

MẪU LÝ LỊCH KHOA HỌC

(Kèm theo Thông báo số: /TB-ĐHTCM ngày tháng năm 2020 của
Hiệu trưởng trường Đại học Tài chính – Marketing)

LÝ LỊCH KHOA HỌC

I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Họ và tên: HUỖNH TRỊ AN

Giới tính: Nữ

Ngày, tháng, năm sinh: 03/02/1983

Nơi sinh: Tp. HCM

Quê quán: Quảng Nam

Dân tộc: Kinh

Học vị cao nhất: Thạc sĩ

Năm, nước nhận học vị: Năm 2011, Việt Nam

Chức vụ (hiện tại): Giảng viên

Đơn vị công tác (hiện tại): Trường Đại học Tài chính - Marketing

Chỗ ở riêng hoặc địa chỉ liên lạc: 136 Nguyễn Xí, P.26, Q. Bình Thạnh, Tp.HCM

Điện thoại liên hệ: 0909.040.370

Email: huynhan@ufm.edu.vn

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Đại học:

- Bằng đại học 1:

Hệ đào tạo: Chính quy

Nơi đào tạo: Đại học Kinh Tế TP.HCM

Ngành học: Quản trị kinh doanh (chuyên ngành Thương mại)

Nước đào tạo: Việt Nam

Năm tốt nghiệp: 2005

- Bằng đại học 2:

Hệ đào tạo: Chính quy

Nơi đào tạo: Đại học Công nghệ TP.HCM

Ngành học: Ngôn ngữ Anh

Nước đào tạo: Việt Nam

Năm tốt nghiệp: 2014

- Bằng đại học 3: Cử Nhân Chính trị học

Hệ đào tạo: Vừa học vừa làm

Nơi đào tạo: Học viện Báo chí - Tuyên truyền

Ngành học: Chính trị học, chuyên ngành: Quản lý văn hóa - tư tưởng

Nước đào tạo: Việt Nam

Năm tốt nghiệp: 2018

2. Sau đại học

Thạc sĩ chuyên ngành: Thương mại

Năm cấp bằng: 2011

Nơi đào tạo: Đại học Kinh Tế TP.HCM

3. Ngoại ngữ: Anh Văn

Mức độ sử dụng: Thành thạo

Cử nhân Ngôn ngữ Anh

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
12/2005 - 05/2007	Liên Hiệp Hợp Tác Xã Thương Mại TP.HCM (Saigon Co.op)	Giám sát ngành hàng
06/2007 đến 08/2017	Trường Cao đẳng Tài Chính - Hải Quan	Giảng dạy
Từ 08/2017 đến nay	Trường Đại học Tài chính - Marketing	Giảng dạy

IV. QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

1. Các đề tài nghiên cứu khoa học đã và đang tham gia:

TT	Tên đề tài nghiên cứu	Năm bắt đầu/Năm hoàn thành	Đề tài cấp (NN, Bộ, ngành, trường)	Trách nhiệm tham gia trong đề tài
1	Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của cán bộ viên chức trường Đại học Tài chính - Marketing	2018/2020	Đề tài cấp cơ sở và tương đương	Thành viên
2	Tác động của trải nghiệm thương hiệu, chất lượng mối quan hệ đến lòng trung thành thương hiệu trường Đại học: Nghiên cứu trường hợp trường Đại học Tài chính - Marketing	2019/2020	Đề tài cấp cơ sở và tương đương	Thành viên
3	Đo lường mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội, chiến lược marketing xanh đến danh tiếng công ty, ý định mua hàng	2020/2021	Đề tài cấp cơ sở và tương đương	Thành viên

2. Các công trình khoa học đã công bố:

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
1	Giáo trình Marketing căn bản	Năm 2012	NXB Tài Chính chi nhánh tại TP.HCM
2	Nền tảng số - Digital Platform và marketing 4.0	Năm 2018	Hội thảo khoa học Cấp Trường, lưu hành nội bộ “Marketing 4.0”

3	Mua bán và sáp nhập (M&A): một số vấn đề nhân sự cần cân nhắc	Năm 2018	Hội thảo khoa học Cấp Trường, lưu hành nội bộ “Mua bán và sáp nhập (M&A)”
4	Một số vấn đề về Big Data trong marketing 4.0	Năm 2019	Hội thảo khoa học Cấp Bộ, Ngành, Địa phương và Cấp trường được xuất bản (ISBN: 978-604-9858-84-0) “Ứng dụng Công nghệ số trong nghiên cứu Marketing và giải pháp nâng cao chất lượng nhân lực nghiên cứu marketing”
5	Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của viên chức và người lao động Trường Đại học Tài chính – Marketing	Năm 2021	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing (số 62 tháng 04/2021)
6	Mô hình bán lẻ 4.0 không cần thu ngân của Amazon Go và sự thuận tiện mang lại cho khách hàng	Năm 2021	Hội thảo khoa học Cấp Thành phố (ISBN: 978-604-79-2799-9) "Marketing thời đại 4.0"
7	Đo lường mối quan hệ giữa marketing xanh, hình ảnh công ty và ý định mua hàng	Năm 2021	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Marketing (số 66 tháng 12/2021)
8	Gia Định - Sài Gòn - Thành Phố Hồ Chí Minh: Từ miền đất bao dung đến thành phố nghĩa tình	Năm 2021	Hội thảo khoa học Cấp Bộ, Ngành, Địa phương và Cấp trường được xuất bản (ISBN: 978-604-959-979-8) “Xây dựng lối nghĩa tình tại Thành Phố Hồ Chí Minh hiện nay”

TP. HCM, ngày 20 tháng 03 năm 2022

Xác nhận của cơ quan

Người khai ký tên

(Ghi rõ chức danh, học vị)

ThS. Huỳnh Trị An