

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT TP. HỒ CHÍ MINH
KHOA QUẢN TRI

PHÂN CÔNG GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN NCKH SV NĂM HỌC 2024-2025

Thời gian: 6/12/2024

Địa điểm: A401

STT	Họ và tên chủ nhiệm đề tài (CNĐT)	Lớp	MSSV	Tên đề tài	Phân công giảng viên hướng dẫn
1	Trần Nhật Vy	QTL46B	2153401020317	Các yếu tố ảnh hưởng đến việc ứng dụng mô hình LEAN trong ngành Logistics.	TS. Lê Anh Luyến
2	Lê Minh Phát	QTKD47B1	2253401010095	Cấu trúc sở hữu vốn và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp: Nghiên cứu thực nghiệm từ các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam	TS. Nguyễn Thị Thu Thủy
3	Lê Hoàng Khánh Minh	QTKD46.1	2153401010068	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng tiền mã hóa trong đầu tư tài chính trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.	TS. Hồ Hoàng Gia Bảo
4	LÊ THI HOÀNG YẾN	QTL46B2	2153401020323	ƯU TIÊN CÁC NGÀNH CHIẾN LƯỢC ĐỀ TẬP TRUNG PHÁT TRIỂN Ở ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - LÝ LUẬN, THỰC TRẠNG VÀ KIẾN NGHỊ PHÁT	TS. Lại Nam Tuấn
5	Đặng Nguyễn Xuân Tiên	CLCQTKD46	2153401010121	CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ GIA TĂNG CỦA HIỆN TƯỢNG "SHIFT SHOCK" Ở GEN Z TRONG MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC HIỆN NAY TẠI VIỆT NAM.	ThS. Nguyễn Hoàng Phước Hiền
6	Đoàn Quốc Duy	QTKD46.1	2153401010027	PHÂN TÍCH TÁC ĐỘNG CỦA CÁC CHÍNH SÁCH ƯU ĐÃI THUẾ ĐỐI VỚI NGÀNH CÔNG NGHỆ CAO Ở VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM QUỐC TẾ	ThS. Nguyễn Bá Hoàng
7	Huỳnh Yến Nhi	QTKD48.2	2353401010081	Phân tích tác động của hoạt động marketing truyền miệng tới hành vi sử dụng hệ thống chuỗi siêu thị bán lẻ Bách Hóa Xanh tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh	ThS. Lê Thị Kim Khang
8	Lê Thị Ngọc Mến	131-QTL46A2	2153401020153	SỰ THAY ĐỔI BỘ NHẬN DIỆN CỦA VINAMILK TÁC ĐỘNG ĐẾN HÀNH VI MUA HÀNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	ThS. Lê Ngọc Diễm
9	Trần Thị Lan	QTL46A2	2153401020200	Các nhân tố ảnh hưởng đến việc kết hợp chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường Đại học, Cao đẳng trên địa bàn TP. HCM	ThS. Vũ Thanh An
10	Phan Nguyễn Dạ Quyên	QTL 47B1	2253401020214	Nhận thức của doanh nghiệp về việc thực hiện CSR	ThS. Võ Thị Thảo Nguyên
11	Nguyễn Kim Phụng	QTL47B	2253401020198	Chiến lược kinh doanh nhân đạo của Limart: Cơ hội việc làm cho người khuyết tật và phát triển hệ sinh thái sản phẩm xanh	ThS. Nguyễn Quốc Ninh
12	Đỗ Ngọc	CLCQTL46B	2153401020148	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mỹ phẩm chăm sóc da từ thiên nhiên của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh và kinh nghiệm cho các thương hiệu mỹ phẩm Việt Nam	TS. Nguyễn Minh Đạt

13	Nguyễn Thanh Vy	CLCQTL47B	2253401020302	Phát triển sản phẩm tiêu dùng cho thị trường người cao tuổi tại Thành phố Hồ Chí Minh: Nhu cầu, Xu hướng và Cơ hội.	ThS. Nguyễn Thị Ngọc Duyên
14	Trần Hà Linh	QTL46A2	2153401020150	Đề tài: "Tác động của lãng phí thực phẩm đến hiệu quả kinh doanh của các nhà hàng, quán ăn và khách sạn tại Việt Nam và đề xuất các biện pháp khắc phục"	ThS. Ngô Huỳnh Giang
15	Nguyễn Thành Nam	QTKD47A	2253401010067	Phân tích ảnh hưởng của Internet Marketing đối với người tiêu dùng và thương hiệu VinFast trên địa bàn TP. HCM	Ths. Bành Trần Tường Vân
16	Lê Phan Quỳnh Anh	CLCQTL47A	2253401020015	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH CỦA KHÁCH HÀNG TỪ VIỆC TRẢI NGHIỆM DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI NHÀ HÀNG LÁU HẢI DILAO TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	ThS. Trương Diệu Thảo
17	LÊ THỊ HOÀNG YẾN	QTL46B	2153401020323	Ứng dụng Công nghệ Công nghiệp 4.0 trong Chuyển đổi Xanh và Quản lý Lượng Phát thải Ròng bằng Không Carbon tại Việt Nam: Cơ hội và Thách thức	ThS. Nguyễn Quốc Phong
18	Đỗ Thị Thảo Như	CLCQTL48B	2353401020188	MÔ HÌNH THU HÚT VỐN ĐẦU TƯ VÀO CÁC CẢNG CONTAINER: ỨNG DỤNG PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH THỨ BẬC MỜ (FUZZY AHP)	TS. Hoàng Văn Long
19	Trần Nhã Phương	171-QTKD49B	2453401010143	Nghiên cứu về đạo đức trong truyền thông tại Việt Nam	ThS. Nguyễn Thanh Hoàng Ahh
20	Hoàng Thị Hoài Thanh	QTKD46.2	215401010104	Mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ chatbot AI trong mua sắm trực tuyến	ThS. Lâm Thiều Linh
21	Võ Nguyễn Huyền Trâm	QTL46B2	2153401020267	RỦI RO GIAN LẬN TRONG VIỆC LẬP VÀ TRÌNH BÀY BÁO CÁO TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP	ThS. Nguyễn Thị Ngọc
22	Nguyễn Phương Dung	131-QTL46(A)	2153401020054	Tác động của Influencer Marketing đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng và động lực để người tiêu dùng quyết định trở thành Influencer trong thời đại 4.0 tại Việt Nam.	TS. Lương Công Nguyên