

HỢP ĐỒNG LÀM VIỆC KHÔNG XÁC ĐỊNH THỜI HẠN

Căn cứ Nghị định 29/2012/NĐ-CP ngày 12 tháng 04 năm 2012 của Chính phủ về tuyển dụng, sử dụng và quản lý viên chức;

Căn cứ Thông tư số 15/2012/TT-BNV ngày 25 tháng 12 năm 2012 của Bộ Nội vụ về hướng dẫn về tuyển dụng, ký kết hợp đồng làm việc và đền bù chi phí đào tạo, bồi dưỡng đối với viên chức;

Chúng tôi, một bên là: **Ông Hoàng Trần Hậu**

Chức vụ: Hiệu trưởng

Đại diện cho: Trường Đại học Tài chính - Marketing

Địa chỉ: 306 Nguyễn Trọng Tuyển, P1, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh.

Điện thoại: 3997 12 26

Và một bên là: bà **Dư Thị Chung**

Sinh ngày: 09/05/1986

Chức vụ, chức danh: Giảng viên

Địa chỉ thường trú tại: 368/7-1-14CC 368/7 Phan Văn Trị, P5, Q. Gò Vấp

Số CMTND: 025899157

Cấp ngày: 03/06/2014

Tại: Tp. Hồ Chí Minh

Thỏa thuận ký kết Hợp đồng làm việc và cam kết làm đúng những điều khoản sau đây:

Điều 1. Nhiệm vụ hợp đồng

- Địa điểm làm việc: khoa Marketing
- Chức danh chuyên môn: Giảng viên
- Chức vụ (nếu có): Giảng viên
- Nhiệm vụ: Theo sự phân công của Trường khoa Marketing

Điều 2. Chế độ làm việc

- Thời giờ làm việc: Theo quy định của trường
- Được trang bị những phương tiện làm việc: Theo quy định của trường

Điều 3. Quyền và nghĩa vụ của người ký hợp đồng làm việc

1. Quyền lợi:



- Được hưởng các quyền lợi quy định tại điều 11, 12, 13, 14 và 15 luật Viên chức.
- Phương tiện đi lại làm việc: Tự túc
- Chức danh nghề nghiệp được bổ nhiệm ngạch Giảng viên (MSN: 15.111) bậc: 2, Hệ số lương: 2,67 được trả 02 lần vào các ngày 15 và 30 hàng tháng
- Khoản trả ngoài lương: Theo quy định của trường
- Số ngày nghỉ hàng năm được hưởng lương (nghỉ lễ, phép, việc riêng): Theo quy định chung
- Bảo hiểm xã hội: Theo quy định của Nhà nước
- Bảo hiểm y tế: Theo quy định của Nhà nước
- Bảo hiểm thất nghiệp: Theo quy định của Nhà nước
- Được hưởng các phúc lợi: Theo quy định của trường
- Được hưởng các khoản thưởng, nâng bậc lương, thi thăng hạng chức danh nghề nghiệp, đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ, thực hiện nhiệm vụ hợp tác khoa học, công nghệ với các đơn vị trong hoặc ngoài nước theo quy định của pháp luật.
- Được hưởng chế độ thôi việc, trợ cấp thôi việc, bồi thường theo qui định của pháp luật về Viên chức.
- Có quyền đề xuất, khiếu nại, thay đổi, đề nghị chấm dứt Hợp đồng làm việc theo qui định của pháp luật.
- Những thỏa thuận khác.....

2. Nghĩa vụ:

- Hoàn thành những nhiệm vụ đã cam kết trong Hợp đồng làm việc.
- Chấp hành nội quy, quy chế của đơn vị, kỷ luật làm việc và các quy định tại điều 16, 17, 18 và 19 luật Viên chức.
- Chấp hành việc xử lý kỷ luật và trách nhiệm bồi thường hoàn trả theo qui định của pháp luật.
- Chấp hành sự phân công công tác của người có thẩm quyền khi đơn vị sự nghiệp có nhu cầu.

Điều 4. Quyền và nghĩa vụ của người đứng đầu đơn vị sự nghiệp.

1. Quyền:

- Bố trí, phân công nhiệm vụ, kiểm tra việc thực hiện nhiệm vụ của người được tuyển dụng.
- Chấm dứt hợp đồng làm việc, kỷ luật người được tuyển dụng theo quy định của pháp luật về viên chức.

2. Nghĩa vụ:

- Bảo đảm việc làm và thực hiện đầy đủ những điều đã cam kết trong hợp đồng làm việc.
- Thanh toán đầy đủ, đúng thời hạn các chế độ của người được tuyển dụng đã cam kết trong hợp đồng làm việc.

Điều 5. Điều khoản thi hành

- Hợp đồng làm việc này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/09/2014
- Những vấn đề về quyền lợi, nghĩa vụ và trách nhiệm của hai bên không ghi trong hợp đồng làm việc này thực hiện theo quy định của pháp luật về viên chức
- Hợp đồng này được làm thành 03 bản có giá trị ngang nhau, đơn vị sự nghiệp ký hợp đồng giữ 02 bản, viên chức được ký hợp đồng giữ 01 bản.

Hợp đồng này làm tại trường Đại học Tài chính - Marketing ngày 10/10/2014

Người ký hợp đồng làm việc

Chữ

Dư Thị Chung

SẤY BẢN CHÍNH
Số *236* Ngày **12/11/2024**

TL. HIỆU TRƯỞNG

KT. TRƯỞNG PHÒNG TCHC
P. TRƯỞNG PHÒNG



PGS.TS. Hoàng Trần Hậu



TS. Lê Ngọc Dũng



THE RECTOR OF
UNIVERSITY OF FINANCE - MARKETING

THE DEGREE OF
DOCTOR OF PHILOSOPHY

Upon *Du Thi Chung*

09 May 1986

15 July 2022

Số 249 Ngày 05 / 11 / 2024

TL. HIỆU TRƯỞNG

K7. TRƯỞNG PHÒNG TỔ CHỨC HÀNH CHÍNH

Ngày sinh:

15 July 2022

TS. Lê Ngọc Dũng

HIỆU TRƯỞNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

BẢNG TIẾN SĨ

Quản trị kinh doanh

Đuơng Thị Chung

09/5/1986

TP. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 7 năm 2022

HIÊU TRƯỞNG

TRƯỜNG
ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH
MARKETING

PGS.TS. Phạm Tiến Đạt



Số hiệu: UFM-9

Số vào sổ gốc cấp văn bằng: 3/NCS2017_2/2022

LÝ LỊCH KHOA HỌC

I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Ho và tên: **DƯ THI CHUNG**

Giới tính: Nữ

Ngày, tháng, năm sinh: 09/05/1986

Nơi sinh: Hà Nội

Quê quán: Hòa Phú - Ứng Hòa - Hà Nội

Dân tộc: Kinh

Học vị cao nhất: Tiến sĩ

Năm, nước nhận học vị: 2022

Chức danh khoa học cao nhất:

Năm bổ nhiệm:

Chức vụ: Trưởng Bộ môn

Đơn vị công tác: Khoa Marketing, trường ĐH Tài chính - Marketing

Chỗ ở riêng/địa chỉ liên lạc: F602 C/c A4 Phan Xích Long, Phường 7, Phú Nhuận.

Điện thoại liên hệ

DD: 0918 23 23_13

Email: duchung@ufm.edu.vn

II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Đại học:

Hệ đào tạo: Chính quy

Nơi đào tạo: ĐH Văn Lang, TPHCM

Ngành học: Marketing

Nước đào tạo: Việt Nam

Năm tốt nghiệp: 2008

Bảng đại học 2: Cử nhân Ngôn ngữ Anh

Năm tốt nghiệp: 2020

2. Sau đại học

Thạc sĩ chuyên ngành: Kinh tế thế giới và quan hệ kinh tế quốc tế

Năm cấp bằng: 2013

Nơi đào tạo: Trường ĐH Kinh tế - Luật, ĐH Quốc gia TP.HCM

Tiến sĩ chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Năm cấp bằng: 2022

Nơi Đào tạo: Trường Đại học Tài chính - Marketing

3. Ngoại ngữ: 1.Tiếng Anh

Mức độ sử dụng: Khá

III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
Từ 04/2008 đến tháng 12/2008	Công ty TNHH Suheung Capsules Việt Nam	Chuyên viên Sales & Marketing
Từ 12/2009 đến tháng 02/2010	Trường ĐH Kinh tế Tp.HCM	Giảng viên
Từ 03/2010 đến 09/2010	Công ty CP Đầu tư An Phú Lộc	Trưởng phòng Kinh doanh
Từ 09/2010 đến 12/2021	Trường ĐH Tài Chính - Marketing	Giảng viên
Từ 12/2021 đến 05/2022	Trường ĐH Tài Chính - Marketing	Giảng viên, Phó Trưởng Bộ môn, phụ trách Bộ môn Marketing cơ sở, khoa Marketing
Từ 06/2022 đến 05/2023	Trường ĐH Tài Chính - Marketing	Giảng viên chính, Phó Trưởng Bộ môn, khoa Marketing
Từ 06/2023 đến nay	Trường ĐH Tài Chính - Marketing	Giảng viên chính, Trưởng Bộ môn, khoa Marketing

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	Đánh giá chất lượng đào tạo của Khoa Marketing, trường ĐH Tài chính - Marketing trên quan điểm của cựu SV	2016-2017	Trường	Chủ nhiệm
2	Biên soạn Giáo trình Nghiên cứu Marketing	2015-2018	Trường	Thành viên
3	Tác động của tính đổi mới đến ý định mua sản phẩm mới của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh – Nghiên cứu trường hợp các sản phẩm điện tử cá nhân. Trường Đại học Tài chính-Marketing	2018-2020	Trường	Chủ nhiệm
4	Các yếu tố ảnh hưởng đến hạnh vi chia sẻ tri thức của giảng viên với đồng nghiệp - nghiên cứu tại Trường Đại học Tài chính - Marketing	2020-2021	Trường	Thành viên

22

5	Tác động của lãnh đạo tinh thần, tinh thần làm việc của nhân viên đến sự tham gia vào hoạt động trách nhiệm xã hội của nhân viên	2023	Trưởng	Thành viên
6	Tác động của nội dung trên mạng xã hội đến sự gắn kết của người tiêu dùng và tài sản thương hiệu trong thị trường điện thoại thông minh tại Việt Nam	2022-2023	Trưởng	Thư ký

2. Các công trình khoa học đã công bố

TT	Tên công trình	Năm công bố	Tên tạp chí
1	Mô hình chiến lược Marketing địa phương nhằm thu hút dân cư và lao động trình độ cao tại tỉnh Vĩnh Long đến năm 2020 (đồng tác giả)	2015	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing
2	Đánh giá chất lượng đào tạo của Khoa Marketing, trường Đại học Tài chính-Marketing: Kết quả nghiên cứu nhóm sinh viên tốt nghiệp (tác giả chính)	2018	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing
3	Relationship Among Consumption Value, Brand Trust And Repurchase Intention In Smartphone Context A Conceptual Framework. (tác giả chính)	2018	The 2018 UHD-CTU-UEL International Economics And Business Conference Proceedings. ISSN: 2472-9329 (Print) 2472-9310 (Online)
4	The effect of consumption value on new smartphone adoption - an empirical study in Viet Nam. (tác giả chính)	2020	Conference Proceedings 1st International Conference On Contemporary Issues In Economics, Management And Business, 2332-2346, ISBN: 978-604-65-3728-1. Labour-Social Publishing House
5	So sánh CB-SEM và PLS-SEM trong kiểm định mô hình đo lường tính đổi mới của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh (tác giả chính)	2020	Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ

6	Tính đổi mới và ý định mua sản phẩm: Kết quả nghiên cứu nhóm sản phẩm điện tử cá nhân tại thị trường Thành phố Hồ Chí Minh (tác giả chính)	2020	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing
7	Ảnh hưởng của giá trị tiêu dùng đến ý định chấp nhận sản phẩm mới: Nghiên cứu nhóm sản phẩm điện tử cá nhân tại thị trường Thành phố Hồ Chí Minh (tác giả chính)	2020	Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh
8	The effect of consumption value on new products adoption: An evidence of smart phones in Ho Chi Minh city market, Viet Nam. (tác giả chính)	2020	International Journal of Small and Medium Enterprises and Business Sustainability
9	Factors affecting online shopping behavior during the Covid-19 pandemic: An empirical study in Ho Chi Minh City, Vietnam (đồng tác giả)	2021	Proceedings The International Conference on Business Based on Digital Platform (BDP 2021). Finance Publishing House. ISBN: 978-604-79-2936-8
10	Effect of trust, organizational supports, information technology system and personality characteristics on knowledge sharing behavior: An empirical study on higher education lecturers in Ho Chi Minh City (đồng tác giả)	2021	Proceedings The International Conference on Business Based on Digital Platform (BDP 2021). Finance Publishing House. ISBN: 978-604-79-2936-8
11	Consumption Value, Consumer Innovativeness and New Product Adoption: Empirical Evidence from Vietnam (tác giả chính)	2021	Journal of Asian Finance, Economics and Business
12	Kiểm định mô hình đo lường giá trị tiêu dùng trong mối quan hệ với hành vi chấp nhận sản phẩm điện tử mới của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh. (tác giả chính)	2021	Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Kinh tế - Luật và Quản lý

13	Factors affecting knowledge sharing behaviour in public higher education institutions: An empirical study of Vietnam (tác giả chính)	2022	Cogent Business & Management
14	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng túi sinh thái khi đi mua sắm của người tiêu dùng tại Thành Phố Hồ Chí Minh. (tác giả chính)	2023	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing
15	Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng tối giản của người tiêu dùng phố Hồ Chí Minh (tác giả chính)	2023	Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing
16	University Social Responsibility And Student-Based University Brand Equity: An Evidence From Private Higher Education Institutions In Ho Chi Minh City (tác giả chính)	2023	Proceedings Of The Fifth International Conference On Finance And Accounting For The Promotion Of Sustainable Development In The Private Sector” (FASPS5), Financial Publishing House. Tháng 10 năm 2023. ISBN 978-604-79-3906-0.
17	The impact of social media content on consumer engagement and brand equity in the context of smartphones market in Vietnam (đồng tác giả)	2023	Proceedings The International Conference on Business Based on Digital Platform (BDP 2023), Finance Publishing House, 286-298. ISBN: 978-604-79 4008-0

Tôi cam đoan lý lịch trên là hoàn toàn đúng sự thật và hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung được kê khai.

Tp Hồ Chí Minh, ngày 17 tháng 11 năm 2024

Xác nhận của cơ quan



PGS.TS Huỳnh Thế Nguyễn

Người khai ký tên

TS. Dư Thị Chung