách các công ty ô tô, như VinFast, điều hướng các cơ hội và thách thức từ bên ngoài (ví dụ: xu hướng thị trường, chính sách của chính phủ) trong khi đánh giá điểm mạnh và điểm yếu bên trong (ví dụ: năng lực R&D, hiệu quả sản xuất).	
<b>68</b>	Phân tích Chiến lược của Ngành Công nghiệp Ô tô tại Việt Nam Sử dụng Ma trận EFE và IFE	
<b>69</b>	Phân Tích Năng Lực Động trong Các Công ty Khởi Nghiệp Công Nghệ	
<b>70</b>	So sánh Đánh giá Chiến lược của Chuỗi Cà phê: Dụng Ma Trận EFE và IFE	
<b>71</b>	Tác động của chiến lược hợp nhất và sáp nhập đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp	
<b>72</b>	Tác động của quản trị chiến lược đến sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.	
<b>73</b>	Tác động của văn hóa doanh nghiệp đến hiệu quả thực hiện chiến lược	
<b>74</b>	Tầm quan trọng của chiến lược đào tạo và phát triển nhân lực trong doanh nghiệp	
<b>75</b>	Tầm quan trọng của chiến lược đổi mới sáng tạo đối với sự tăng trưởng doanh nghiệp.	

76	Áp dụng phương pháp phân tích thứ bậc (AHP) trong lựa chọn phương án giao thông đường bộ	<b>Kinh tế giao thông</b> TS. Hoàng Văn Long
77	Kết nối hệ thống giao thông đường bộ tại địa phương (tỉnh; vùng...)	
78	Kết nối hệ thống giao thông đường thủy tại địa phương (tỉnh; vùng...)	
79	Kết nối hệ thống giao thông nông thôn tại địa phương (tỉnh; vùng...)	
80	Mô hình thu hút vốn đầu tư vào các cảng container: ứng dụng phương pháp phân tích thứ bậc mờ (Fuzzy AHP)	
81	Ra quyết định trong quản trị: ứng dụng mô hình AHP	<b>Quản trị</b> TS. Hoàng Văn Long Ths. Nguyễn Hoàng Phước Hiền
82	Ra quyết định trong quản trị: ứng dụng mô hình Fuzzy AHP	

*Tp. Hồ Chí Minh, ngày 21 tháng 02 năm 2025*

**PHÓ TRƯỞNG KHOA**

**TS. HOÀNG VĂN LONG**