

**LỊCH VÀ DANH SÁCH SINH VIÊN BẢO VỆ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
HỆ ĐẠI HỌC CHÍNH QUY CHƯƠNG TRÌNH TIẾNG ANH BÁN PHẦN
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH - ĐỢT 2 NH 2025-2026**

- Sinh viên có mặt tại phòng hội đồng trước 30 phút để hoàn tất công việc chuẩn bị máy vi tính, thiết bị.
- Sinh viên mang theo thẻ sinh viên hoặc giấy tờ tùy thân có dán hình để kiểm tra.

STT	MÃ SỐ SV	HỌ VÀ TÊN SV	LỚP SH	TÊN KHÓA LUẬN	GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN	NGÀY	GIỜ	PHÒNG	CS
1	050610220037	Nguyễn Phương Anh	HQ10-GE04	Ảnh hưởng của trải nghiệm AI cá nhân hóa đến ý định mua mỹ phẩm trên sàn thương mại điện tử Shopee của khách hàng Gen Z	PGS.TS. Đặng Trương Thanh Nhân	08/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
2	050610220116	Nguyễn Thị Hải Dương	HQ10-GE15	Ảnh hưởng của hội chứng sợ bỏ lỡ (FOMO) đến hành vi mua hàng ngẫu hứng sản phẩm trang điểm trong livestream trên TikTok của sinh viên nữ tại TP. Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Phúc Quý Thanh	08/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
3	050610220194	Thân Khánh Hồng	HQ10-GE03	Ảnh hưởng của các yếu tố liên quan đến quảng cáo cá nhân hoá tới hành vi né tránh thương hiệu của Gen Z trên Tiktok tại Tp.HCM: Vai trò trung gian của sự bức bối và sự hoài nghi	PGS.TS. Đặng Trương Thanh Nhân	08/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
4	050610220985	Hà Tuấn Khanh	HQ10-GE18	Ảnh hưởng của tẩy xanh (greenwashing) đến ý định mua các thương hiệu thời trang bền vững của người tiêu dùng trẻ tại TP. Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Trọng Hưng	08/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
5	050610220787	Đặng Trần Phương Anh	HQ10-GE15	Ảnh hưởng của Digital Marketing đối với hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp thời trang Việt Nam	PGS.TS. Trần Văn Đạt	08/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
6	050610220799	Nguyễn Thị Lan Anh	HQ10-GE14	Nâng cao sự gắn bó của nhân viên ngành ô tô tại Thành phố Hồ Chí Minh: Nghiên cứu các yếu tố tác động và hàm ý quản trị	PGS.TS. Nguyễn Văn Thích	08/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
7	050610220884	Nguyễn Thành Đạt	HQ10-GE04	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của thái độ và vai trò điều tiết của niềm tin	TS. Nguyễn Kim Nam	08/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
8	050610220151	Phạm Ngô Ngọc Hạnh	HQ10-GE15	The Impact of AI-Based Recommendation Experience on Consumer Purchase Decision on Social Media Platforms	TS. Trần Ngọc Thiện Thy	08/06/2026	13g30	405	36 TTĐ
9	050610220805	Phan Thị Lan Anh	HQ10-GE19	Factor Influencing Intention to Buy Cosmetics Through Shopee Video: The Case of Gen Z in Thu Duc Ward, Ho Chi Minh City	TS. Phạm Hương Diên	08/06/2026	13g30	405	36 TTĐ

10	050610221051	Võ Mai Thế	Long	HQ10-GE19	Factors influencing the intention to apply Digital Twin in optimizing business models in Gen Z startups in Ho Chi Minh City	TS. Nguyễn Kim Nam	08/06/2026	13g30	405	36 TTĐ
11	050610221132	Lê Hồng	Ngọc	HQ10-GE18	Determinants of Perceived Service Quality and Passenger Satisfaction in Urban Metro Systems: Evidence from Ho Chi Minh City	TS. Lê Minh Hiếu	08/06/2026	13g30	405	36 TTĐ
12	050610220499	Nguyễn Hải Xuân	Quỳnh	HQ10-GE14	An Investigation Into Factors Influencing Students' Decision To Continue Using The GrabFood Online Food Delivery Application In Ho Chi Minh City: The Mediating Role Of Attitude	PGS.TS. Đặng Trương Thanh Nhân	08/06/2026	13g30	405	36 TTĐ
13	050610220546	Lưu Nguyễn Thanh	Thảo	HQ10-GE18	The impact of last-mile delivery service factors on Gen Z loyalty: The case of Ho Chi Minh City	TS. Nguyễn Phúc Quý Thanh	08/06/2026	13g30	405	36 TTĐ
14	050610220853	Hoàng Hương	Dịu	HQ10-GE17	Ảnh hưởng của Nghệ sĩ K-POP đến Ý định mua sản phẩm thời trang thương hiệu LSOUL của Thế hệ Z tại Thành phố Hồ Chí Minh.	PGS.TS. Trương Đình Thái	08/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
15	050610220186	Nguyễn Xuân	Hòa	HQ10-GE16	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của thế hệ Z đối với chất lượng dịch vụ xe buýt điện, vai trò của công nghệ và nhận thức môi trường.	PGS.TS. Nguyễn Văn Thích	08/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
16	050609211986	Mai Gia	Khiêm	HQ9-GE04	Các yếu tố ảnh hưởng đến việc ra quyết định thay đổi môi trường làm việc của Gen Z trên địa bàn TP. Thủ Đức	TS. Nguyễn Trọng Hưng	08/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
17	050610220252	Nguyễn Tuấn	Kiệt	HQ10-GE18	Ảnh hưởng của nội dung do người dùng tạo ra đến ý định du lịch xanh của Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh	PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng	08/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
18	050610220298	Lương Đình	Minh	HQ10-GE03	Tác động của tiếp thị liên kết đến hành vi mua sắm của sinh viên TP.HCM trên nền tảng Tiktok.	TS. Nguyễn Trần Hồng Vân	08/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
19	050610221124	Châu Nguyễn Anh	Nghi	HQ10-GE18	Tác động của việc giảm giá chớp nhoáng đối với việc mua sắm bốc đồng trên các sàn thương mại điện tử	TS. Nguyễn Trọng Hưng	08/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
20	050610220053	Hoàng Mai	Ánh	HQ10-GE16	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhóm khách hàng trẻ đối với dịch vụ của chuỗi cửa hàng Highlands Coffee tại địa bàn phường Thủ Đức - Thành phố Hồ Chí Minh	TS. Đinh Thu Quỳnh	09/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
21	050610220874	Trần Bùi Xuân	Duyên	HQ10-GE14	Ảnh hưởng của nội dung video quảng cáo sản phẩm thời trang trên TikTok đến hành vi mua sắm của Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Tuấn Đạt	09/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
22	050610220197	Ngô Quang	Hùng	HQ10-GE18	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua lặp lại trực tuyến hàng điện tử của người tiêu dùng trẻ tại Phường Thủ Đức, thành phố Hồ Chí Minh	TS. Phạm Hương Diên	09/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
23	050610220234	Nguyễn Đăng	Khánh	HQ10-GE04	Sự hài lòng trong trải nghiệm ẩm thực và ý định hành vi sau dùng bữa của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò điều tiết của loại hình nhà hàng	TS. Lê Minh Hiếu	09/06/2026	8g00	B2.903	TĐ

24	050610221040	Trần Mai Phương	Linh	HQ10-GE15	Các yếu tố tác động đến quyết định sử dụng ứng dụng giao đồ ăn của sinh viên Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM	TS. Nguyễn Phúc Quý Thanh	09/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
25	050608200442	Nguyễn Vũ	Mẫn	HQ8-GE13	Nghiên cứu tác động của trách nhiệm xã hội (CSR) trong chiến lược Marketing của thương hiệu Bitis's đến ý định mua hàng của sinh viên Đại học Ngân hàng TP.HCM	TS. Nguyễn Trọng Hưng	09/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
26	050610220082	Nguyễn Mỹ	Chi	HQ10-GE16	Các nhân tố tác động đến ý định sử dụng Chatbot AI trong học tập và nghiên cứu của sinh viên thành phố Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân	09/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
27	050610220854	Lê Minh	Duẩn	HQ10-GE16	Hành vi sử dụng ChatGPT trong giáo dục đại học: Nghiên cứu về sự chấp nhận và sử dụng công nghệ của sinh viên	TS. Lê Minh Hiếu	09/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
28	050610220951	Huỳnh Lê Thanh	Huy	HQ10-GE14	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng xe máy điện của Thế hệ Z ở TP.HCM	TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân	09/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
29	050610220286	Trịnh Đạt	Lợi	HQ10-GE16	Các yếu tố tác động đến ý định mua sản phẩm xanh của khách hàng thế hệ Z tại Thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của Thái độ và Niềm tin xanh	TS. Nguyễn Kim Nam	09/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
30	050610220352	Lữ Thị Hồng	Ngọc	HQ10-GE18	Tác động của hành vi rối loạn mua sắm cưỡng chế đến quyết định mua sắm trực tuyến của sinh viên Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh trên nền tảng Shopee	TS. Châu Đình Linh	09/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
31	050610220185	Phạm Thị Phương	Hoa	HQ10-GE15	Trình độ hiểu biết về tài chính và sự hài lòng của người tiêu dùng ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ mua trước trả sau của Gen Z tại thành phố Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Trần Hồng Vân	09/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
32	050610221078	Lý Nhật	Minh	HQ10-GE17	The influence of ESG factors on Customer Satisfaction in Vietcombank's Digital Banking Services	PGS.TS. Nguyễn Văn Thích	10/06/2026	8g00	407	36 TTĐ
33	050609211978	Huỳnh Trịnh	Khang	HQ9-GE04	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng và ý định quay lại Hà Nội du lịch của GenZ tại Tp. Hồ Chí Minh	TS. Bùi Đức Sinh	10/06/2026	8g00	407	36 TTĐ
34	050610221065	Huỳnh Ngọc	Mai	HQ10-GE03	Ảnh hưởng của Jomo đến hành vi mua sắm bốc đồng các sản phẩm thời trang trên Tiktok của gen Z tại thành phố Hồ Chí Minh	TS. Đậu Thị Mai Liên	10/06/2026	8g00	407	36 TTĐ
35	050610221123	Võ Xuân	Ngân	HQ10-GE19	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng trí tuệ nhân tạo tạo sinh trong sáng tạo nội dung marketing của sinh viên khối ngành kinh tế trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân	10/06/2026	8g00	407	36 TTĐ
36	050610221207	Nguyễn Đàm Quỳnh	Như	HQ10-GE16	Tác động của nhận thức về kính áp tròng thân thiện môi trường đến quyết định mua của thế hệ gen Z tại Thành Phố Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Phúc Quý Thanh	10/06/2026	8g00	407	36 TTĐ
37	050607190390	Bùi Lê Thanh	Phúc	HQ7-GE13	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của khách hàng tại các hộ kinh doanh dịch vụ ăn uống trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của nhận thức về Thuế	PGS.TS. Trương Đình Thái	10/06/2026	8g00	407	36 TTĐ

38	050610220714	Lê Ngọc Cẩm Vân	HQ10-GE17	Tác động của Chatbot AI đến hành vi mua hàng trực tuyến: Nghiên cứu trường hợp người tiêu dùng Thế hệ Z tại Việt Nam	PGS.TS. Hoàng Thị Thanh Hằng	10/06/2026	8g00	407	36 TTĐ
39	050610220099	Nguyễn Thị Kim Dung	HQ10-GE15	Các yếu tố tác động đến ý định mua sắm quần áo trực tuyến trên nền tảng Tik Tok Shop của Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng	10/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
40	050610221035	Nguyễn Ngọc Ánh Linh	HQ10-GE19	Ảnh hưởng của truyền thông mạng xã hội đến ý định lựa chọn khách sạn của thế hệ Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	PGS.TS. Bùi Đức Sinh	10/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
41	050610221090	Nguyễn Thị My	HQ10-GE15	Các yếu tố tác động đến ý định mua mỹ phẩm xanh của người tiêu dùng trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh. Vai trò trung gian của niềm tin thương hiệu xanh.	PGS.TS. Đặng Trương Thanh Nhân	10/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
42	050610220361	Nguyễn Thị Hoài Ngọc	HQ10-GE16	Các yếu tố của người có sức ảnh hưởng tác động đến quyết định mua hàng trên nền tảng Tiktok của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	TS. Trần Ngọc Thiện Thy	10/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
43	050610220461	Nguyễn Huy Phúc	HQ10-GE14	Sự khác biệt trong mức độ tương tác của người dùng Tik Tok đối với nội dung do trí tuệ nhân tạo và con người tạo ra: Phân tích cảm xúc bình luận	PGS.TS. Nguyễn Văn Thụy	10/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
44	050610221267	Đình Thị Nguyệt Quế	HQ10-GE15	Ảnh hưởng của phong cách lãnh đạo chuyển hóa đến động lực làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh	PGS.TS. Nguyễn Văn Thích	10/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
45	050610220182	Bùi Thị Thanh Hoa	HQ10-GE19	Ảnh hưởng của phong cách lãnh đạo "đích thực" đến ý định nghỉ việc của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh	TS. Đậu Thị Mai Liên	10/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
46	050610221113	Lê Thị Kim Ngân	HQ10-GE19	Ảnh hưởng của livestream đến hành vi mua ngẫu hứng mỹ phẩm trang điểm trên Tiktok Shop của Gen Z tại TP. HCM	TS. Đinh Thu Quỳnh	10/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
47	050610221148	Trần Thị Nguyên	HQ10-GE16	Ảnh hưởng của tẩy xanh (greenwashing) đến ý định mua quần áo của hãng thời trang H&M của thế hệ Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh: vai trò trung gian của rủi ro cảm nhận xanh	PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng	10/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
48	050610220444	Lê Thị Hoàng Oanh	HQ10-GE15	Tác động của các yếu tố tài sản thương hiệu đến ý định mua điện thoại di động ở CellphoneS tại TP. Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Tuấn Đạt	10/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
49	050610220493	Đỗ Thị Diễm Quỳnh	HQ10-GE17	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm nhân thọ của thế hệ Gen Z tại Phường Thủ Đức trong bối cảnh chuyển đổi số	TS. Phạm Hương Diên	10/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
50	050610220531	Đào Ngọc Thạch	HQ10-GE14	Ảnh hưởng của nội dung do người dùng tạo ra trên Tiktok đến ý định mua mỹ phẩm thuần chay của Thế hệ Z tại TP.HCM	TS. Nguyễn Kim Nam	10/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
51	050609210421	Quách Trung Hiếu	HQ9-GE14	Ảnh hưởng của trải nghiệm khách hàng đến ý định mua lặp lại tại Công ty TNHH Xbsports - Chi nhánh Quận 12	PGS.TS. Nguyễn Văn Thụy	13/06/2026	8g00	B2.903	TĐ

52	050610220379	Lê Thị Thanh	Nhàn	HQ10-GE19	Tác động của truyền miệng điện tử trên mạng xã hội đến ý định mua tour du lịch của khách hàng Gen Z tại TP.HCM: Vai trò trung gian của cảm xúc tích cực	PGS.TS. Bùi Đức Sinh	13/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
53	050610220464	Ngô Trúc	Phương	HQ10-GE18	Các yếu tố của chính sách đãi ngộ ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên tại Công ty Cổ phần Smollan Việt Nam	PGS.TS. Trần Văn Đạt	13/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
54	050610221309	Trần Thị Mỹ	Thanh	HQ10-GE18	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định gắn bó của nhân viên tại Ernst&Young Việt Nam	PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng	13/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
55	050610221383	Nguyễn Thanh	Thư	HQ10-GE18	Tác động của Marketing lan truyền trên nền tảng TikTok đến ý định mua hàng của người tiêu dùng thế hệ Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	PGS.TS. Nguyễn Văn Thích	13/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
56	050610221211	Nguyễn Quỳnh	Như	HQ10-GE19	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định nghỉ việc của nhân viên thế hệ Z tại các chuỗi cửa hàng thức ăn nhanh trên địa bàn thành phố Thủ Đức	TS. Châu Đình Linh	13/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
57	050610220856	Đặng Ngọc Kiều	Dung	HQ10-GE17	Ảnh hưởng của hình ảnh thương hiệu khách sạn đến ý định lựa chọn khách sạn của khách du lịch trẻ tại TP.HCM: Vai trò trung gian của giá trị cảm nhận dịch vụ	PGS.TS. Bùi Đức Sinh	13/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
58	050610221059	Vũ Thị Khánh	Ly	HQ10-GE14	Các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng đối với chuỗi Pizza 4P's tại TP. Hồ Chí Minh - Vai trò trung gian của sự hài lòng khách hàng	PGS.TS. Trương Đình Thái	11/06/2026	8g00	301	36 TTĐ
59	050610221306	Nguyễn Ngọc Đan	Thanh	HQ10-GE04	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự ưa thích mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng: Vai trò điều tiết của quảng cáo.	TS. Lê Minh Hiếu	11/06/2026	8g00	301	36 TTĐ
60	050609212211	Trần Bảo	Thiên	HQ9-GE02	Tác động của chiến lược tiếp thị 4PS xanh đến ý định mua hàng xanh và ý định truyền miệng của Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Văn Đạt	11/06/2026	8g00	301	36 TTĐ
61	050610221388	Trần Anh	Thư	HQ10-GE19	Tác động của hội chứng sợ bỏ lỡ (Fomo) đến ý định mua sắm của Gen Z trên nền tảng Shopee tại TP. Hồ Chí Minh	PGS.TS. Trần Văn Đạt	11/06/2026	8g00	301	36 TTĐ
62	050610221349	Lê Huỳnh Phú	Thuận	HQ10-GE18	Tác động của các yếu tố liên quan đến AI Chatbot đến Quyết định mua sắm của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh thông qua vai trò trung gian của Sự hài lòng khách hàng – Nghiên cứu trên sàn thương mại điện tử Shopee	PGS.TS. Đặng Trương Thanh Nhân	11/06/2026	8g00	301	36 TTĐ
63	050610221441	La Bảo	Trâm	HQ10-GE19	Ảnh hưởng của truyền miệng điện tử (e-WOM) trên nền tảng TikTok đến ý định mua sắm mỹ phẩm thiên nhiên trực tuyến của thế hệ Gen Z tại Thành Phố Hồ Chí Minh	PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng	11/06/2026	8g00	301	36 TTĐ
64	050610220993	Khúc Đăng	Khoa	HQ10-GE19	Nghiên cứu sự sẵn sàng chi trả cho dịch vụ du lịch xanh của giới trẻ tại tp. Thủ Đức theo mô hình kích hoạt chuẩn mực (Nam): vai trò điều tiết của sự nhạy cảm về giá	TS. Trần Ngọc Thiện Thy	11/06/2026	8g00	B2.903	TĐ

65	050610221289	Phan Nguyên Như Sa	HQ10-GE19	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua mỹ phẩm xanh của Gen Z tại TP.Hồ Chí Minh	TS. Đinh Thu Quỳnh	11/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
66	050610221302	Bùi Thị Hồng Thanh	HQ10-GE16	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thanh toán không tiền mặt trong hoạt động ăn uống của sinh viên Thủ Đức	TS. Trần Ngọc Thiện Thy	11/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
67	050610221378	Nguyễn Nguyên Anh Thu	HQ10-GE17	Ảnh hưởng của đánh giá trực tuyến (eWOM) trên sàn thương mại điện tử Shopee đến quyết định mua sản phẩm thời trang của người tiêu dùng Gen Z tại khu vực Bà Rịa - Vũng Tàu	PGS.TS. Nguyễn Văn Tiến	11/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
68	050610221362	Hồ Lê Anh Thu	HQ10-GE17	Ảnh hưởng của giá xanh đến ý định mua thực phẩm xanh của người tiêu dùng trong ngành hàng tiêu dùng nhanh tại Thành phố Hồ Chí Minh	PGS.TS. Trương Đình Thái	11/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
69	050610220609	Trần Minh Thương	HQ10-GE19	Ảnh hưởng của nhận thức về lừa đảo trong thương mại điện tử đến quyết định mua hàng của sinh viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh	TS. Phạm Hương Diên	11/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
70	050610220459	Nguyễn Trần Thiên Phú	HQ10-GE14	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ngân hàng số của khách hàng thế hệ Z tại thành phố Hồ Chí Minh: vai trò điều tiết của trí tuệ nhân tạo	TS. Nguyễn Văn Đạt	11/06/2026	13g30	B2.804	TĐ
71	050607190407	Trần Nguyễn Nhật Phương	HQ7-GE11	Ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo đến ý định mua sắm trực tuyến trong lĩnh vực F&B của khách hàng Gen Z tại TP.HCM	TS. Đậu Thị Mai Liên	11/06/2026	13g30	B2.804	TĐ
72	050609212210	Ngô Trịnh Đức Thiên	HQ9-GE04	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua ngẫu hứng phụ kiện công nghệ của Gen Z trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Tuấn Đạt	11/06/2026	13g30	B2.804	TĐ
73	050610221382	Nguyễn Thị Minh Thu	HQ10-GE14	Hiện tượng FOMO tác động đến ý định sử dụng Shopee PayLater của sinh viên trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của Thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)	TS. Nguyễn Trần Hồng Vân	11/06/2026	13g30	B2.804	TĐ
74	050610221413	Trần Thị Thùy Tiên	HQ10-GE19	Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại Vinpearl Landmark 81, Autograph Collection	TS. Nguyễn Trọng Hưng	11/06/2026	13g30	B2.804	TĐ
75	050610220623	Trần Sông Trà	HQ10-GE19	Ý định mua căn hộ của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của thái độ đối với hành vi	TS. Lê Minh Hiếu	11/06/2026	13g30	B2.804	TĐ
76	050610220492	Đỗ Lê Xuân Quỳnh	HQ10-GE19	Ảnh hưởng của động lực hưởng thụ và ảnh hưởng xã hội đến ý định mua hàng trên sàn thương mại điện tử của Gen Z tại TP. HCM	PGS.TS. Trần Văn Đạt	12/06/2026	8g00	505	36 TTĐ
77	050610220520	Nguyễn Ngọc Huệ Tâm	HQ10-GE17	Tác động của chất lượng dịch vụ điện tử đến sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm trực tuyến	TS. Nguyễn Trọng Hưng	12/06/2026	8g00	505	36 TTĐ
78	050610220613	Nguyễn Thị Khánh Tiên	HQ10-GE16	Mua trước - trả sau (BNPL/Paylater) và hành vi chi tiêu vượt kế hoạch trong mua sắm quần áo trên Shopee của Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.	TS. Đinh Thu Quỳnh	12/06/2026	8g00	505	36 TTĐ

79	050606180341	Vy Nhật	Tinh	HQ6-GE09	Tác động của rào cản ngôn ngữ đến ý định ứng tuyển vào các công ty đa quốc gia của sinh viên tại TP.HCM: Vai trò trung gian của các yếu tố tâm lý	TS. Trần Ngọc Thiện Thy	12/06/2026	8g00	505	36 TTĐ
80	050610220632	Lê Nguyễn Thiên	Trang	HQ10-GE16	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng và ý định sử dụng lại dịch vụ chuyên phát trong nước của khách hàng cá nhân tại Bưu điện Trung tâm Sài Gòn	TS. Châu Đình Linh	12/06/2026	8g00	505	36 TTĐ
81	050610221481	Nguyễn Thị Hoa	Trúc	HQ10-GE16	Ảnh hưởng của thương hiệu nhà tuyển dụng trong lĩnh vực công nghệ đến ý định ứng tuyển của sinh viên chuẩn bị ra trường tại thành phố Hồ Chí Minh	PGS.TS. Trương Đình Thái	12/06/2026	8g00	505	36 TTĐ
82	050610220741	Nguyễn Ngọc Yến	Vy	HQ10-GE14	Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn cửa hàng cà phê Highlands Coffee của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của thái độ đối với thương hiệu	PGS.TS. Hoàng Thị Thanh Hằng	12/06/2026	8g00	505	36 TTĐ
83	050610220339	Nguyễn Thị Thúy	Ngân	HQ10-GE16	Ảnh hưởng của chuyển đổi số đến sự hài lòng của khách hàng: Vai trò trung gian của trải nghiệm khách hàng tại chuỗi The Coffee House	TS. Phạm Hương Diên	12/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
84	050610221380	Nguyễn Thị Anh	Thư	HQ10-GE16	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định gửi tiết kiệm trực tuyến của Gen Z tại TP.HCM trong bối cảnh tài chính số: Vai trò trung gian của Thái độ	TS. Đậu Thị Mai Liên	12/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
85	050610221457	Phan Quỳnh	Trần	HQ10-GE17	Ảnh hưởng của tiếp thị giác quan đến ý định quay lại khách sạn của khách hàng tại Tp. Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của sự hài lòng	PGS.TS. Bùi Đức Sinh	12/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
86	050610220671	Phan Ngọc	Trọng	HQ10-GE19	Ảnh hưởng của các yếu tố trải nghiệm mua sắm trong thương mại điện tử đến ý định mua lặp lại sản phẩm làm đẹp đối với thế hệ Z trên Tiktok tại Thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của sự hài lòng	TS. Nguyễn Văn Đạt	12/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
87	050610220707	Nguyễn Thị Phương	Uyên	HQ10-GE19	Ảnh hưởng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đến hành vi mua hàng của thế hệ genZ tại thành phố Hồ Chí Minh	PGS.TS. Trần Dục Thức	12/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
88	050610221529	Trần Thảo	Vân	HQ10-GE17	Tác động của đặc điểm người có sức ảnh hưởng trên TikTok đến ý định chọn địa điểm ăn uống của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của Thái độ	TS. Nguyễn Thị Cẩm Phú	12/06/2026	8g00	B2.903	TĐ
89	050609211652	Đỗ Thị Ngọc	Tuyền	HQ9-GE18	Các yếu tố của nội dung video ngắn ảnh hưởng đến ý định mua hàng của thế hệ Z tại Thành Phố Hồ Chí Minh	PGS.TS. Nguyễn Văn Tiến	12/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
90	050610221324	Nguyễn Võ Thanh	Thảo	HQ10-GE18	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng hình thức mua trước trả sau trong thanh toán trực tuyến của thế hệ Z ở Thành phố Hồ Chí Minh	TS. Châu Đình Linh	12/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
91	050610220614	Phạm Hà Khánh	Tiên	HQ10-GE19	Ảnh hưởng của chương trình khuyến mãi trực tuyến đến quyết định mua sắm của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Thị Thanh Nhân	12/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
92	050607190581	Nguyễn Thị Thanh	Trinh	HQ7-GE03	Tác động của gamification đến sự gắn kết và lòng trung thành của GenZ khi mua hàng thời trang trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh	TS. Nguyễn Tuấn Đạt	12/06/2026	13g30	407	36 TTĐ

93	050610221513	Nguyễn Lê Cát	Tường	HQ10-GE14	Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc của nhân viên khách sạn tại Phú Quốc: Vai trò trung gian của động lực	TS. Nguyễn Trần Hồng Vân	12/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
94	050610221542	Trần Hoàng	Vũ	HQ10-GE16	Ảnh hưởng của đánh giá trực tuyến đến quyết định mua sản phẩm thời trang của thế hệ Z tại TP. Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của cảm nhận thương hiệu	PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng	12/06/2026	13g30	407	36 TTĐ
95	050610220617	Nguyễn Kim	Tiền	HQ10-GE19	Tác động của trải nghiệm khách hàng đến lòng trung thành của GenZ tại TP.HCM đối với các ứng dụng đồ uống: Vai trò trung gian của sự hài lòng	TS. Nguyễn Kim Nam	12/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
96	050607190594	Nguyễn Hữu	Trung	HQ7-GE12	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng đường sắt đô thị (Metro) của nhân viên văn phòng tại Thành phố Hồ Chí Minh	TS. Đậu Thị Mai Liên	12/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
97	050609212332	Suông Gia	Vượng	HQ9-GE04	Chất lượng Logistics thương mại điện tử: Nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng Genz	TS. Lê Minh Hiếu	12/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
98	050610220763	Tài Thị Kim	Xuân	HQ10-GE16	Ảnh hưởng của đánh giá trực tuyến trên Google Maps đến quyết định chọn địa điểm ăn uống của sinh viên trường Đại học Ngân hàng TP. HCM	TS. Nguyễn Thị Cẩm Phú	12/06/2026	13g30	B2.903	TĐ
99	050610221583	Võ Phi	Yến	HQ10-GE18	Ảnh hưởng của làm việc từ xa đến sự gắn kết của lao động GenZ tại TP. HCM: vai trò trung gian của sự hài lòng công việc và sự cô đơn	PGS.TS. Trần Dục Thức	12/06/2026	13g30	B2.903	TĐ

(Danh sách có 99 sinh viên)

**KT. TRƯỞNG PHÒNG QUẢN LÝ ĐÀO TẠO
PHÓ TRƯỞNG PHÒNG**

ThS. Nguyễn Thị Huỳnh Uyên