|  |  |
| --- | --- |
| TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG THƯƠNG  TP. HỒ CHÍ MINH  **KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**  *Tp. Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 04 năm 2025* |

**DANH SÁCH HỘI ĐỒNG 1**

**Hội đồng chấm điểm Vòng loại Cuộc thi Sinh Viên Nghiên cứu khoa học Khoa Quản trị kinh doanh năm học 2024-2025**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **TÊN ĐỀ TÀI** | **NGÀY** | **ĐỊA ĐIỂM** |
| **HỘI ĐỒNG 1** | | | |
| 1 | Trí tuệ nhân tạo và thay đổi cấu trúc việc làm trong DN Việt Nam | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 2 | Ảnh hưởng của thương mại điện tử đến hành vi tiêu dùng cá nhân của sinh viên các trường cao đẳng – đại học tại TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 3 | Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm ngẫu hứng của Gen Z tại TP.HCM: trường hợp ngành hàng thời trang trực tuyến | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 4 | Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tiêu dùng các sản phẩm tái chế của sinh viên đại học tại TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 5 | Tác động của chương trình khuyến mãi và áp lực thời gian đến hành vi mua sắm ngẫu hứng qua Livétream của giới trẻ TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 6 | Nghiên cứu tác động của trí tuệ nhân tạo (AI) đến cơ hội việc làm của sinh viên ngành kinh doanh và quản lý tại trường ĐH Công thương TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 7 | Các yếu tố tác động đến quyết định mua sắm trực tuyến của sinh viên trên địa bàn TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 8 | Tác động của hiệu quả quản trị hành chính công đối với thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài tại các địa phương Việt Nam | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 9 | Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua mỹ phẩm trên nền tảng trực tuyến của Gen Z tại TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 10 | The effect of social media competence on intention to apply for a job: the mediating role of employer branding | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |
| 11 | Factors affecting the adoption of AI-BASED chatbots in retail and E-commerce among students at Hochiminh University of Industry and Trade | 17h30 ngày  14/4/2025 | A302 |

|  |  |
| --- | --- |
| TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG THƯƠNG  TP. HỒ CHÍ MINH  **KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**  *Tp. Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 04 năm 2025* |

**DANH SÁCH HỘI ĐỒNG 2**

**Hội đồng chấm điểm Vòng loại Cuộc thi Sinh Viên Nghiên cứu khoa học Khoa Quản trị kinh doanh năm học 2024-2025**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **TÊN ĐỀ TÀI** | **NGÀY** | **ĐỊA ĐIỂM** |
| **HỘI ĐỒNG 2** | | | |
| 1 | Ảnh hưởng của KOCS đến ý định mua hàng trực tuyến trên nền tảng Tiktok của sinh viên trường ĐH Công thương TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 2 | Ảnh hưởng ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) đến thói quen học tập chủ động và nghiên cứu của sinh viên các trường đại học trên địa bàn TP.HCM, Việt Nam | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 3 | Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng có sử dụng mã QR truy xuất nguồn gốc của người tiêu dùng tại TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 4 | Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư mạo hiểm của các nhà đầu tư tại TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 5 | Nghiên cứu tác động của năng lực chuyển đổi số đối với thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoại tại các địa phương Việt Nam | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 6 | Nghiên cứu ý định mua sắm sản phẩm xanh trực tuyến của người tiêu dùng tại TP.HCM: ảnh hưởng của các nhân tố đặc điểm khách hàng | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 7 | Tác động của cơ sở hạ tầng đến dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) trong chuỗi cung ứng tại TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 8 | Tác động của trách nhiệm xã hội kỹ thuật số đến ý định mua sắm sản phẩm F&B, vai trò trung gian của tương tác khách hàng và quảng cáo xanh | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 9 | Tác động của AI chatbox đến sự hài lòng của khách hàng: nghiên cứu về dịch vụ chăm sóc khách hàng khi sử dụng Grab tại TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 10 | Nghiên cứu về quyết định mua của người tiêu dùng đối với sản phẩm có sử dụng mã QR: trường hợp ngành hàng FMCG | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |
| 11 | Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của các doanh nghiệp tại TP.HCM | 17h30 ngày  14/4/2025 | B304 |