

I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Giới tính: Nữ

Nơi sinh: Đồng Tháp

Dân tộc: Kinh

Năm, nước nhân học vi: 2014

Năm bổ² nhiệm:

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

Đơn vị công tác (hiện tại hoặc trước khi nghỉ hưu): Khoa Quản trị kinh doanh,
Trường Đại học Tài chính – Marketing

Chỗ ở riêng hoặc địa chỉ liên lạc: A6 1.18 Ehome3, 103 Hồ Học Lãm, An Lạc, Bình Tân, TPHCM

DĐ: 0934344700

Email: tvtrang@ufm.edu.vn

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Đại học:

Hệ đào tạo: Chính quy; Nơi đào tạo: Trường ĐH Hùng Vương TPHCM; Ngành học: Quản trị kinh doanh quốc tế; Nước đào tạo: Việt Nam; Năm tốt nghiệp: 2008;

2. Sau đại học

- Thạc sĩ chuyên ngành: Kinh tế Tài chính- Ngân hàng; Năm cấp bằng: 2014; Nơi đào tạo: Trường ĐH Kinh tế-Luật, ĐHQG TP HCM

Mức độ sử dụng: phổ thông

Mức độ sử dụng:

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
2017-nay	Khoa Quản trị kinh doanh, Trường ĐH 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,	Trách nhiệm tham gia trong đề tài
----	-----------------------	----------------------------	----------------------------	-----------------------------------

			trường)	
1	“Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng ứng dụng đặt thức ăn trực tuyến của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh”	2020-2021	Cấp trường	Chủ nhiệm

2. Các công trình khoa học đã công bố:

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
1	Bài báo: “Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ứng dụng đặt thức ăn trực tuyến của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh”	Vol 65, số 5, tháng 10, năm 2021	Tạp chí nghiên cứu Tài chính – Marketing
2	Bài báo: “Adoption of Supply Chain Model to Improve Terminal Device Distribution at Mobifone: Evidence from Vietnam”	Vol 9, Issue 1, 2021	International Journal of Economics and Business Administration
3	Bài báo: “Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sách trực tuyến của sinh viên Trường Đại học Tài chính – Marketing trên trang thương mại điện tử Tiki”	Số 4, tháng 2, năm 2021	Tạp chí Công thương
4	Bài báo “The impacts of consumer value and brand identification on brand loyalty and electronic word of mouth: the case of smartphone market in Ho Chi Minh City”	Vol 20, Số 2, 2020	Tạp chí quản lý và kinh tế quốc tế
5	Bài báo: “Emotional exhaustion: how does it relate to work engagement?”	Vol 18, Số 12.1, 2020	Tạp chí Khoa học và công nghệ
6	Giáo trình Quản trị kinh doanh quốc tế (Thành viên)	Năm 2021	Nhà xuất bản Tài chính
7	Tác động của trải nghiệm thương hiệu, sự hài lòng và niềm tin với thương hiệu đến trung thành thương hiệu: Vai trò trung gian của tình yêu thương hiệu	số 66 (tháng 12/2021)	Tạp chí nghiên cứu Tài chính – Marketing

TPHCM, ngày 23 tháng 03 năm 2022

Xác nhận của cơ quan

Người khai ký tên

(Ghi rõ chức danh, học vị)



Th.S Tiêu Vân Trang

