

Mục Lục

LỜI CẢM ƠN	iii
LỜI CAM ĐOAN	iv
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	v
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN PHẢN BIỆN	vi
Danh mục hình ảnh	ix
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Lịch sử vấn đề	1
3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu	1
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	2
5. Phương pháp nghiên cứu	2
6. Ý nghĩa và đóng góp thực tiễn của đề tài	2
NỘI DUNG NGHIÊN CỨU	Error! Bookmark not defined.
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN	4
VỀ THIẾT KẾ GIAO DIỆN	4
1.1 Một số vấn đề về cơ sở lý luận	4
1.1.1 Khái quát về tỉnh Quảng Bình	4
1.1.2 Khái niệm về Thiết kế giao diện	4
1.1.3 Khái niệm về Thương mại điện tử	6
1.1.4 Ý tưởng thực hiện	6
1.2 Một số vấn đề về cơ sở thực tiễn	7
1.2.1 Các xu hướng phát triển TKGD	7
1.2.2 Sản phẩm OCOP ở Quảng Bình	9
1.2.3 Ứng dụng thiết kế giao diện trong TMĐT	10
Tiểu kết	12
CHƯƠNG 2 DIỄN GIẢI ĐỒ ÁN THIẾT KẾ	13
2.1 Phương pháp thiết kế	13
2.3 Các bước xây dựng trang web	14
2.4 Yêu cầu và đặc tả giao diện TMĐT OCOP Quảng Bình	14
2.5 Thiết kế	22
2.6 Công cụ thiết kế	28
2.7 Đồ án hoàn thiện	30

CHƯƠNG 3 Ý NGHĨA THỰC TIỄN CỦA ĐỒ ÁN	42
3.1 Đóng góp đề tài	42
3.2 Những điểm mới, sáng tạo	44
3.3 Những rủi ro của Thương mại điện tử	45
3.4 Định hướng phát triển sản phẩm	45
Tiểu kết	47
PHẦN KẾT LUẬN.....	48
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	49
PHỤ LỤC.....	1

Danh mục hình ảnh

Hình 1.1. Sự khác nhau giữa UI và UX.....	10
Hình 1.2. ISO 1 – Nền móng của UI App Design.....	13
Hình 1.3. Giao diện IOS 16 của Iphone 14.....	14
Hình 1.4. Trang web Ocop Quảng Bình.....	16
Hình 2.1. Sitemap trang TMĐT Ocop Quảng Bình.....	21
Hình 2.2. Logo.....	22
Hình 2.3. Hệ thống màu chính.....	22
Hình 2.4. Các sắc độ màu.....	22
Hình 2.5. Font chữ làm tiêu đề.....	22
Hình 2.6. Font chữ làm nội dung.....	23
Hình 2.7. Hệ thống lưới.....	23
Hình 2.8. Header.....	23
Hình 2.9. Footer.....	24
Hình 2.10. Banner sản phẩm.....	24
Hình 2.11. Chi tiết văn bản.....	25
Hình 2.12. Nút CTA.....	25
Hình 2.13. Chi tiết sản phẩm.....	26
Hình 2.14. Chi tiết giỏ hàng.....	26
Hình 2.15. Thanh toán sản phẩm.....	27
Hình 2.16. Đăng nhập.....	28
Hình 2.17. Đăng ký.....	28
Hình 2.18. Lịch sử đơn hàng.....	28
Hình 2.19. Poster 1.....	30
Hình 2.20. Poster 2.....	31
Hình 2.21. Poster 3.....	32
Hình 2.22. Brochure mặt trong.....	33
Hình 2.23. Brochure mặt ngoài.....	33
Hình 2.24. Mockup iMac.....	34
Hình 2.25. Mockup Macbook.....	34
Hình 2.26. Giao diện Trang chủ.....	38

Hình 2.27. Giao diện trang Sản phẩm.....	39
Hình 2.28. Chi tiết sản phẩm.....	40
Hình 2.29. Chi tiết sản phẩm.....	40
Hình 2.30. Câu chuyện sản phẩm.....	41
Hình 2.31. Tin tức & Sự kiện.....	42
Hình 2.32. Chi tiết bài viết.....	42
Hình 2.33. Thanh toán.....	43
Hình 2.34. Xác nhận thanh toán.....	44
Hình 2.35. Chi tiết đơn hàng.....	45
Hình 2.36. Thông tin tài khoản.....	46
Hình 2.37. Địa chỉ giao hàng.....	46
Hình 2.38. Cập nhật địa chỉ.....	47
Hình 2.39. Đổi mật khẩu.....	47
Hình 2.40. Lịch sử đơn hàng.....	48
Hình 2.41. Chi tiết đơn hàng.....	49
Hình 2.42. Liên hệ.....	49

A. PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngành du lịch nông nghiệp và nông thôn có thể giúp tăng trưởng các ngành nghề sản xuất, bao gồm cả nông nghiệp, và được xem là cách để phát triển kinh tế khu vực nông thôn. Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025 tập trung vào tổ chức lại sản xuất trên nền tảng hợp tác và liên kết sản xuất, bảo quản, chế biến và kinh doanh nông sản và sản phẩm làng nghề. Việc phát triển du lịch nông nghiệp và nông thôn có thể giúp quảng bá hình ảnh làng quê, tiêu thụ nông sản và sản phẩm làng nghề, kích hoạt sự thay đổi nếp sống nông thôn theo hướng văn minh, đồng thời góp phần phát triển bền vững, thích ứng với biến đổi khí hậu. Chương trình phát triển sản phẩm OCOP cũng có thể gắn kết với việc xây dựng vùng nguyên liệu nông sản, dược liệu đặc trưng và bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, người sản xuất chưa có nhiều cơ hội để giới thiệu về sản phẩm, tập quán sản xuất cũng như không gian văn hóa của chính họ.

2. Lịch sử vấn đề

Chương trình OCOP "Mỗi xã một sản phẩm" là chương trình mục tiêu quốc gia do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề xuất. Quảng Bình đã triển khai chương trình từ năm 2018 và đã công nhận 39 sản phẩm cấp tỉnh. Hiện tại, các sản phẩm OCOP Quảng Bình chủ yếu được trưng bày và chào bán ở các hội chợ, triển lãm và gian hàng bán lẻ. Tuy nhiên, việc quảng bá và giới thiệu sản phẩm còn nhiều hạn chế. Một ý tưởng được đưa ra là thiết kế một website thương mại có giao diện của một web bán hàng để giúp quảng bá và chào bán sản phẩm OCOP Quảng Bình.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

Nghiên cứu thiết kế giao diện website thương mại điện tử "Sản phẩm OCOP Quảng Bình" để quảng bá rộng rãi về đặc sản vùng miền, tăng doanh số và lợi nhuận. Nhiệm vụ bao gồm thu thập tài liệu và thông tin liên quan, lên ý tưởng về website, lựa chọn công cụ, công nghệ thiết kế và phác họa sơ đồ website. Nghiên cứu cần tập trung vào các sản phẩm đặc sản của từng xã, phường. Các tiêu chí cần đáp ứng là thân thiện với người dùng, giao diện đẹp và tiện lợi khi sử dụng.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng: Sản phẩm giao diện người dùng có giá trị sử dụng thương mại dành cho đơn vị sản xuất, người bán hàng, khách hàng tiềm năng, nhà phân phối và nhà cung cấp dịch vụ điện tử,... chuyên mặt hàng OCOP Quảng Bình trên website.

- Phạm vi nghiên cứu:

- Công cụ: Sử dụng phần mềm Figma để thiết kế và phần mềm Miro để vẽ sơ đồ hệ thống.
- Nội dung: Thiết kế giao diện trang thương mại điện tử.
- Đối tượng người dùng: đơn vị sản xuất, người bán hàng, khách hàng tiềm năng, nhà phân phối và nhà cung cấp dịch vụ điện tử và những người quan tâm.
- Không gian: Quảng Bình và sản phẩm OCOP Quảng Bình, sàn giao dịch thương mại điện tử, Internet.

5. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu:

- Phương pháp quan sát: Tìm hiểu các website, xu hướng bán hàng trên Internet.
- Phương pháp khảo sát: Quá trình khảo sát được tiến hành theo 4 bước chính: Xây dựng phiếu điều tra; Tiến hành điều tra; Xử lý số liệu; Phân tích, đánh giá. Thu thập số liệu cần thiết phục vụ cho việc nghiên cứu đề tài, sử dụng điều tra bằng phương pháp khảo sát bằng hỏi thăm dò qua Internet đối với người dùng.
- Phương pháp khai thác và ứng dụng công nghệ trong thiết kế sử dụng các công nghệ, phần mềm để đồ họa, thiết kế giao diện người dùng.

6. Ý nghĩa và đóng góp thực tiễn của đề tài

Đề tài “Xây dựng và thiết kế trang thương mại điện tử “Sản phẩm OCOP Quảng Bình” là một sản phẩm cuối cùng, kết tinh các kỹ năng học được trong chuỗi học tập ở giảng đường đại học của tác giả. Nó thực sự là đứa con tinh thần

đầu tiên, mở ra những khát vọng, mong muốn đầy hứng khởi của chặng đường rèn luyện, học tập tiếp theo của tác giả sau khi tốt nghiệp.

Đề tài bắt nguồn từ cảm hứng và câu chuyện thực tế tại địa bàn Quảng Bình là quê hương của tác giả, dẫu ít hay nhiều, tác giả xây dựng website từ thực trạng giới thiệu những đặc sản có giá trị tại địa phương mình, góp phần nâng tầm các giá trị sản phẩm địa phương. Sản phẩm của đề tài có khả năng chuyển giao, sử dụng trong thực tế tại các doanh nghiệp, đơn vị kinh doanh, kết nối với người bán hàng, bà con nông dân tại Quảng Bình. Hoặc cũng có thể mà một trong những định hướng khởi nghiệp cho chính bản thân tác giả. Sản xuất sản phẩm OCOP cũng như đầu ra cho sản phẩm này đang là một trong những vấn đề quan tâm hàng đầu của Chương trình mục tiêu quốc gia đến năm 2025. Đề tài góp phần giải quyết những vấn đề mà địa phương Quảng Bình đang rất cần hỗ trợ bà con nông dân thực hiện chương trình “Mỗi địa phương một sản phẩm”.