

LÝ LỊCH KHOA HỌC

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

I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Họ và tên: TRỊNH THỊ HỒNG MINH

Giới tính: Nữ

Ngày, tháng, năm sinh: 02/09/1988

Nơi sinh: Bình Định

Quê quán: Hà Nội

Dân tộc: Kinh

Học vị cao nhất: Thạc sĩ

Năm, nước nhận học vị: 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: 185/57/12 Ngô Chí Quốc, P.Bình Chiểu, Q Thủ Đức, Tp.HCM

Điện thoại liên hệ: 0979 739 000

Email: trinhminh@ufm.edu.vn

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Đại học:

- Bằng đại học: Cử Nhân Kinh Tế

Hệ đào tạo: Chính quy

Nơi đào tạo: ĐH Kinh Tế TP.HCM

Ngành học: Quản Trị Kinh Doanh, chuyên ngành: Thương Mại

Nước đào tạo: Việt Nam

Năm tốt nghiệp: 2010

2. Sau đại học

- Thạc sĩ chuyên ngành: Kinh doanh thương mại

Năm cấp bằng: 2015

Ngành học: Thương Mại

Nơi đào tạo: ĐH Kinh Tế TP.HCM

3. Ngoại ngữ: Tiếng Anh

Mức độ sử dụng: B

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
Từ 9/2010-10/2012	Công ty Cổ phần Scavi Việt Nam	NV Phòng thương mại
Từ 11/2012-08/2017	Trường Cao đẳng Tài Chính - Hải Quan	Giảng dạy
Từ 09/2017 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	Đo lường mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội, chiến lược marketing xanh đến danh tiếng công ty, ý định mua hàng	2021/2021	Đề tài cấp cơ sở Trường Đại học Tài chính - Marketing	Chủ nhiệm đề tài
2	Tìm hiểu ý định sử dụng ví điện tử tại Việt Nam: Mở rộng mô hình TAM với yếu tố lòng tin và sự thích thú	2021/2021	Đề tài cấp cơ sở Trường Đại học Tài chính - Marketing	Thành viên/thư kí
3	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 Trường Đại học Tài chính - Marketing	Thành viên

2. Các công trình khoa học đã công bố:

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí/NXB
1	Xây dựng khung lý thuyết các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tiếp tục học trực tuyến tại các trường đại học Việt Nam	Năm 2022	Tạp chí Công Thương số 2 tháng 2/2022 ISSN: 0866-7756
2	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 ISSN: 1859 – 3690
3	Understanding behavioral intention to use mobile wallets in Vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment	Năm 2021	Cogent Business & Management ISSN: 2331-1975, tháng 8/2021, 8 (1), 1891661.
4	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 ISSN: 1859 – 3690
5	Mối quan hệ giữa giá trị thương hiệu và ý định mua hàng của các thương hiệu Bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam	Năm 2021	Hội thảo khoa học quốc gia Nhà xuất bản Lao động - Xã hội, ISBN: 978-604-325-830-1
6	Quản lý chất lượng toàn diện TQM và các yếu tố đo lường chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại các công ty bảo hiểm nhân thọ	Năm 2020	Hội thảo khoa học quốc gia Nhà xuất bản Lao động - Xã hội, ISBN: 978-604-65-5357-1
7	Hệ thống quản lý chất lượng toàn diện TQM trong các DN BHNT trong thời kỳ CMCN 4.0	Năm 2020	Hội thảo khoa học quốc gia Nhà xuất bản Lao động - Xã hội, ISBN: 978-604-65-5357-1

8	Ứng dụng công nghệ thực tế ảo trong hoạt động marketing	Năm 2019	Hội thảo khoa học Cấp Trường, Đại học Tài chính - Marketing Nhà xuất bản Thanh Niên ISBN: 978-604-9858-84-0
9	Một số ứng dụng của trí tuệ nhân tạo trong marketing	Năm 2019	Hội thảo khoa học Cấp Trường, Đại học Tài chính - Marketing Nhà xuất bản Thanh Niên ISBN: 978-604-9858-84-0

Tp. HCM, ngày 19 tháng 03 năm 2022

Xác nhận của cơ quan

Người khai kí tên

(Ghi rõ chức danh, học vị)



ThS. Trịnh Thị Hồng Minh