

TỔNG HỢP
BÁO CÁO NGHIÊN CỨU KHOA HỌC GIẢNG VIÊN

NĂM HỌC 2020 - 2021

STT		Loại công trình	Tên công trình	Giảng viên
1	1	Đề tài NCKH cấp Bộ/Nhà nước	Thơ Việt Nam đương đại giai đoạn từ 1986 đến nay từ góc nhìn văn hóa	Hoàng Thị Hồng Hà
2	2.1	Đề tài NCKH cấp Trường	Hiện tượng V parody trong lĩnh vực truyền thông tại Việt Nam	Hoàng Thị Hồng Hà
	2.2		Xây dựng mô hình PR nội bộ cho công ty Công nghệ thông tin tại Việt Nam	Hoàng Mi
	2.3		Tính đại diện của các biểu tượng trong thông điệp truyền thông của ngành tài chính	Phạm Thái Hiền
3	3	Tạp chí khoa học quốc tế	Enhancing Studying Experience for Public Relations Students: An Experiment of Service-Learning Methods on the Blindness and Visual Impaired Disability Awareness Project	Hoàng Mi
4	4.1	Tạp chí khoa học trong nước	Phát triển truyền thông nội bộ đại học: Thực trạng và yêu cầu cấp thiết	Hoàng Thị Hồng Hà
	4.2		Nhu cầu của người dân đồng bằng sông Cửu Long về thông tin tái cơ cấu ngành nông nghiệp	Lê Minh Tấn
5	5.1	Tạp chí Phát triển và Hội nhập	Kết hợp Service-Learning và Truyền thông xã hội phát triển khả năng đồng cảm của trẻ em	Hoàng Thị Hồng Hà
	5.2		Sáng kiến chống Biến đổi khí hậu: Mô hình truyền thông thích ứng tại Việt Nam	Hoàng Mi
	5.3		Báo chí đồng bằng sông Cửu Long truyền thông về tái cơ cấu ngành Nông nghiệp	Lê Minh Tấn
6	6.1	Kỹ yếu hội thảo quốc tế	Applied a Convergence Communications Model in University Communications	Hoàng Thị Hồng Hà

STT		Loại công trình	Tên công trình	Giảng viên
	6.2		International Scientific Cooperation and Communication in COVID-19: Case study of EU Countries	Hoàng Mi
7	7	Kỷ yếu hội thảo trong nước/thành phố	Từ thương hiệu điểm đến đến thương hiệu địa phương	Phan Bảo Giang
8	8.1	Kỷ yếu hội thảo cấp trường	Nghiên cứu mô hình tích hợp service learning phù hợp cho sinh viên chuyên ngành quan hệ công chúng	Hoàng Mi
	8.2		Đưa tình huống thực tế vào giảng dạy học phần sản xuất chương trình phát thanh tại trường Đại học Kinh tế-Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Phát Tài
	8.3		Ảnh hưởng của văn hóa với truyền thông trong doanh nghiệp vừa và nhỏ	Hoàng Thị Hồng Hà
	8.4		Truyền thông truyền miệng trong bối cảnh truyền thông hiện đại	Hoàng Thị Hồng Hà
9	9.1	Kỷ yếu hội thảo cấp Khoa	Parody và Vparody trong truyền thông hiện đại	Hoàng Thị Hồng Hà Phan Bảo Giang
	9.2		Ứng dụng lý thuyết truyền bá cái mới trong chiến lược tiếp thị thương hiệu địa phương - phân tích trường hợp Mascot Bé Sen của tỉnh Đồng Tháp	Phan Bảo Giang
	9.3		Đại dịch Covid-19 ảnh hưởng đến xu hướng quảng cáo trên nền tảng truyền thông xã hội Facebook và Instagram của doanh nghiệp	Nguyễn Tiến Mạnh
	9.4		Reflection on Cultural Difference in Government Communication about Covid-19: A Comparison between United Kingdom and Vietnam	Hoàng Mi
	9.5		Synchronous teaching and learning during COVID-19: a brief literature review	Phạm Thái Hiền
	9.6		Doanh nghiệp sử dụng truyền thông số để vượt qua đại dịch Covid-19	Lê Minh Tấn
	9.7		Nâng cao năng lực giải quyết vấn đề cho sinh viên qua áp dụng phương pháp học tập chủ động tại đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh	Nguyễn Phát Tài

STT		Loại công trình	Tên công trình	Giảng viên
	9.8		Sử dụng phương tiện truyền thông ứng phó với căng thẳng trong giai đoạn giãn cách xã hội do đại dịch COVID-19	Nguyễn Anh Khoa
10	10.1	Biên soạn sách/giáo trình	Phê bình điện ảnh	Phạm Thái Hiền
	10.2		Kỹ thuật biên tập tin phát thanh	Nguyễn Phát Tài
	10.3		Thiết kế quảng cáo	Nguyễn Tiến Mạnh
11	11	Hướng dẫn SV NCKH	1. Ứng dụng mô hình Service - Learning phát triển khả năng đồng cảm của trẻ em với vật nuôi đồng hành	Hoàng Thị Hồng Hà Đinh Nguyễn Thiên Ân
			2. Thực trạng giới trẻ Việt Nam bị bắt nạt trực tuyến trên mạng xã hội: Giải pháp ứng phó trực tuyến	Phạm Thái Hiền
			3. Thẩm mỹ thương hiệu trong truyền thông thị giác – nghiên cứu trường hợp thương hiệu Supreme	Nguyễn Tiến Mạnh
			4. Nghiên cứu đặc trưng thẩm mỹ trong truyền thông đại chúng	Nguyễn Tiến Mạnh
			5. “Dumb ways to die” - sự thuyết phục từ yếu tố giải trí	Phan Bảo Giang
			6. Tiềm năng phát triển thị trường kinh doanh official goods trong giới giải trí tại Việt Nam so với Hàn Quốc của thế hệ Alpha	Phan Bảo Giang
			7. Reseach on model of dark dining at noir restaurant – the trend of building community values	Phan Bảo Giang
			8. Quảng bá du lịch việt nam qua phim điện ảnh.	Phan Bảo Giang
			9. Xu hướng âm nhạc tự do của gen Z, thông qua việc nghe và cảm nhận dòng nhạc Indie.	Phan Bảo Giang
			10. Research the factors that lead to the decision to buy iphone products in Vietnam market	Phan Bảo Giang
			11. Marketing hiệu quả cho local brands	Phan Bảo Giang
			12. Sự bảo tồn áo dài thông qua điện ảnh - nghiên cứu trường hợp phim “Cô Ba Sài Gòn”	Phan Bảo Giang
			13. The personalization trend of young people fashion of Ho Chi Minh City	Phan Bảo Giang
			14. Mặt trái Kol marketing tại Việt Nam	Phan Bảo Giang

STT	Loại công trình	Tên công trình	Giảng viên
		15. Sex and sexual elements in mass media	Phan Bảo Giang
		16. Nghiên cứu ứng dụng linh vật (Mascot) trong truyền thông cho ngân hàng trên mạng xã hội	Hoàng Mi
		17. Thẩm mỹ thương hiệu trong truyền thông thị giác – nghiên cứu trường hợp thương hiệu Cocacola	Nguyễn Tiến Mạnh
		18. Nghiên cứu vai trò của truyền thông thẩm mỹ trong quảng cáo	Nguyễn Tiến Mạnh
		19. Truyền thông thẩm mỹ trong games show truyền hình- nghiên cứu trường hợp game show Gương mặt thân quen	Nguyễn Tiến Mạnh
		20. Nghiên cứu vai trò thẩm mỹ trong truyền thông đại chúng	Nguyễn Tiến Mạnh
		21. Phân tích các đặc điểm thẩm mỹ của nghệ thuật truyền thông kỹ thuật số	Nguyễn Tiến Mạnh
		22. Thay đổi nhận thức cộng đồng thông qua chuỗi sự kiện VietPride	Phan Bảo Giang

--o0o--