**ĐỀ CƯƠNG THIẾT KẾ WEBSITE “KÝ SỰ MIỀN TÂY SÔNG NƯỚC” TRUYỀN TẢI VĂN HÓA VÀ DU LỊCH MIỀN TÂY NAM BỘ**

**I. PHẦN MỞ ĐẦU**

**1. Lý do chọn đề tài**

Miền Tây Nam Bộ là vùng đất giàu bản sắc văn hóa, thiên nhiên độc đáo với hệ thống sông ngòi, chợ nổi, lễ hội và ẩm thực phong phú. Tuy nhiên, việc truyền thông du lịch miền Tây vẫn còn ít, thiếu điểm nhấn hấp dẫn với du khách trẻ và quốc tế.  
Đề tài được lựa chọn với mục tiêu xây dựng một **website truyền thông đa phương tiện** nhằm **giới thiệu và quảng bá du lịch miền Tây Nam Bộ**, cung cấp trải nghiệm trực quan và hấp dẫn, đặc biệt cho **giới trẻ trong và ngoài nước**.

**2. Mục tiêu nghiên cứu**

* Mục tiêu tổng quát: Thiết kế giao diện và nội dung Website quảng bá du lịch miền Tây Nam Bộ.
* Mục tiêu cụ thể:
  + Tự sản xuất nội dung đa phương tiện (bài viết, ảnh, video...) truyền tải văn hóa, địa danh, ẩm thực
  + Áp dụng các nguyên tắc thiết kế UI/UX phù hợp với đối tượng người dùng yêu thích du lịch
  + Tích hợp tính năng chuyển đổi ngôn ngữ (Việt – Anh) giúp tiếp cận cả trong và ngoài nước

**3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

* Đối tượng nghiên cứu: Khách du lịch tiềm năng, đặc biệt là người trẻ trong và ngoài nước yêu thích khám phá vùng sông nước miền Tây
* Phạm vi nghiên cứu:
  + Không gian: 5 tỉnh miền Tây Nam Bộ
  + Thời gian: thực hiện trong học kỳ niên luận 2025
  + Nội dung: Thiết kế website tĩnh, không dùng backend, trình bày nội dung văn hóa - du lịch - ẩm thực - trải nghiệm bằng song ngữ

**4. Phương pháp nghiên cứu**

* Thu thập tư liệu về du lịch và văn hóa miền Tây từ nguồn chính thống
* Tự tạo nội dung thực tế: ảnh, bài viết, clip, infographic
* Ứng dụng HTML, CSS, JavaScript để xây dựng website
* Khảo sát người dùng thử nghiệm để cải thiện nội dung và giao diện (qua Google Form)

**II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT**

**1. Truyền thông du lịch thời đại số**

* Sự thay đổi trong hành vi tiếp cận thông tin du lịch của người dùng hiện đại
* Vai trò của website và hình ảnh trong quyết định du lịch

**2. Thiết kế website trong truyền thông du lịch**

* Nguyên tắc thiết kế giao diện hiệu quả
* Yếu tố thị giác, màu sắc, bố cục trong truyền tải cảm xúc du lịch

1. **Văn hóa - bản sắc địa phương miền Tây Nam Bộ**

* Khái quát về con người, phong tục, lễ hội, ẩm thực đặc trưng
* Tính biểu tượng và nét riêng từng địa phương trong vùng

**III. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG**

**1. Tìm năng du lịch miền Tây**

* 12 tỉnh miền Tây với hệ thống sông ngòi, chợ nổi, làng nghề, di tích lịch sử và lễ hội truyền thống
* Phù hợp với loại hình du lịch trải nghiệm, sinh thái, ẩm thực

**2. Hạn chế trong truyền thông du lịch hiện tại**

* Hình ảnh chưa nhất quán, website chưa đẹp mắt, ít song ngữ
* Nội dung thiếu tính cảm xúc và chưa tập trung trải nghiệm cá nhân

**IV. THIẾT KẾ WEBSITE**

**1. Tên website : Ký Sự Miền Tây Sông Nước**

Một không gian số kể lại hành trình khám phá miền Tây bằng bài viết, ảnh chụp, video và thiết kế mang tính cảm xúc, cá nhân hóa.

**2. Đặc điểm nổi bật:**

* Giao diện tối ưu cho desktop, tông mát xanh – trắng
* Tích hợp chuyển đổi ngôn ngữ Việt ↔ Anh
* Nội dung do người làm tự xây dựng(có thể tham khảo bài viết ngoài)

1. **Cấu trúc nội dung:**

* Trang chủ : Slogan, giới thiệu ngắn, hình ảnh vùng sông nước, dẫn vào từng chuyên mục
* Địa danh nổi bật: Giới thiệu các địa điểm tiêu biểu ở miền Tây (Cần Thơ, An Giang, Trà Vinh...)
* Ẩm thực đặc sắc: Các món đặc sản như hủ tiếu, bánh xèo, dừa sáp,.. kèm hình & mô tả
* Lễ hội - văn hóa: Ok Om Bok, Chợ nổi Cái Răng,... được kể dưới dạng story
* Trải nghiệm cá nhân: Viết Blog hoặc caua chuyện ngắn qua góc nhìn cá nhân
* Media( 1 video ngắn khoảng 15s): Do cá nhân tự dựng( hình ảnh sưu tầm)
* Form đánh giá & phản hồi (nếu có)

**V. TRIỂN KHAI VÀ ĐÁNH GIÁ CHIẾN DỊCH**

* **Thời gian thực hiện:** 6-7 tuần
* **Công cụ:** HTML, CSS, JavaScript, Canva/CapCut cho media
* **Nơi xuất bản:** GitHub Pages (miễn phí, dễ chia sẻ)
* **Đánh giá:** dựa trên chất lượng nội dung tự tạo, tính ứng dụng, cảm nhận người dùng và yếu tố thẩm mỹ

**VI. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ**

**1. Kết luận**

Qua quá trình thực hiện niên luận, đề tài **“Thiết kế website Ký Sự Miền Tây Sông Nước”** đã bước đầu đạt được mục tiêu giới thiệu văn hóa và du lịch miền Tây Nam Bộ thông qua một nền tảng số có giao diện hiện đại, đa phương tiện và song ngữ Việt – Anh.  
Sản phẩm tập trung thể hiện **bản sắc vùng đất sông nước** thông qua hình ảnh, bài viết, clip và trải nghiệm người dùng. Điểm nổi bật của đề tài là **nội dung do chính người thực hiện tự xây dựng**, mang dấu ấn cá nhân, từ đó thể hiện được khả năng tổng hợp, thiết kế và truyền thông phù hợp với chuyên ngành.

Việc sử dụng công cụ đơn giản như HTML, CSS và JavaScript đã giúp triển khai một website có tính tương tác nhẹ, đủ để mô phỏng trải nghiệm người dùng thực tế. Tính năng đổi ngôn ngữ và việc tối ưu bố cục cho thiết bị máy tính đã hỗ trợ làm rõ định hướng truyền tải thông tin đến người trong và ngoài nước.

Tuy website chỉ hoạt động ở mức tĩnh và còn nhiều hạn chế về chức năng, nhưng về mặt truyền thông, thẩm mỹ và nội dung trải nghiệm, sản phẩm đã thể hiện được tinh thần của một dự án truyền thông đa phương tiện ứng dụng thực tiễn.

1. **Kiến nghị**

* Về mặt kĩ thuật: Có thể phát triển thêm phiên bản mobile responsive, hoặc tích hợp thêm tính năng backend (PHP, Firebase, CMS...) để lưu phản hồi người dùng, tăng tính ứng dụng thực tế.
* Về mặt nội dung: Có thể mở rộng thêm nhiều địa phương trong 12 tỉnh miền Tây, mời người dân địa phương tham gia viết nội dung hoặc chia sẻ hình ảnh, tăng chiều sâu văn hóa.
* Về mặt giáo dục: Nên tiếp tục khuyến khích sinh viên ngành Truyền thông Đa phương tiện thực hiện các đề tài có tính ứng dụng cao như thiết kế website văn hóa, du lịch, nông sản… để lan tỏa bản sắc vùng miền bằng công nghệ.
* Triển khai thực tế: Nếu có sự kết nối với các tổ chức địa phương hoặc sở du lịch, sản phẩm này có thể được nâng cấp thành một kênh thông tin chính thức và được sử dụng trong các chương trình quảng bá du lịch địa phương.

**VII. TÀI LIỆU THAM KHẢO**

**VIII. PHỤ LỤC**