LÝ LỊCH KHOA HỌC

I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Họ và tên: Hồ Tiến Dũng Giới tính: Nam

Ngày, tháng, năm sinh: 01/01/1960 Nơi sinh: Cao Lãnh, Đồng Tháp

Quê quán: Cao Lãnh, Đồng Tháp Dân tộc: Kinh

Học vị cao nhất: Tiến sĩ Năm, nước nhận học vị: 1995 - Việt nam

Chức danh khoa học cao nhất: Phó Giáo sư Năm bổ nhiệm: 2009

Chức vụ (hiện tại hoặc trước khi nghỉ hưu): Trưởng bộ môn

Đơn vị công tác (hiện tại hoặc trước khi nghỉ hưu): Khoa Quản trị

Chỗ ở riêng hoặc địa chỉ liên lạc: 39/42A CHÁNH HƯNG, Quận 8, Tp. Hồ Chí Minh

Điện thoại liên hệ: CQ: NR: 38563158 DĐ: 0903929899

Fax: Email: dung@ueh.edu.vn

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Đại học

Hệ đào tạo: Chính quy

Nơi đào tạo: Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

Ngành học: Kinh tế công nghiệp

Nước đào tạo: Việt nam Năm tốt nghiệp: 1981

Bằng đại học 2: Năm tốt nghiệp:

2. Sau Đại học

- Thạc sỹ chuyên ngành: Năm cấp bằng:

  Nơi đào tạo:

- Tiến sỹ chuyên ngành: Kinh tế quản lý và kế hoạch hóa kinh tế quốc dân Năm cấp bằng: 1995

  Nơi đào tạo: Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

- Tên luận án:

3. Ngoại ngữ: 1. Tiếng Anh Mức độ sử dụng: B2

2. Mức độ sử dụng:

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
01/08/2011	Khoa Quản trị	Trưởng khoa
12/08/2016	Khoa Quản trị	Trưởng bộ môn

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 trong đề tài
1	Nghiên cứu sự tác động của môi trường khởi nghiệp và năng lực của Nhà khởi nghiệp đến kết quả thực hiện của doanh nghiệp sau khởi nghiệp	2016	Hoàn thành đề tài cấp Trường	Thành viên

2. Các công trình khoa học đã công bố:

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
1	Ảnh hưởng của truyền miệng điện tử (e-Wom) lên hình ảnh thương hiệu và quyết định mua hàng của người tiêu dùng trong môi trường kinh doanh điện tử	2017	Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương - Số chuyên đề - tháng 7-2017
2	Ảnh hưởng marketing quan hệ lên lòng trung thành khách hàng trực tuyến tại Việt Nam	2016	Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương, số tháng 7/ 2016
3	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm an toàn của người tiêu dùng tại TP. Hồ Chí Minh	2017	Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương - số 500- tháng 8-2017
4	Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của điểm đến: Nghiên cứu trường hợp du lịch sinh thái Tiền Giang	2016	Tạp Chí Công Thương, số 9, tháng 9/2016
5	Nâng cao năng lực cạnh tranh của tổng công ty lắp máy VN khi thực hiện dự án FPC	2014	KInh Tế Phát Triển

6	Những nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ cảm nhận của bán lẻ trực tuyến và ảnh hưởng của nó tới sự hài lòng và lòng trung thành khách hàng	2017	Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương số 487 tháng 2/2017
7	phân tíc các yếu tố ảnh hưởngđến phát triển nguồn nhân lực may Tiền Giang	2014	Kinh Tế Phát Triển
8	Thực tiễn quản trị nguồn nhân lực và kết quả hoạt động kunh doanh trường hợp các doanh nghiệp chế biến thực phẩm Việt Nam	2017	Kinh Tế Phát Triển Số 240 tháng 6 2017

..... ngày tháng năm

Xác nhận của cơ quan

Người khai ký tên

(Ghi rõ chức danh, học vị)