

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: NGUYỄN NGỌC HẠNH

Giới tính: Nữ

Ngày, tháng, năm sinh: 22/11/1979

Nơi sinh: Tiền Giang

Quê quán: Tiền Giang

Dân tộc: Kinh

Học vị cao nhất: Thạc sĩ

Năm, nước nhận học vị: 2007

Chức danh khoa học cao nhất:

Năm bổ nhiệm:

Chức vụ (hiện tại hoặc trước khi nghỉ hưu): Giảng viên

Đơn vị công tác (hiện tại hoặc trước khi nghỉ hưu): Khoa Marketing

Chỗ ở riêng hoặc địa chỉ liên lạc: 193/8 Khu phố Đông A – Phường Đông Hòa – TP. Dĩ An – Tỉnh Bình Dương.

Điện thoại liên hệ: CQ:

NR:

DD: 091879179

Fax:

Email: nguyenhnh@ufm.edu.vn

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Đại học:

Hệ đào tạo: Chính quy.; Nơi đào tạo: Đại học Kinh Tế TP. Hồ Chí Minh.; Ngành học: Quản trị kinh doanh .; Nước đào tạo: Việt Nam; Năm tốt nghiệp: 2002.;

Bằng đại học 2: Chính quy; Nơi đào tạo: Đại học Công nghệ TP.Hồ Chí Minh.; Ngành học: Ngôn ngữ Anh .; Nước đào tạo: Việt Nam Năm tốt nghiệp: 2015;

2. Sau đại học

- Thạc sĩ chuyên ngành: Quản trị kinh doanh ; Năm cấp bằng: 2007; Nơi đào tạo: Đại học Kinh Tế TP. Hồ Chí Minh .

- Tiến sĩ chuyên ngành:.....; Năm cấp bằng:.....; Nơi đào tạo:.....;

Tên luận án:....

3. Ngoại ngữ:

1. Tiếng Anh

Mức độ sử dụng: Đọc, viết, nghe, nói

2.

Mức độ sử dụng:

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
1/1/2004 đến 22/11/2005	Bộ môn Quản trị kinh doanh – Cao đẳng Tài chính – Kế toán	Giảng viên

	IV	
23/11/2005 – 31/08/2017	Khoa Quản trị kinh doanh - Cao đẳng Tài chính – Hải quan	Giảng viên
1/9/2017 đến nay	Khoa Marketing - Đại học Tài chính Marketing	Giảng viên

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	ĐH Tài chính - Marketing	Chủ trì
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	ĐH Tài chính - Marketing	Thành viên
3	Ảnh hưởng từ sự hỗ trợ của tổ chức, sự hài lòng và sự căng thẳng trong công việc đến ý định nghỉ việc của nhân viên trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh	2020-2021	ĐH Tài chính - Marketing	Thành viên
4	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	ĐH Tài chính - Marketing	Thành viên

2. Các công trình khoa học đã công bố:

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
1	Xây dựng khung lý thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên khối doanh nghiệp tư nhân	2020	Tạp chí Công Thương

2	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định nghỉ việc của nhân viên khu vực tư nhân tại thành phố Hồ Chí Minh	2019	Tạp chí Kế toán và Kiểm toán
3	Đo lường mối quan hệ giữa marketing xanh, hình ảnh công ty và ý định mua hàng – Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Marketing số 66 (tháng 12/2021)	2021	Tạp chí nghiên cứu Tài chính - Marketing
4	Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của viên chức và người lao động Trường Đại học Tài chính – Marketing (Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing số 62 tháng 04/2021)	2021	Tạp chí nghiên cứu Tài chính - Marketing
5	Impacts of Job Satisfaction, Job Stress, and Organizational Support on Employees' Intention to Quit	2021	Tạp chí khoa học thương mại
6	Ảnh hưởng của sự hài lòng trong công việc, sự căng thẳng trong công việc và sự hỗ trợ của tổ chức đến ý định nghỉ việc của nhân viên	2020	Tạp chí khoa học thương mại

TP, Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 03 năm 2022

Xác nhận của cơ quan

Người khai ký tên

(Ghi rõ chức danh, học vị)



Th.S Nguyễn Ngọc Hạnh