

MẪU LÝ LỊCH KHOA HỌC

(Kèm theo Thông báo số: /TB-DHTCM 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: TRẦN THỂ NAM

Giới tính: Nam

Ngày, tháng, năm sinh: 24/07/1977

Nơi sinh: Hà Nam

Quê quán: Hà Nam

Dân tộc: Kinh

Học vị cao nhất: Tiến sỹ Năm, nước nhận học vị: 2021, Việt Nam

Chức danh khoa học cao nhất: Tiến sỹ Năm bổ nhiệm: 2021

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: 39/4/27 Huỳnh Văn Bánh, P.17, Q.Phú Nhuận, TP.HCM

Điện thoại liên hệ: CQ:NR:DD: 0366919293

Fax: E-mail: tranthenam@ufm.edu.vn

Số CCCD: 035077010560

Ngày cấp: 10/05/2021

Nơi cấp: Cục cảnh sát quản lý hành chính về trật tự xã hội

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Đại học:

Hệ đào tạo: Chính quy tập trung

Nơi đào tạo: Đại học Kinh tế Tp.HCM

Ngành học: Quản trị kinh doanh

Nước đào tạo: Việt Nam

Năm tốt nghiệp: 1999

2. Sau đại học

- Thạc sỹ chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Năm cấp bằng: 2002

Nơi đào tạo: CFVG, Việt Nam

- Thạc sỹ chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Năm cấp bằng: 2002

Nơi đào tạo: AIT, Thái Lan

- Tiến sỹ chuyên ngành: Quản trị kinh doanh; Năm cấp bằng: 2021

Nơi đào tạo: Trường Đại học Mở Tp. Hồ Chí Minh

- Tên luận án: Nghiên cứu ảnh hưởng của sự đồng cảm đến hành vi hướng đến khách hàng và hành vi công dân trong tổ chức của nhân viên giao dịch

3. Ngoại ngữ: 1. Anh Văn

Mức độ sử dụng: IELTS 6.5; CEFR C1

2. Pháp Văn

Mức độ sử dụng: Trung bình

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
2002 – 2007	Công ty bảo hiểm nhân thọ Prudential	Quản lý đại lý
2007 – 2012	Công ty chứng khoán ACBS	Dịch vụ chứng khoán
1/3/2012 đến nay	Trường 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 hoàn thành	Đề tài cấp (NN, Bộ, ngành, trường)	Trách nhiệm tham gia trong đề tài
1	Bài giảng Quản trị quan hệ khách hàng	2016	Trường	Thành viên
2	Giáo trình Quản trị xúc tiến thương mại	2021	Trường	Thành viên
3	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	2021	Trường	Thành viên
4	Ảnh hưởng của trí tuệ cảm xúc, ý định nghỉ việc và sự hài lòng với công việc đến sự gắn kết và lòng trung thành của nhân viên trong ngành bán lẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh	2021	Trường	Thành viên
5	Ảnh hưởng từ sự hỗ trợ của tổ chức, sự hài lòng và sự căng thẳng trong công việc đến ý	2021	Trường	Chủ nhiệm

	định nghỉ việc của nhân viên trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh			
6	Xây dựng phòng mô phỏng thực hành Quản trị bán hàng	2021	Trưởng	Thành viên

2. Các công trình khoa học đã công bố:

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
1	The effect of job fit, life satisfaction to job satisfaction, intention to quit through work engagement	2019	The international conference “The international conference on management and business” 6 th December 2019, Da Nang, Vietnam
2	Cell phone in workplace: a study about antecedents and consequences of employees’ mobile technology usage in Hochiminh city	2019	The international conference “The international conference on management and business” 6 th December 2019, Da Nang, Vietnam
3	Ảnh hưởng của sự đồng cảm đến hành vi công dân trong tổ chức, sự kiệt sức và sự gắn kết với công việc của người lao động	2020	Tạp chí Phát triển & Hội nhập – Đại học Kinh tế - Tài chính
4	Ảnh hưởng của sự đồng cảm, hành vi hướng đến khách hàng của nhân viên giao dịch đến sự hài lòng của khách hàng	2020	Tạp chí Khoa học Đại học Mở Tp.HCM
5	Impacts of brand experience on trust, loyalty, satisfaction, willingness to pay a price premium of customers: The case of Hochiminh city cosmetic market	2020	The international conference “The 3 rd ICEBT 2020” 25 th July 2020, HCMC, Vietnam
6	Impacts of employee engagement and self-	2020	The international conference “The 3 rd ICEBT 2020”

	efficacy on customer-oriented behavior: the moderating effects of perceived organizational support and of perceived supervisor support		25 th July 2020, HCMC, Vietnam
7	Brand experience: A research about brand experience of customers at Gogi restaurant in Hochiminh city	2020	Tạp chí Khoa học và Công nghệ (Đại học Đà Nẵng)
8	Impacts of consumer value and brand identification on brand loyalty and electronic word of mouth the case of smartphones' market in Ho Chi Minh city	2020	Tạp chí Quản lý và kinh tế quốc tế (Đại học Ngoại thương)
9	Ảnh hưởng của sự hài lòng trong công việc, 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 (Đại học Thương mại)
10	Emotional exhaustion: How does it relate to work engagement	2020	Tạp chí Khoa học và Công nghệ (Đại học Đà Nẵng)
11	Impacts of passion with job, perceived justice on OCB and creative behavior	2021	Tạp chí Khoa học Đại học Mở Tp.HCM
12	Impacts of job satisfaction, job stress, and organizational support on employees'intention to quit	2021	Tạp chí Khoa học Thương mại (Đại học Thương mại)
13	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	2021	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Marketing (Đại học Tài chính Marketing)
14	Ảnh hưởng của trí tuệ cảm xúc, ý định nghỉ việc và sự hài lòng với công việc đến sự cam kết và lòng trung	2021	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Marketing (Đại học Tài chính Marketing)

	thành của nhân viên trong ngành bán lẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh		
--	--	--	--

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 21 tháng 03 năm 2022

Xác nhận của cơ quan

Người khai ký tên
(Ghi rõ chức danh, học vị)

Tiến sĩ Trần Thế Nam