

LÝ LỊCH KHOA HỌC

I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Họ và tên: **NGUYỄN THÁI HÀ**

Giới tính: Nữ

Ngày, tháng, năm sinh: 13/10/1986

Nơi sinh: Gia Lai

Quê quán: TP. Hà Tĩnh, tỉnh, Hà Tĩnh

Dân tộc: Kinh

Học vị cao nhất: Thạc sĩ

Năm, nước nhận học vị: 2013, Việt Nam

Chức danh khoa học cao nhất:

Năm bổ nhiệm:

Chức vụ: Giảng viên

Đơn vị công tác: Khoa Marketing, Trường ĐH Tài chính – Marketing.

Chỗ ở riêng hoặc địa chỉ liên lạc: 201 Lô A, Chung cư Sơn Kỳ, P. Sơn Kỳ, Q. Tân Phú, TP.HCM

Điện thoại liên hệ: CQ: 028.38726789 (số nội bộ: 462)

DD: 0909.296.146

Fax:

Email: nguyenthaiha@ufm.edu.vn

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Đại học:

Hệ đào tạo: Chính quy

Nơi đào tạo: ĐH Tài chính - Marketing

Ngành học: Quản trị kinh doanh/ chuyên ngành Marketing

Nước đào tạo: Việt Nam

Năm tốt nghiệp: 2008

Bằng đại học 2:

Năm tốt nghiệp:

2. Sau đại học

- Thạc sĩ chuyên ngành: Quản trị kinh doanh Năm cấp bằng: 2013

Nơi đào tạo: ĐH Mở TP.HCM

- Tiến sĩ chuyên ngành:

Năm cấp bằng:

Nơi đào tạo:

- Tên luận án:

3. Ngoại ngữ:

1. Anh văn

Mức độ sử dụng: Sử dụng nghiên cứu

2.

Mức độ sử dụng:

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
2008 đến nay	ĐH Tài chính – Marketing	Giảng viên Giảng dạy các môn: - Nguyên lý marketing (Marketing căn bản);

		- Hành vi người tiêu dùng (Hành vi khách hàng); - Quản trị Marketing; - Quản trị chiêu thị; - Quản trị kênh phân phối; - Marketing dịch vụ; - Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong marketing.
--	--	---

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	Ngân hàng đề thi trắc nghiệm cho Công ty TNHH MTV Tổng công ty Tân Cảng Sài Gòn	2012	Trường	Thành viên
2	Đánh giá tác động kinh tế - xã hội đối với Bình Phước sau khi Việt Nam gia nhập WTO, các giải pháp và điều chỉnh các nhiệm vụ cho phù hợp	2012	Tỉnh	Thành viên
3	Xây dựng chương trình đào tạo cao học chuyên ngành Marketing	2014	Trường	Thư ký
4	Bài tập tình huống Marketing căn bản	2014	Trường	Thành viên
5	Xây dựng chương trình đào tạo chuyên ngành Marketing tổng hợp khóa 15	2015	Trường	Thư ký
6	Xây dựng chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị thương hiệu khóa 15	2015	Trường	Thư ký
7	Xây dựng chương trình đào tạo chuyên ngành Marketing tổng hợp – chất lượng cao khóa 15	2015	Trường	Thư ký
8	Chiến lược Marketing địa phương Tỉnh Vĩnh Long đến năm 2020	2015	Tỉnh	Thành viên
9	Chiến lược Marketing địa phương Tỉnh Bình Dương	2016	Tỉnh	Thành viên

10	Tự đánh giá chương trình đào tạo: quản trị marketing theo tiêu chuẩn AUN-QA (phiên bản 2.0)	2016	Trường	Thành viên
11	Tự đánh giá chương trình đào tạo: quản trị marketing theo tiêu chuẩn AUN-QA (phiên bản 3.0)	2016	Trường	Thành viên
12	Phân tích chuỗi giá trị và đề xuất giải pháp phát triển bền vững cây nhãn huyện Châu Thành tỉnh Đồng Tháp	2016	Tỉnh	Thành viên
13	Ngân hàng đề thi trắc nghiệm môn Hành vi khách hàng	2017	Trường	Thành viên
14	Thực trạng hoạt động Digital Marketing của doanh nghiệp giai đoạn 2010-2015 và dự kiến giai đoạn 2016-2020	2017	Trường	Thành viên
15	Giáo trình: Nhượng quyền thương hiệu	2018	Trường	Thư ký/ Thành viên
16	Đánh giá chất lượng sinh viên tốt nghiệp dưới góc nhìn của người sử dụng lao động: Nghiên cứu trường hợp ngành Marketing của Đại học Tài chính – Marketing	2019	Trường	Thành viên
17	Nghiên cứu khảo sát cựu sinh viên về chương trình đào tạo cử nhân Quản trị Marketing	2019	Trường	Thành viên
18	Giáo trình: Hành vi người tiêu dùng	2020	Trường	Thành viên
19	Sách chuyên khảo: Giáo dục đại học trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (ISBN 978-604-73-7784-8)	2020	ĐH Quốc gia TP.HCM	Thành viên tham gia viết bài

2. Các công trình khoa học đã công bố:

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
1	Giáo trình: Quản trị kênh phân phối	2014	TP. HCM

2	Chương trình đào tạo quốc tế cần theo hướng tương đồng và khác biệt	2014	Trường ĐH Tài chính – Marketing (Hội thảo ngày 15/7/2014)
3	Yếu tố ảnh hưởng đến thu hút dân cư và lao động	2014	Marketing địa phương Tỉnh Vĩnh Long (Hội thảo ngày 11/7/2014)
4	Cơ hội, thách thức và nhu cầu nguồn nhân lực việt nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế	2015	Hội thảo “Hoạt động sản xuất kinh doanh và hoạt động đào tạo trước thềm hội nhập kinh tế Asean”
5	Nhu cầu nguồn nhân lực ngành marketing trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế	2015	Hội thảo “Học Marketing, làm Marketing trong bối cảnh AEC và hội nhập quốc tế”
6	Thách thức và cơ hội đối với internet marketer	2015	Hội thảo “Marketing – Nghề quen hay lạ”
7	Marketing xã hội của doanh nghiệp và hiệu suất marketing của doanh nghiệp	2015	Hội thảo “Marketing – Nghề quen hay lạ”
8	Tình hình dân cư, lao động và thu hút dân cư và lao động chất lượng cao tại tỉnh Vĩnh Long	2015	Hội thảo khoa học tỉnh Vĩnh Long
9	Chiến lược Marketing địa phương nhằm thu hút dân cư và lao động chất lượng cao của tỉnh Vĩnh Long	2015	Hội thảo khoa học tỉnh Vĩnh Long
10	Thực trạng thu hút dân cư và lao động của tỉnh Vĩnh Long; nhận dạng vấn đề cơ bản trong thu hút dân cư và lao động tại Vĩnh Long	2015	Hội thảo khoa học tỉnh Vĩnh Long
11	Tác động mặt trái của việc thu hút dân cư tại địa phương	2015	Hội thảo khoa học tỉnh Vĩnh Long
12	Giải pháp và kế hoạch thực hiện marketing địa phương tỉnh Vĩnh Long thu hút dân cư và lao động chất lượng cao	2015	Hội thảo khoa học tỉnh Vĩnh Long
13	Mô hình chiến lược Marketing địa phương nhằm thu hút dân cư và lao động trình độ cao tại Tỉnh Vĩnh Long	2015	Tạp chí Trường Đại học Tài chính – Marketing, số 26, năm 2015, Đại học Tài chính – Marketing (ISSN 1859 – 3690)

14	Những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn ngành học của sinh viên khối ngành kinh doanh và quản lý tại TP.HCM	2015	Tạp chí Trường Đại học Tài chính – Marketing, số 27, năm 2015, Đại học Tài chính – Marketing (ISSN 1859 – 3690)
15	Đào tạo nguồn nhân lực trong lĩnh vực Digital marketing	2016	Hội thảo Trường ĐH Tài chính – Marketing “Việt Nam Digital Marketing 2016 – Tiềm năng và triển vọng đến 2020”
16	Digital marketing - Xu hướng mới cho các doanh nghiệp hiện nay	2016	Hội thảo Trường ĐH Tài chính – Marketing “Việt Nam Digital Marketing 2016 – Tiềm năng và triển vọng đến 2020”
17	Cơ sở lý luận và kinh nghiệm Marketing địa phương nhằm thu hút dân cư và lao động	2016	Hội thảo khoa học tỉnh Bình Dương
18	Yếu tố ảnh hưởng đến thu hút dân cư và lao động tỉnh Bình Dương	2016	Hội thảo khoa học tỉnh Bình Dương
19	Chiến lược Marketing địa phương nhằm thu hút dân cư và lao động chất lượng cao của tỉnh Bình Dương	2016	Hội thảo khoa học tỉnh Bình Dương
20	Tình hình dân cư, lao động và thu hút dân cư và lao động chất lượng cao tại tỉnh Bình Dương	2016	Hội thảo khoa học tỉnh Bình Dương
21	Cơ hội và thách thức đối với sinh viên TP.HCM khi Việt Nam gia nhập cộng đồng kinh tế Asean	2016	Bản tin khoa học trẻ, số 2 (4) – 2016, Trung tâm phát triển Khoa học và Công nghệ trẻ, (ISSN 2354 – 1105)
22	Trách nhiệm xã hội và lợi ích doanh nghiệp	2017	Hội thảo “Đạo đức trong Marketing – Thách thức của doanh nghiệp trong kỷ nguyên hội nhập”
23	Vấn đề xây dựng thương hiệu với các doanh nghiệp khởi nghiệp	2017	Hội thảo Trường ĐH Tài chính – Marketing “Xây dựng và bảo vệ thương hiệu”
24	Vấn đề khởi nghiệp của sinh viên và vai trò của các đơn vị đào tạo	2018	Hội thảo “Khởi nghiệp trong Marketing”

25	Khảo sát cựu sinh viên về chương trình đào tạo cử nhân quản trị marketing	2018	Hội thảo cấp trường về công tác đảm bảo chất lượng
26	Khảo sát đánh giá chất lượng cử nhân quản trị marketing của Trường Đại học Tài chính - Marketing dưới góc nhìn của người sử dụng lao động	2018	Hội thảo cấp trường về công tác đảm bảo chất lượng
27	Nghiên cứu marketing qua mạng xã hội: nguồn dữ liệu và phương pháp.	2019	Hội thảo cấp trường, chủ đề “Ứng dụng Công nghệ số trong nghiên cứu Marketing & Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nghiên cứu marketing cho doanh nghiệp”
28	Ứng dụng big data trong phân tích khách hàng.	2019	Hội thảo cấp trường, chủ đề “Ứng dụng Công nghệ số trong nghiên cứu Marketing & Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nghiên cứu marketing cho doanh nghiệp”
29	Tiêu dùng xanh – Xu hướng phát triển bền vững	2019	Hội thảo cấp khoa, chủ đề “Marketing xanh - Hướng phát triển bền vững cho doanh nghiệp”
30	Đánh giá chất lượng sinh viên tốt nghiệp dưới góc nhìn của người sử dụng lao động: Nghiên cứu trường hợp ngành Marketing của Trường Đại học Tài chính-Marketing	2019	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing, Số 51, Tháng 06/2019
31	Nghiên cứu giá trị cảm nhận của người tiêu dùng đối với các chuỗi cửa hàng cà phê nội địa tại TP.HCM.	2019	Tạp chí Phát Triển & Hội Nhập, Số 49, Tháng 11 & 12/2019
32	Nghiên cứu sự ảnh hưởng của công nghệ thông tin đến kết quả học tập của sinh viên khối ngành kinh doanh quản lý tại TP.HCM	2019	Hội thảo quốc tế “Giáo dục đại học trong cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0” do Trường ĐH An Giang – ĐH Quốc gia TP.HCM tổ chức

33	Cơ hội và thách thức trong lĩnh vực giáo dục, đào tạo tại Việt Nam hiện nay	2020	Hội thảo cấp khoa, chủ đề “Đổi mới giảng dạy và đánh giá ngành Marketing theo định hướng ứng dụng”
34	Truyền thông Marketing tích hợp – Khái niệm, thực tiễn và những thách thức mới	2020	Hội thảo cấp trường, chủ đề “Truyền thông Marketing trong thời đại 4.0”
35	Công nghệ thông tin trong giáo dục đại học theo định hướng ứng dụng	2021	Hội thảo cấp khoa, chủ đề “Đào tạo định hướng ứng dụng và khởi nghiệp”
36	E-commerce Adoption in Distribution: An Empirical Study on Household Businesses in Food and Beverage Industry	2022	Journal of Distribution Science Volume 20 Issue 2/Pages.65-77/2022/1738-3110(pISSN)/2093-7717(eISSN)

Xác nhận của cơ quan

TP. Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 3 năm 2022

Người khai ký tên



Ths. Nguyễn Thái Hà