

Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

LÝ LỊCH KHOA HỌC

(Kèm Theo Thông tư số:173//TB-ĐHTCM ngày 24 tháng 2 năm 2020

của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính - Marketing)

I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Họ và tên: Nguyễn Xuân Hiệp

Giới tính: Nam

Ngày tháng năm sinh: 20-4-1966

Nơi sinh: Nghệ An

Quê quán: Nghệ An

Dân tộc: Kinh

Học vị cao nhất: Tiến sĩ

Năm, nước nhận học vị: 2012 - Việt Nam

Chức danh khoa học cao nhất:

Chức vụ hiện tại: Trưởng Khoa

Đơn vị hiện tại: Khoa Thương mại, Trường Đại học Tài Chính – Marketing

Chỗ ở riêng hoặc địa chỉ liên lạc: 28 Trần Cao Vân, P. 6, Quận 3, TP. HCM

Điện thoại cơ quan:

Điện thoại di động: 0908 880 839

E-mail: nxhiep@ufm.edu.vn

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1.Đại học

Hệ đào tạo: Chính quy tập trung

Nơi đào tạo: Trường Đại học Thủy sản Nha Trang (nay là Trường Đại học Nha Trang)

Ngành học: Kinh tế

Nước đào tạo: Việt Nam

Năm tốt nghiệp: 1990

Bằng đại học thứ hai: Cử nhân Luật

Năm tốt nghiệp: 2005

2. Sau đại học

- Thạc sĩ chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Năm cấp bằng: 2005

Nơi đào tạo: Trường Đại học Kinh tế TP. HCM

- Tiến sĩ chuyên ngành: Kinh doanh và Quản lý

Năm cấp bằng: 2012

Nơi đào tạo: Trường Đại học Kinh tế TP. HCM

Tên Luận án: Nâng cao lợi thế cạnh tranh cho các siêu thị tại TP. HCM giai đoạn 2011 – 2020

3. Ngoại ngữ: Tiếng Anh

Mức độ sử dụng: đọc hiểu

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
1991 - 1998	Tổng công ty Dầu tầm tơ Việt Nam	Cán bộ Phòng kế hoạch
1998 - 2004	Trường Đại học Thủy sản Nha Trang	Giảng viên
2004 - 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 bắt đầu /năm hoàn thành	Đề tài cấp (NN, Bộ, ngành, trường)	Trách nhiệm tham gia
1	Nghiên cứu một số giải pháp tài trợ vốn dưới hình thức cho thuê tài chính cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa TP. Hồ Chí Minh	2005- 2006	Cấp bộ	Thành viên
2	Đánh giá hiện trạng hoạt động của các doanh nghiệp TP. Cần Thơ trong lĩnh vực thương mại – dịch vụ đối chiếu với yêu cầu của WTO và lộ trình phát triển đến năm 2020	2006- 2007	Cấp tỉnh	Thành viên
3	Xây dựng chương trình và nội dung đào tạo ngành Kinh doanh quốc tế - Chuyên ngành Thương mại quốc tế	2008- 2009	Cấp trường	Thành viên
4	Nghiên cứu các yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn thương hiệu sữa cho em bé của người dân TP. Hồ Chí Minh	20011-2012	Cấp trường	Thành viên
5	Xây dựng chương trình và nội dung đào tạo ngành Kinh doanh quốc tế - Chuyên ngành Quản trị kinh doanh quốc tế	20011-2012	Cấp trường	Thành viên
6	Ảnh hưởng của thực tiễn quản trị nguồn nhân lực đến sự hài lòng của nhân viên và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp – Nghiên cứu trường hợp VNPT Đồng Nai	2013 - 2014	Cấp trường	Thành viên

2. Các Công trình khoa học (bài báo) đã công bố

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
1	Các công ty kinh doanh Gas trong nước cơ hội và thách thức trong những năm tới; Tạp chí phát triển kinh tế Trường Đại học Kinh tế TP. HCM	2005	Tạp Chí phát triển kinh tế, Trường ĐH Kinh tế TP. HCM
2	Tái cấu trúc nền kinh tế Việt Nam nhìn từ góc độ lý thuyết lợi thế cạnh tranh của Michel E. Porter; số tháng 3/2010	2007	Tạp Chí phát triển kinh tế, Trường ĐH Kinh tế TP. HCM
3	Đổi mới phương pháp giảng dạy – Giải pháp cấp thiết đảm bảo chất lượng đào tạo ở bậc đại học đáp ứng nhu cầu xã hội	2011	Tạp chí Nghiên cứu Tài Chính – Marketing, Trường ĐH Tài chính- Marketing

4	Phát triển hệ thống siêu thị tại TP. HCM trong bối cảnh hội nhập nhìn từ góc độ lợi thế cạnh tranh	2011	Tạp chí Nghiên cứu Tài Chính – Marketing, Trường ĐH Tài chính- Marketing
5	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn thương hiệu sữa cho em bé của người dân TP. Hồ Chí Minh	2012	Tạp chí Nghiên cứu Tài Chính – Marketing, Trường ĐH Tài chính- Marketing
6	TPP và triển vọng của TPP từ góc nhìn lợi ích kinh tế và địa chính trị	2014	Tạp chí Nghiên cứu Tài Chính – Marketing, Trường ĐH Tài chính- Marketing
7	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên: Nghiên cứu trường hợp sinh viên các trường đại học tại TP. HCM	2014	Tạp chí Nghiên cứu Tài Chính – Marketing, Trường ĐH Tài chính- Marketing
8	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm qua mạng xã hội Zalo	2016	Tạp chí Tài chính Bộ Tài chính, số 637
9	Ảnh hưởng của năng lực học tập của tổ chức đến sự hài lòng công việc của nhân viên: Trường hợp các doanh nghiệp công nghệ thông tin tại TP. HCM	2016	Tạp chí Kinh tế & Phát triển số 228
10	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến du lịch: Trường hợp điểm đến TP. HCM	2016	Tạp chí Phát triển kinh tế, số 9, tháng 9/2016
11	Mối quan hệ giữa thực tiễn quản trị nguồn nhân lực; sự hài lòng của nhân viên và kết quả kinh doanh trong các doanh nghiệp nhà nước – Nghiên cứu trường hợp các doanh nghiệp VNPT	2017	Tạp chí Nghiên cứu Tài Chính – Marketing, Trường ĐH Tài chính- Marketing, số 37&38, tháng 1/2017
12	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế của các trường đại học tại TP. HCM	2019	Tạp chí Nghiên cứu Tài Chính – Marketing, Trường ĐH Tài chính- Marketing, số 51, tháng 6/2019
13	Matching supply and demand: Challenges and opportunities in business-to-business (B2B) firms	2019	European Research on Management and Business Economics. Vol. 4, Iss. 5., August 2019.
14	Tác động của nhận thức rủi ro đến quyết định mua sắm trực tuyến của người dân tại T. HCM	2020	Tạp chí Nghiên cứu Tài Chính – Marketing, Trường ĐH Tài chính- Marketing, số 60, 12/2020
15	Mobile wallet behavioral intention a development countries perspective empirical	2020	Academy of Management Perspectives (AMP)-ISSN 1558-9080. Vol. 34, Iss. 5,

	research		November 2020-acaoma.org
16	Determinants of Implementation of Enterprise Resource Planning System: A Case Study in Vietnam	2021	Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 4 (2021) 0501–0506

Xác nhận của cơ quan

TP. Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2022

Người khai

TS. Nguyễn Xuân Hiệp