

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP  
THÀNH PHỐ 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 28 tháng 12 năm 2020

**DANH SÁCH HỘI ĐỒNG KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**  
**HỌC KỲ 1 NĂM HỌC 2020-2021**  
**Ngày hội đồng: 12/01/2021**

STT	MSSV	Họ	Tên	Tên đề tài	HD
1	17098501	Nguyễn Hoàng	Tú	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH ĐẶT PHÒNG KHÁCH SẠN TRỰC TUYẾN CỦA KHÁCH HÀNG TẠI TP.HCM	1
2	15037451	Nguyễn Công	Tư	MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI NGÂN HÀNG BIDV CHI NHÁNH TPHCM	1
3	16028741	Nguyễn Thanh	Tuấn	PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ TẠI GIAO HÀNG TIẾT KIỆM	1
4	16033681	Nguyễn Thị Tuyết	Vy	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA HÀNG TRỰC TUYẾN TRÊN SHOPEE CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	1
5	16032021	Đặng Quy	Tín	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN TIKI CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	1
6	16069471	Nguyễn Quang	Trường	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA CĂN HỘ CHUNG CƯ CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH NASALAND	1
7	17025071	Bùi Nhật	Toàn	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ ZALOPAY CỦA KHÁCH HÀNG TẠI TP.HCM	1

8	17029101	Đỗ Anh	Thư	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI DÂN TẠI QUẬN GÒ VẤP , THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	1
9	17033421	Lê Thị Bích	Tiên	PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI MUA HÀNG ONLINE TRONG MÙA DỊCH COVID - 19 CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN ĐỊA BÀN TP.HCM	1
10	17044701	Trương Thị	Trâm	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI QUẬN GÒ VẤP	1
11	15075411	Nguyễn Đình	Chuong	PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH KHI SỬ DỤNG ỨNG DỤNG DỊCH VỤ ĐẶT ĐỒ ĂN TRỰC TUYẾN BAEMIN	2
12	16064531	Trần Thanh	Thủy	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG MÁY NƯỚC NÓNG NĂNG LƯỢNG MẶT TRỜI CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	2
13	17015421	Võ Ngọc	Châu	NGHIÊN CỨU SỰ TÁC ĐỘNG CỦA TRUYỀN MIỆNG ĐIỆN TỬ ( EWOM ) ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SƠN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG LÀ NỮ TẠI TPHCM	2
14	16028281	Nguyễn Minh	Thư	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ THU HÚT KHÁCH HÀNG MUA SẴM TẠI TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI SENSE CITY	2
15	16028091	Nguyễn Hồng	Thúy	NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI LỰA CHỌN XE CÔNG NGHỆ CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM	2
16	16056331	Trần Thị Nga	Thúy	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ TRUNG TÂM THỂ DỤC CALIFORNIA FITNES QUẬN GÒ VẤP	2
17	17048711	Khâu Thị Thu	Thủy	ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CỦA HỆ THỐNG CGV TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	2

18	17067511	Thái Văn	Huy	MỐI LIÊN HỆ GIỮA TRUYỀN MIỆNG ĐIỆN TỬ , PHẢN HỒI CỦA NHÀ PHÁT TRIỂN ỨNG DỤNG VÀ SỰ CHẤP NHẬN SỬ DỤNG ỨNG DỤNG TRÊN ĐIỆN THOẠI THÔNG MINH : TRƯỜNG HỢP ĐỐI VỚI NGƯỜI DÙNG ĐIỆN THOẠI THÔNG MINH HỆ ĐIỀU HÀNH ANDROID TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	2
19	17084741	Huỳnh Thị Thanh	Thị	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN TRUNG TÂM NGOẠI NGỮ CỦA SINH VIÊN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	2
20	17092491	Huỳnh Diệp Anh	Thư	NGHIÊN CỨU NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG KHI ĐẾN MUA SẴM VÀ SỬ DỤNG DỊCH VỤ TẠI HỆ THỐNG SIÊU THỊ LOTTE MART - THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	2
21	17101161	Nguyễn Thị Ngọc	Thùy	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG PHƯƠNG TIỆN CÔNG CỘNG CỦA NGƯỜI DÂN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	2
22	17016061	Nguyễn Thị Thanh	Kiều	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ QUẢNG CÁO TRÊN ĐIỆN THOẠI THÔNG MINH ẢNH HƯỞNG Ý ĐỊNH MUA HÀNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI KHU VỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	3
23	17074961	Nguyễn Hải	Linh	NGHIÊN CỨU NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG PHẦN MỀM QUẢN LÝ BÁN HÀNG NHANH.VN CỦA DOANH NGHIỆP	3
24	16020381	Trương Thị Oanh	Kiều	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN MÌ ĂN LIỀN HẢO HẢO CỦA SINH VIÊN Ở LÀNG ĐẠI HỌC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	3
25	16044681	Hồ Quang	Khánh	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA GIÀY THỂ THAO ADIDAS CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	3
26	16073401	Phạm Đông	Khang	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA CHUỖI CỬA HÀNG BÁCH HÓA XANH TẠI QUẬN GÒ VẤP TP.HCM	3

27	17021711	Nguyễn Tấn	Lợi	NGHIÊN CỨU MỐI QUAN HỆ GIỮA NỘI DUNG TỰ TẠO CỦA CÔNG TY , SỰ ĐỒNG CẢM , NỘI DUNG TỰ TẠO CỦA NGƯỜI DÙNG VÀ GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU	3
28	17047991	Phạm Ngọc Mỹ	Linh	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA RAU AN TOÀN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG Ở TỈNH ĐỒNG NAI	3
29	17058081	Phạm Thị Hoài	Linh	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH VỀ QUÊ LÀM VIỆC CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM	3
30	17084491	Nguyễn Vĩnh	Khang	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG ỨNG DỤNG TIKI CHO VIỆC MUA HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	3
31	17086521	Phạm Hoàng Phi	Long	MỐI LIÊN HỆ ĐẶC TÍNH CÁ NHÂN , ĐẶC TÍNH THƯƠNG HIỆU VÀ GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU CỦA HÀNG TIỆN LỢI	3
32	17084541	Võ Thị Kim	Ái	NGHIÊN CỨU SỰ TÁC ĐỘNG CỦA NHẬN THỨC RỦI RO TỚI Ý ĐỊNH MUA SẴM THỜI TRANG TRỰC TUYẾN CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	4
33	17084561	Huỳnh Thùy	Dương	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG WEBSITE CỦA CÁC DOANH NGHIỆP BÁN LẺ TRỰC TUYẾN TẠI THỊ TRƯỜNG TP.HCM	4
34	16025871	Nguyễn Thị Ngọc	ánh	PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM THỜI TRANG QUA MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK CỦA KHÁCH HÀNG TẠI TP.HCM	4
35	16060071	Ca Chí	Bảo	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN TRÊN SHOPEE CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	4
36	17046791	Đoàn Thị	Nhi	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ CỦA TRUYỀN MIỆNG ĐIỆN TỬ ( EWOM ) ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA HÀNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	4

37	17053151	Nguyễn Thị Ngọc	Bích	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỎI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN KHỎI NGÀNH KINH TẾ TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM	4
38	17087091	Trần Công	Đoàn	ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ RỦI RO TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA THỰC PHẨM TRỰC TUYẾN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	4
39	17084621	Nguyễn Thị Ngọc	Giàu	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG THANH TOÁN DI ĐỘNG ZALOPAY CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	4
40	17107071	Phan Hoàng	Khánh	NGHIÊN CỨU NHỮNG YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TP.HCM	4
41	17107221	Nguyễn Hoàng Hoa	Cương	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỎI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NGÀNH KỸ THUẬT TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	4
42	17091771	Hồ Thị Thanh	Ngân	NGHIÊN CỨU XÁC ĐỊNH CÁC THÀNH PHẦN CỦA SỰ GẮN KẾT VÀ MỐI QUAN HỆ VỚI LÒNG TRUNG THÀNH CỦA KHÁCH HÀNG TRONG NGÀNH KHÁCH SẠN TẠI TP.HCM	4
43	17095091	Phạm Thị Vân	Anh	NGHIÊN CỨU ĐỘNG LỰC THỨC ĐẨY HÀNH VI TIÊU DÙNG XANH CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	5
44	15107341	Nguyễn Thành	Phi	PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÔNG TY CP BĐS BÌNH THIÊN AN	5
45	16045111	Huỳnh Anh	Quang	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CÔNG VIỆC CỦA SẢN VIÊN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG ĐỊA ỐC KIM ĐIỀN	5
46	16050411	Trần Thanh	Tùng	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI DI ĐỘNG CỦA SINH VIÊN . TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐHCN TP.HCM	5

47	17013721	Nguyễn Thị Hồng	Hạnh	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN Ở CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÊN ĐỊA BÀN QUẬN GÒ VẤP ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI SIÊU THỊ BIG C GÒ VẤP	5
48	17066481	Phan Thị Khánh	Hòa	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA QUẦN ÁO THỜI TRANG QUA MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK CỦA SINH VIÊN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM	5
49	17085701	Lê Thị Hồng	Linh	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN TRUNG TÂM NGOẠI NGỮ ĐỀ HỌC TIẾNG ANH CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	5
50	17106601	Nguyễn Thị Tuyết	Ngân	NGHIÊN CỨU NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH VỀ QUÊ LÀM VIỆC CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM	5
51	17095351	Nguyễn Ngọc Anh	Thư	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG CÔNG TÁC ĐÀO TẠO TẠI CÔNG TY TNHH ESPRINTA ( VIỆT NAM )	5
52	17102771	Lê Trọng Ngọc	Hồ	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾT QUẢ HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	5
53	17103091	Nguyễn Việt	Huy	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN TRUNG TÂM NGOẠI NGỮ CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	5
54	17084191	Nguyễn Thị Thu	Hiệp	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA RAU AN TOÀN ( RAT ) CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	6
55	17088591	Nguyễn Thị Mai Trúc	Hà	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN GIÁ TRỊ QUẢNG CÁO TRỰC TUYẾN	6
56	17088991	Nguyễn Hoài Xuân	Hòa	ĐỘNG LỰC THỨC ĐÁY NGƯỜI DÙNG INTERNET XEM QUẢNG CÁO TRỰC TUYẾN	6
57	17104491	Nguyễn Thanh	Hải	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI NÉ TRÁNH QUẢNG CÁO TRÊN CÁC TRANG MẠNG XÃ HỘI CỦA NGƯỜI DÙNG TẠI TP.HỒ CHÍ MINH	6

58	15026901	Nguyễn Hồng	Hạnh	NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH iMARKET VIỆT NAM	6
59	16018081	Phạm Thị Diễm	Hân	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA KHU VUI CHƠI TINIWORLD TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	6
60	17010061	Hồ Thị Thu	Hiền	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG CÁC THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG CAO CẤP CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	6
61	17064111	Nguyễn Thị Thanh	Hương	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU CỦA NGÀNH NGÂN HÀNG TẠI THỊ TRƯỜNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	6
62	17069611	Nguyễn Phước	Sang	MỐI QUAN HỆ GIỮA TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU VÀ Ý ĐỊNH MUA ĐIỆN THOẠI THÔNG MINH TẠI TPHCM	6
63	17080291	Nguyễn Thu	Hằng	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG CỦA NGƯỜI ẢNH HƯỞNG LÊN Ý ĐỊNH MUA HÀNG CỦA THẾ HỆ Z TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	6
64	17095301	Lê Thị Hồng	Hạnh	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA RAU AN TOÀN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI SIÊU THỊ BÁCH HÓA XANH	6
65	17028451	Nguyễn Hữu	Tài	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN MỨC ĐỘ NHẬN BIẾT THƯƠNG HIỆU VỀ SẢN PHẨM SỮA LÚA MẠCH MILO THUỘC CÔNG TY NESTLÉ CỦA SINH VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TẠI QUẬN GÒ VẤP	7
66	17088541	Lâm Trần Xuân	Thi	HOÀN THIỆN HỆ THỐNG MARKETING – MIX NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CÔNG TY TNHH CHẾ BIẾN THỰC PHẨM VÀ BÁNH KẸO PHẠM NGUYỄN	7
67	17104571	Nguyễn Thị Phúc	Son	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG CỦA QUẢNG CÁO QUA MẠNG XÃ HỘI TỚI Ý ĐỊNH MUA SẴM CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TP.HCM	7
68	14042541	Trần Quyết	Thắng	ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI SẢN PHẨM BAO BÌ CỦA CÔNG TY TNHH NÔNG SẢN PHAN GIA TẠI TP.HCM	7

69	15108871	Vũ Đan	Thùy	MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN SỰ TẠI TRƯỜNG MẦM NON TUỆ ĐỨC CƠ SỞ ĐẠI VIỆT MỸ	7
70	16021091	Đặng Trần Diễm	Hằng	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA HÀNG CỦA SINH VIÊN TẠI CỬA HÀNG TIỆN LỢI FAMILY MART Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	7
71	16052571	Nguyễn Huy	Hoàng	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN MUA NHÀ CỦA KHÁCH HÀNG TẠI KHU VỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	7
72	16042071	Mai Ngọc Phương	Quyên	NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI QUYẾT ĐỊNH MUA SẢN PHẨM CHĂM SÓC DA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	7
73	16051771	Nguyễn Thị Như	Quỳnh	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN TIỀN PHONG	7
74	17028391	Trần Thị Diễm	Hằng	YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI DÂN QUẬN GÒ VẤP	7
75	17030511	Huỳnh Thị Yên	Nhi	CÁC YẾU TỐ CỦA PHONG CÁCH LÃNH ĐẠO ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG TRONG CÔNG VIỆC CỦA KHÔI NHÂN VIÊN VĂN PHÒNG Ở CÁC DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	7
76	17098641	Hà Xuân	Vinh	CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐỘNG LỰC HỌC TẬP TRỰC TUYẾN TRÊN ỨNG DỤNG ZOOM CỦA SINH VIÊN KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM	8
77	15104211	Trần Tú	Văn	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TIMO PLUS	8
78	16019511	Nguyễn Văn	Vương	NGHIÊN CỨU Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ ĐẶT THỨC ĂN TRỰC TUYẾN GRABFOOD CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	8
79	16044611	Trần Anh	Tuấn	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA HÀNG HÓA TIÊU DÙNG QUA TRANG SHOPEE CỦA SINH VIÊN TP.HỒ CHÍ MINH	8



80	16055811	Nguyễn Vương Bích	Tuyên	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ - GRAB BIKE CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	8
81	16058881	Đặng Quang	Việt	NGHIÊN CỨU NHỮNG NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ VẬN TẢI CÔNG NGHỆ GRAB CỦA NGƯỜI DÙNG KHU VỰC TPHCM	8
82	17041831	Phan Thị	Tuyên	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI TIÊU DÙNG RAU SẠCH CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG QUẬN GÒ VẤP	8
83	17049751	Đặng Thanh	Tuyên	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG SẢN PHẨM GẠO HỮU CƠ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TPHCM	8
84	17050481	Nguyễn Thanh	Lam	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA CÁC SẢN PHẨM ĐÁ HOA CƯƠNG CAO CẤP CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐÁ HOA CƯƠNG CHÂU ÂU EUROSTONE	8
85	17103261	Nguyễn Thị Tường	Vy	TÁC ĐỘNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN THỨC ĂN CỦA CÔNG TY FOODY NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	8
86	16018661	Đặng Ngọc Lê	Trung	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CÁC DỊCH VỤ THẺ HÌNH THẨM MỸ TẠI TP.HỒ CHÍ MINH	9
87	17036391	Huỳnh Thị Cẩm	Tiên	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ VỆ SINH GIÀY HERAMO TRÊN KÊNH TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	9
88	16043011	Phan Thùy	Trang	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA HÀNG THỜI TRANG DÀNH CHO NGƯỜI BÉO TRÊN FACEBOOK	9
89	17015041	Trần Thị Quế	Trâm	NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DẪN TẠI QUẬN GÒ VẤP VỀ VIỆC SỬ DỤNG XE ÔM CÔNG NGHỆ CAO DỊCH VỤ GOJEK	9

90	17014021	Nguyễn Thị Hoàng	Trang	CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN MUA SỮA BỘT TRẺ EM NUTIFOOD CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	9
91	17043291	Nguyễn Thị Kim	Tín	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ GRABFOOD CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	9
92	17087381	Trần Thị Cẩm	Tiên	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA RAU AN TOÀN VIETGAP CỦA NGƯỜI DÂN KHU VỰC QUẬN GÒ VẤP	9
93	17086451	Nguyễn Thị Chung	Trà	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY CP TMDV TAHICO – CHI NHÁNH MIỀN NAM	9
94	17088121	Nguyễn Thị Việt	Trinh	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA THIẾT BỊ PHÒNG CHÁY CHỮA CHÁY TRỰC TUYẾN CỦA KHÁCH HÀNG CÔNG TY TNHH KỸ THUẬT CÔNG NGHỆ QUỐC NAM	9
95	17105851	Nguyễn Phú	Triển	ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH ĐẾN TỪ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH ĐÀ LẠT	9
96	17059351	Nguyễn Thị Quỳnh	Như	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN QUA MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK ĐỐI VỚI MẶT HÀNG QUẦN ÁO THỜI TRANG CỦA GIỚI TRẺ TẠI TP HCM	10
97	17103491	Phan Tân	Phước	NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI ỨNG DỤNG MUA SẴM TÍCH HỢP ĐIỂM THƯỞNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	10
98	16065951	Trần Công Quốc	Bảo	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN MUA THỨC ĂN TRỰC TUYẾN BẰNG DỊCH VỤ NOW CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	10
99	17041581	Nguyễn Ngọc	Diệp	ĐO LƯỜNG CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN NHÀ HÀNG THỨC ĂN NHANH CỦA GIỚI TRẺ TẠI QUẬN GÒ VẤP , THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	10

100	17036571	Hoàng Thị Mỹ	Phuong	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG KHI MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	10
101	17038891	Nguyễn Thị Trúc	Quỳnh	NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG KHI MUA SẴM TRÊN SHOPEE TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	10
102	17064991	Nguyễn Kiều	Chinh	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SỮA HẠT HỮU CƠ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TP.HCM	10
103	17062371	Lê Thị	Nhung	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG MOBILE BANKING CỦA NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN ( SCB )	10
104	17102541	Trương Hải	Đăng	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG KHÁCH HÀNG KHI SỬ DỤNG HÌNH THỨC MUA MANG ĐI TẠI CỬA HÀNG HIGHLANDS COFFEE CHI NHÁNH VINCOM PHAN VĂN TRỊ TRONG ĐẠI DỊCH COVID - 19	10
105	17099071	Lê Văn	Tú	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN TRÊN TRANG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ SHOPEE CỦA SINH VIÊN TẠI QUẬN GÒ VẤP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	10
106	16022001	Lê Hoàng Duy	Khánh	NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	11
107	17094471	Lê Thị	Hiền	VAI TRÒ TƯƠNG TÁC XÃ HỘI TRỰC TUYẾN ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI MUA HÀNG NGẪU HỨNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN CÁC TRANG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	11
108	17088491	Nguyễn Thành	Hiếu	NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐIỆN HOA TRỰC TUYẾN CỦA CÔNG TY TNHH HOA 38 ĐỘ TẠI TP.HCM	11
109	17102411	Trương Thúy	Hằng	PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CHOPP.VN CỦA NGƯỜI DÂN TẠI TP.HỒ CHÍ MINH	11

110	17101611	Đỗ Thị Thu	Sương	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỎI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NỮ TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	11
111	16039981	Nguyễn Hoàng	Anh	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI QUYẾT ĐỊNH MUA HÀNG TRỰC TUYẾN TRÊN TIKI	11
112	16059981	Nguyễn Thị Kiều	Hạnh	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN TRÊN ỨNG DỤNG SHOPEE CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	11
113	17051421	Lê Thị Kim	Huyền	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA QUẦN ÁO THỜI TRANG TRÊN FACEBOOK CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐHCN TP.HCM	11
114	17047331	Nguyễn Trúc	Ly	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỎI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NĂM CUỐI HỆ ĐẠI HỌC CHÍNH QUY TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	11
115	17100201	Thái Việt	Hòa	CÁC YẾU TỐ CỦA SỰ THUẬN TIỆN TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TP.HCM	11
116	17101381	Nguyễn Thị Thúy	Kiều	NGHIÊN CỨU VỀ MỐI QUAN HỆ GẮN KẾT GIỮA KHÁCH HÀNG VÀ NGÂN HÀNG TRÊN NỀN TẢNG TRỰC TUYẾN	11
117	17079321	Nguyễn Thị	Bình	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ MÔI GIỚI ĐẦU TƯ CHỨNG KHOÁN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN TP.HỒ CHÍ MINH	12
118	17084821	Bùi Ngọc Minh	Anh	NGHIÊN CỨU ĐỘNG LỰC CHUYỂN ĐỔI TỪ DỊCH VỤ XEM PHIM TRỰC TUYẾN MIỄN PHÍ SANG TRẢ PHÍ CỦA NGƯỜI DÙNG INTERNET TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	12
119	17092911	Trương Thị Kiều	Anh	ĐỘNG LỰC CHUYỂN ĐỔI HÀNH VI MUA SẴM CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TỪ SIÊU THỊ SANG SIÊU THỊ MINI	12
120	17102561	Trần Thị Mỹ	Phường	NHỮNG YẾU TỐ CỦA HÌNH ẢNH ĐIỀM BÁN HÀNG ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	12

121	16071031	Nguyễn Ngọc	Duy	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI MUA SẮM CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI SIÊU THỊ BIG C THUỘC QUẬN GÒ VẤP - THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	12
122	16009941	Nguyễn Trúc	My	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẮM QUẦN ÁO TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN TẠI TP.HCM	12
123	16032661	Đỗ Thị Diễm	Nhi	HÀNH VI MUA LAPTOP CỦA SINH VIÊN TẠI CÁC CỬA HÀNG FPT TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	12
124	16064571	Đặng Bá	Đức	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN MUA SMARTPHONE CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	12
125	17085011	Võ Thị	Bé	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ SAPO TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	12
126	17105421	Võ Phúc	Bình	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA TÀI XẾ GRAB TRONG CÔNG VIỆC TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	12
127	17100301	Phạm Văn	Bình	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHUYNH HƯỚNG NIỀM TIN TRONG TRUYỀN MIỆNG ĐIỆN TỬ (EWOM): NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP ĐIỂN HÌNH TẠI CỬA HÀNG BÁCH HÓA XANH Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH.	12
128	16054971	Nguyễn Thị Hồng	Loan	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ MOMO CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH.	13
129	16057791	Nguyễn Thị Thanh	Vân	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CỦA NỮ GIỚI KHỎI NGÀNH KINH TẾ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	13
130	16047421	Võ Huỳnh Văn	Khoa	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG THANH TOÁN QR CODE TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	13
131	16030011	Lư Trần Thùy	Linh	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA MỸ PHẨM TRỰC TUYẾN TRÊN LAZADA CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TPHCM	13

132	17011071	Nguyễn Thị Diễm	Hằng	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA SIÊU THỊ VINMART TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	13
133	17015601	Nguyễn Thị Trúc	Ngân	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA HÀNG TRỰC TUYẾN SHOPEE CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	13
134	17035401	Đàm Thị Tố	Nguyên	PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	13
135	17079281	Huỳnh Bích	Ngọc	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG THANH TOÁN VÍ ĐIỆN TỬ NỘI ĐỊA CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	13
136	17087061	Hoàng Thị	Khuyên	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN TRÊN SHOPEE CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	13
137	17096491	Nguyễn Huỳnh Xuân	Lộc	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI TRONG HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	13
138	17098721	Nguyễn Đình	Tài	XÂY DỰNG ỨNG DỤNG TRIPLE - T GIAI PHÁP CHO THỊ TRƯỜNG BẤT ĐỘNG SẢN TẠI VIỆT NAM DỰA TRÊN MÔ HÌNH BUSINESS MODEL CANVAS	13
139	15013891	Nguyễn Thị Thu	Thảo	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA HÀNG ĐIỆN TỬ TIÊU DÙNG TRỰC TUYẾN CỦA KHÁCH HÀNG Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	14
140	17016491	Phan Thị	Hiếu	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA LAPTOP DELL MỚI CỦA GIỚI TRẺ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	14
141	17025461	Đoàn Khắc	Nam	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ CỦA TRUYỀN MIỆNG ĐIỆN TỬ ( EWOM ) TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA GIÀY THỂ THAO CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	14

142	17104811	Phạm Thị út	Mây	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA BẢO HIỂM NHÂN THỌ CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	14
143	16058441	Nguyễn Trọng	Luong	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA BẤT ĐỘNG SẢN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	14
144	16056221	Đào Lê Thy	Mỹ	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GRABBIKE CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM CƠ SỞ 1	14
145	16056251	Nguyễn Huỳnh Thảo	Nguyên	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI PHÚC LONG COFFEE AND TEA GÒ VẤP	14
146	17060561	Phạm Thị Bích	Ngọc	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH TIÊU DÙNG SẢN PHẨM XANH CỦA GIỚI TRẺ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	14
147	17054401	Trương Tử	Nguyên	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA CĂN HỘ CHUNG CƯ PHUC DAT TOWER CỦA KHÁCH HÀNG	14
148	17088621	Đỗ Thị Kim	Ngân	Ý ĐỊNH SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ MOMO CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	14
149	17104651	Nguyễn Thị Thuỳ	Mỹ	CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA THỰC PHẨM HỮU CƠ CỦA NHỮNG HỘ GIA ĐÌNH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	14
150	17100621	Lê Tường	Nhân	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI MUA SẴM NGẪU HỨNG CỦA KHÁCH HÀNG TẠI SIÊU THỊ EMART GÒ VẤP	15
151	16017361	Phạm Thị Quỳnh	Như	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN DỊCH VỤ GIAO HÀNG THE COFFEE HOUSE CỦA KHÁCH HÀNG Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	15
152	16022411	Nguyễn Thanh	Phú	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA CÁC SẢN PHẨM NƯỚC GIẢI KHÁT COCA - COLA CỦA SINH VIÊN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HỒ CHÍ MINH	15

153	16058821	Trần Thị Yến	Nhi	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA SMARTPHONE CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	15
154	16065301	Lê	Nguyễn	GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA HỌC VIÊN KHI THAM GIA KHÓA HỌC KỸ NĂNG AWAKE YOUR POWER	15
155	16050531	Đình Công	Nguyễn	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA GẠCH ỐP LÁT CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CÔNG TY NGUYỄN GIA	15
156	17030151	Nguyễn Thị ánh	Nhi	TÁC ĐỘNG CỦA TRUYỀN MIỆNG ĐIỆN TỬ ( EWOM ) ĐẾN Ý ĐỊNH MUA MỸ PHẨM CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	15
157	17049481	Nguyễn Thị Hồng	Nhung	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI ĐẶT ĐỒ ĂN , THỨC UỐNG QUA CÁC ỨNG DỤNG TRỰC TUYẾN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	15
158	17083631	Lê Minh	Nhật	ĐO LƯỜNG GIÁ TRỊ CẢM NHẬN CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM SỮA CỬ CHI MILK TẠI TP.HCM	15
159	17102481	Nguyễn Thị Ngọc	Như	ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ E BANKING NGÂN HÀNG AGRIBANK ĐỀ ĐÓNG HỌC PHÍ CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH CƠ SỞ 1	15
160	17094781	Nguyễn Hồ Diễm	My	ĐO LƯỜNG CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI SIÊU THỊ ĐIỆN MÁY XANH THUẬN GIAO TỈNH BÌNH DƯƠNG	16
161	16062061	Trần Minh	Hà	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG TRONG CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÔNG TY TNHH GIÀY DA LUCKY STAR	16
162	16040591	Võ Anh	Hào	PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ QUẢN LÝ NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THẾ GIỚI DI ĐỘNG	16



163	17014401	Phan Thị	Dịu	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ ĐẶT ĐỒ ĂN TRỰC TUYẾN ( GRAB FOOD , GO FOOD , BEAMIN , NOW ) CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	16
164	17031191	Lê Minh	Hiền	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN SẢN XUẤT THƯƠNG MẠI NHÂN TUẦN NHÂN	16
165	17027361	Nguyễn Cẩm	Lựa	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN LÀM VIỆC TẠI TRUNG TÂM THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	16
166	17058101	Nguyễn Thị Thùy	Linh	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN DOANH NGHIỆP LÀM VIỆC CỦA SINH VIÊN CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	16
167	17084791	Dương Thị Hồng	Chi	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN LAO ĐỘNG TẠI CÔNG TY TNHH XÂY DỰNG THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ KHÔNG GIAN MỞ	16
168	17097891	Trịnh Thị Ngọc	Linh	LÒNG TRUNG THÀNH CỦA NHÂN VIÊN NHÀ HÀNG ĐÔNG NGUYÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	16
169	17094441	Ngô Trần Kim	Chi	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÁC CỬA HÀNG PIZZA HUT TRONG KHU VỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	16
170	17101221	Ngô Tấn	Đạt	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA THỰC PHẨM HỮU CƠ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ TÂN AN	16
171	17100441	Phùng Nguyễn Phước	Hoài	NGHIÊN CỨU VỀ SỰ TÁC ĐỘNG CỦA GIÁ TRỊ CẢM NHẬN TỚI Ý ĐỊNH TIÊU DÙNG SẢN PHẨM ÓNG HÚT THIÊN NHIÊN	17
172	17104581	Tô Hồng	Huôi	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG NGHỆ GRAB CỦA KHÁCH HÀNG TẠI TP.HCM	17

173	17092731	Nguyễn Thị Kiều	Trâm	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN TRUNG TÂM HÀN NGỮ CỦA SINH VIÊN TẠI ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	17
174	16020321	Nguyễn Việt	Hùng	ĐỘNG LỰC CHUYỂN ĐỔI HÀNH VI MUA SẴM TỪ CHỢ TRUYỀN THỐNG SANG CHỢ TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	17
175	16022641	Lâm Minh	Khang	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG KHI ĐẾN GỬI HÀNG TẠI BUƯ CỤC DƯƠNG QUẢNG HÀM CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN GIAO HÀNG TIẾT KIỆM	17
176	16029761	Nguyễn Vũ Bích	Huyền	NGHIÊN CỨU NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN RẠP CHIẾU PHIM LOTTE CINEMA CỦA GIỚI TRẺ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	17
177	16029421	Nguyễn Quan	Khải	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TẠI HỆ THỐNG CỦA HÀNG TIỆN LỢI CIRCLE K CỦA HỌC SINH, SINH VIÊN TRÊN ĐỊA BÀN QUẬN GÒ VẤP	17
178	16057981	Trần Yên	Nhi	NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI HỌC ĐỐI VỚI HÌNH THỨC HỌC TRỰC TUYẾN ( E – LEARNING ): TRƯỜNG HỢP SINH VIÊN KHỐI NGÀNH KINH TẾ TẠI MỘT SỐ TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở TP.HCM	17
179	17031041	Bùi Nguyễn Ngọc	Thúy	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH CHỌN TRUNG TÂM TIẾNG TRUNG CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	17
180	17058521	Hồ Ngọc	Thúy	NGHIÊN CỨU NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỘNG LỰC HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	17
181	17106841	Nguyễn Thị Tuyết	Trinh	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG CÁC KHÓA HỌC TIẾNG ANH TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	17

182	17014181	Nguyễn Thị Ngọc	Mỹ	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM	18
183	15074151	Nguyễn Thị	Hoàn	NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA QUẢNG CÁO TRÊN ĐIỆN THOẠI THÔNG MINH ĐẾN Ý ĐỊNH MUA HÀNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	18
184	17066031	Nguyễn Quỳnh	Giang	ẢNH HƯỞNG CỦA MARKETING XANH HỖN HỢP ĐẾN Ý ĐỊNH TIÊU DÙNG MỸ PHẨM THIÊN NHIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	18
185	17082841	Bùi Thị Thùy	Dung	PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA BIA HEINEKEN CỦA GIỚI TRẺ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	18
186	17100381	Bùi Phạm Phương	Duyên	NGHIÊN CỨU VỀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH KHÁCH HÀNG CỦA CHUỖI CỬA HÀNG TOUS LES JOURS TP.HCM	18
187	17103571	Nguyễn Văn	Sơn	NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI Ý ĐỊNH SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ MOMO KHI MUA SẴM TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	18
188	16030991	Dương Văn	Phong	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA LAPTOP CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM , CƠ SỞ 1	18
189	16048451	Nguyễn Thanh	Sang	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ ĐẶT THỨC ĂN TRỰC TUYẾN CỦA BEAMIN ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	18
190	17033051	Ung Thị Kim	Duyên	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ SẢN PHẨM GIÀY THỂ THAO BITI'S HUNTER CỦA CÔNG TY BITI'S TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	18
191	17043071	Dương Thị Hoàng	Giang	NGHIÊN CỨU MỘT SỐ YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN DỊCH VỤ GIAO THỨC ĂN TRỰC TUYẾN TRONG MÙA DỊCH COVID-19 CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI TP.HCM	18
192	17107211	Dương Thị Ngọc	Bích	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA ĐIỆN THOẠI THÔNG MINH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	18

193	16035521	Phạm Thị Thu	Thảo	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẴM TRÊN TRANG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VATGIA.COM CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	19
194	17073411	Bùi Thị Mỹ	Chi	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA SẴM CỦA KHÁCH HÀNG TẠI SIÊU THỊ EMART	19
195	17103021	Nguyễn Thị Phương	Thảo	CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING TRỰC TUYẾN CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ GREENHOME	19
196	15079841	Lê Anh	Vũ	NGHIÊN CỨU SỰ TÁC ĐỘNG CỦA TRUYỀN MIỆNG ĐIỆN TỬ ( EWOM ) ĐẾN Ý ĐỊNH MUA MỸ PHẨM CỦA NỮ GIỚI TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	19
197	15047861	Huỳnh Thị Mỹ	Châu	MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI NHÀ HÀNG GÀ RÁN POPEYES CHI LÊ ĐỨC THỌ	19
198	16060671	Hoàng Thị	Thắm	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN VIÊN TẠI HỆ THỐNG CỬA HÀNG B'SMART KHU VỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	19
199	17020311	Lê Thị Anh	Thi	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH VỀ CHẤT LƯỢNG CỦA HÌNH THỨC HỌC TRỰC TUYẾN	19
200	17081541	Nguyễn Thị Phương	Thảo	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH CHỌN LỰA NƠI LÀM VIỆC CỦA SINH VIÊN SAU KHI TỐT NGHIỆP KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	19
201	17107701	Cao Thị Minh	Thảo	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ GẮN KẾT CỦA NHÂN VIÊN VỚI TỔ CHỨC KINH DOANH TRONG NGÀNH DU LỊCH TẠI TP.HCM	19
202	17108121	Nông Thị Kim	Thanh	ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN VỀ CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO TIẾNG ANH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH CƠ SỞ 1	19

203	17106201	Phạm Xuân	Thịnh	ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ CỦA GIÁ TRỊ CẢM NHẬN TÁC ĐỘNG ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH KHÁCH HÀNG KHI MUA SẴM TRỰC TUYẾN TRÊN SHOPEE	19
204	17087881	Lê Thị Thanh	Tuyền	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN TRUNG TÂM ANH NGỮ CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	20
205	17105371	Huỳnh Thị	Ngọc	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA CĂN HỘ DỰ ÁN ECO XUAN SKY RESIDENCES	20
206	16064701	Nguyễn Thu	Thảo	NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM TẠI QUẬN 1 TP.HCM	20
207	16051761	Nguyễn Đình Tấn	Trọng	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾT QUẢ HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HỒ CHÍ MINH	20
208	16058911	Nguyễn Thành	Long	GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA HỌC VIÊN ĐỐI VỚI KHÓA HỌC TÀI CHÍNH MONEY TREE	20
209	16028911	Nguyễn Thị Ngọc	Huyền	NGHIÊN CỨU NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG SẢN PHẨM HỮU CƠ CỦA SINH VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	20
210	17038491	Trần Thị	Thùy	NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH HỌC TẬP TRÊN E-LEARNING CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	20
211	17042921	Huỳnh Thị Kim	Phượng	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH TIÊU DÙNG THỰC PHẨM CHAY CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TP.HCM	20
212	17084801	Huỳnh Thị Ngọc	Nữ	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH CHỌN TRUNG TÂM HỌC TIẾNG ANH CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	20
213		Phạm Thanh	Tứ	PHÂN TÍCH CÔNG TÁC TUYÊN DUNG TẠI CÔNG TY CP D&D ENGINEERING CONSTRUCTION	20

214	17068351	Võ Xuân	Trương	CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA CĂN HỘ CHUNG CƯ CỦA KHÁCH HÀNG TẠI TP.HCM	21
215	16068091	Nguyễn Thanh	Sang	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG VỀ SỰ HÀI LÒNG TRONG CÔNG VIỆC CỦA ĐỘI NGŨ NHÂN VIÊN TẠI NGÂN HÀNG TNHH MTV SHINHAN VIỆT NAM KHU VỰC TP.HỒ CHÍ MINH	21
216	16053491	Huỳnh Tiêu	Phương	TÁC ĐỘNG CỦA CÁC NHÂN TỐ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI THỨC ĂN NHANH KFC TẠI THÀNH PHỐ HCM	21
217	16056951	Dương Thị Minh	Thu	PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI SẢN PHẨM KEM CHỐNG NẮNG SUNPLAY TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	21
218	16046611	Huỳnh Lê Nhã	Uyên	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA BÁCH HÓA XANH TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	21
219	17021871	Lê Thị Thục	Quyên	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA THỰC PHẨM HỮU CƠ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	21
220	17109541	Trần Công	Tú	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA NƯỚC HOA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI CÁC QUẬN PHÍA TÂY THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	21
221	17056071	Lê Thị	Hoài	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	21
222	17089611	Đoàn Thị Thùy	Dương	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KINH DOANH ONLINE CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	21
223	17096731	Vũ Thu	Thủy	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LOGISTICS CỦA CÁC CÔNG TY TRÊN ĐỊA BÀN TP.HCM	21

224	17100391	Nguyễn Thị Ngọc	Linh	CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TỔ CHỨC SỰ KIỆN TẠI HAI SỰ KIỆN TOP THÁI LAN VÀ GIAO THƯƠNG KẾT NỐI KINH DOANH THÁI LAN – VIỆT NAM	22
225	17104591	Trần Thị Kiều	Oanh	GIẢI PHÁP GIA TĂNG KHÁCH HÀNG QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ QUẢNG CÁO QUỐC TẾ	22
226	16057561	Lê Đặng Tuyết	Nga	NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA HÀNG TRÊN SHOPEE CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	22
227	16057551	Đinh Lữ Tường	Vy	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH TIẾP TỤC MUA SẮM TRÊN ỨNG DỤNG SHOPEE CỦA KHÁCH HÀNG TẠI TP.HCM	22
228	17025661	Lê Trần Cẩm	Thoa	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ ĐẶT XE CỦA KHÁCH HÀNG Ở KHU VỰC TP.HCM	22
229	17022011	Trần Thị Cẩm	Thu	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA SẮM HÀNG HÓA TIÊU DÙNG TẠI SIÊU THỊ EMART GÒ VẤP CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TPHCM	22
230	17032351	Lê Trần Bảo	Hân	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH HỌC TẬP TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	22
231	17058781	Phạm Thương Thy	Trâm	NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ THAM GIA TRUYỀN MIỆNG ĐIỆN TỬ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG KHI MUA MỸ PHẨM TRỰC TUYẾN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	22
232	17051411	Trần Thị Thiên	Nga	GIẢI PHÁP GIA TĂNG ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ BẤT ĐỘNG SẢN PHÚC THỊNH	22
233	17065971	Nguyễn Thị Huỳnh	Như	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG THANH TOÁN VĐT CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TP.HCM	22
234	17086541	Nguyễn Thị Ngọc	Linh	ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN BP0 THAY THẾ L/C TẠI TẬP ĐOÀN KỸ NGHỆ GỖ TRƯỜNG THÀNH	22

## Thông tin hội đồng bảo vệ khóa luận tốt nghiệp

Phòng	Ngày 12/01/2021	Phòng	Ngày 12/01/2021
B2.01	Hội đồng 1	B3.01	Hội đồng 13
B2.02	Hội đồng 2	B3.02	Hội đồng 14
B2.03	Hội đồng 3	B3.03	Hội đồng 15
B2.04	Hội đồng 4	B3.04	Hội đồng 16
B2.05	Hội đồng 5	B3.05	Hội đồng 17
B2.06	Hội đồng 6	B3.06	Hội đồng 18
B2.07	Hội đồng 7	B3.07	Hội đồng 19
B2.08	Hội đồng 8	B3.08	Hội đồng 20
B2.09	Hội đồng 9	B3.09	Hội đồng 21
B2.10	Hội đồng 10	B3.10	Hội đồng 22
B2.11	Hội đồng 11		
B2.12	Hội đồng 12		

### Chú ý:

1. Sinh viên lên bảo vệ theo thứ tự trong danh sách, các sinh viên còn lại tham dự trong hội đồng giữ trật tự
2. Sinh viên trang phục chỉnh tề, lịch sự
3. Sinh viên có mặt trước giờ bảo vệ 30 phút để chuẩn bị
4. Thời gian bắt đầu vào buổi sáng lúc 7h30 theo thứ tự trong danh sách hội đồng
5. Sinh viên báo cáo tóm tắt kết quả nghiên cứu trong 10p
6. Sinh viên tự trang bị máy tính