TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỌC VĂN LANG

**KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**

A red and black shield with white logo

Description automatically generated

**MÔ TẢ ĐỀ TÀI NHÓM**

**USER INTERFACE DESIGN**

BỘ MÔN: KỸ THUẬT PHẦN MỀM

2025

Mục Lục

[I. Kế hoạch triển khai dự án, phân công thành viên 4](#_Toc202604739)

[1. Bảng phân công 4](#_Toc202604740)

[2. Kế hoạch triển khai dự án: 4](#_Toc202604741)

[II. Cấu trúc website 5](#_Toc202604742)

[1. Trang chủ: 5](#_Toc202604743)

[2. Shop 6](#_Toc202604744)

[3. Sản phẩm 7](#_Toc202604745)

[III. Thói quen người dùng dựa trên đặc tính của website 8](#_Toc202604746)

[1. Người dùng ưu tiên trải nghiệm hình ảnh 8](#_Toc202604747)

[2. Người dùng so sánh và cân nhắc nhiều sản phẩm 9](#_Toc202604748)

[3. Người dùng quan tâm đến size và sự phù hợp cá nhân 9](#_Toc202604749)

[4. Người dùng có xu hướng xem đánh giá từ người khác 9](#_Toc202604750)

[5. Người dùng thích thao tác nhanh – đặc biệt trên di động 9](#_Toc202604751)

[6. Người dùng thích khuyến mãi và hiển thị rõ ràng ưu đãi 9](#_Toc202604752)

[7. Người dùng quay lại thường xuyên nếu trải nghiệm tốt 9](#_Toc202604753)

[IV. Hệ thống liên kết 10](#_Toc202604754)

[1. Thanh menu chính (Top navigation bar) có cấu trúc đơn giản, dễ hiểu: 10](#_Toc202604755)

[2. Có thêm biểu tượng: 10](#_Toc202604756)

[V. Tương tác trên web 10](#_Toc202604757)

[VI. Màu sắc 10](#_Toc202604758)

[VII. Hình thức thể hiện 11](#_Toc202604759)

[1. Bố cục giao diện (Layout) 11](#_Toc202604760)

[2. Tông màu và hình ảnh 11](#_Toc202604761)

[3. Tương tác người dùng 11](#_Toc202604762)

[4. Tính thẩm mỹ và thương hiệu 11](#_Toc202604763)

[VIII.Sitemap 12](#_Toc202604764)

[1. User flow 12](#_Toc202604765)

[2. Wireframe 13](#_Toc202604766)

# Kế hoạch triển khai dự án, phân công thành viên

## Bảng phân công

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bảng Phân Công** | | | | | |
| **STT** | **MSSV** | **Họ tên** | **Công việc** | **Ngày bắt đầu** | **Ngày kết thúc** |
| 1 | 2374802010186 | Nguyễn Trương Đức Huy | Viết báo cáo lần 1 | 30/6 | 30/6 |
| Thiết kế Figma | 1/6 | 6/7 |
| Thiết kế Bootstrap | 7/7 | 13/7 |
| Thuyết trình |  |  |
| 2 | 2374802010192 | Trần Võ Huy | Thiết kế Figma | 1/6 | 6/7 |
| Thiết kế Bootstrap | 7/7 | 13/7 |
| Viết báo cáo lần 2 | 14/7 | 15/7 |
| Upload lên Github |
| Thuyết trình |  |  |

## Kế hoạch triển khai dự án:

### Processing – 60%

#### Tuần 7: Viết tài liệu (Document)

Phân tích yêu cầu người dùng.

Xác định cấu trúc website, sitemap và user flow.

Phân công nhiệm vụ cho từng thành viên.

Xây dựng định hướng màu sắc, bố cục và hành vi người dùng.

#### Tuần 8: Thiết kế Figma

Thiết kế wireframe các trang chính như: Trang chủ, Sản phẩm, Liên hệ, Đăng nhập,...

Lựa chọn màu sắc, font chữ, hình ảnh phù hợp.

Kèm theo chỉnh sửa hình ảnh qua Canva.

Thống nhất phong cách UI/UX cho toàn bộ giao diện.

#### Tuần 9: Chuyển sang Bootstrap

Mã hóa giao diện Figma thành HTML/CSS sử dụng Bootstrap.

Đảm bảo giao diện hiển thị tốt trên mọi thiết bị (responsive).

Tối ưu hoá hiệu suất giao diện và trải nghiệm người dùng.

#### Tuần 10: Upload GitHub

Tạo repository GitHub cho dự án.

Upload mã nguồn, file Figma, và tài liệu báo cáo.

Viết file README hướng dẫn cài đặt và sử dụng sản phẩm.

### Presentation – 40%

#### Tuần 11: Thuyết trình dự án

Chuẩn bị slide trình bày nội dung: mục tiêu, quy trình, thiết kế và demo.

Phân chia nội dung thuyết trình rõ ràng cho từng thành viên.

Luyện tập trước buổi thuyết trình chính thức.

Địa điểm trình bày: Đang cập nhật (Location: updating...)

# Cấu trúc website

## Trang chủ:

**Header:**

**Mô tả**: cố định khi cuộn (sticky), thiết kế tối giản và hiện đại, nền trắng, gồm logo ở giữa và menu điều hướng hai bên.

**Chức năng:**

**Logo (trái):**

* Nhấp vào để về trang chủ.

**Menu chính(giữa):**

* SHOP( vào trang shop)
* DRAGON BALL Z( các sản phẩm liên quan tới DRAGON BALL Z)
* COLLAB’S( các sản phẩm hợp tác)
* CONTACT( liên hệ)
* ABOUT US( trang giới thiệu)
* BEST SELLER( sản phẩm bán chạy)

**Biểu tượng chức năng (góc phải):**

* Tìm kiếm
* Tài khoản
* Giỏ hàng (có số lượng)
* Chọn Tiếng Việt hoặc Tiếng Anh

**Chức năng khác:**

* Sticky Header (cố định khi cuộn)
* Responsive (menu thu gọn trên mobile)

**Banner sự kiện (Hero Banner)**

**Mô tả:** Hình ảnh lớn nổi bật trên cùng trang.

**Chức năng:**

* Tự động trượt hoặc chuyển ảnh theo thời gian.
* Nhấn vào banner để chuyển tới chi tiết sự kiện hoặc trang sản phẩm.
* Có nút “Xem chi tiết” hoặc “Mua ngay”.

**Danh sách sản phẩm Best Seller**

**Mô tả:** Phần hiển thị các sản phẩm bán chạy nhất.

**Chức năng:**

* Mỗi sản phẩm có hình ảnh, tên, giá, và nút “Thêm vào giỏ hàng”.
* Cho phép lọc theo loại sản phẩm hoặc xem tất cả.
* Hover chuột sẽ hiển thị thêm thông tin nhanh.

**Thông tin liên hệ (Contact Section)**

**Mô tả** : Nằm cuối hoặc gần cuối trang, giúp người dùng dễ liên hệ.

**Chức năng:**

* Hiển thị địa chỉ, số điện thoại, email.
* Có nút “Gửi phản hồi” dẫn tới trang Liên hệ.

**Footer**

**Mô tả:** Footer cung cấp các thông tin quan trọng về cửa hàng, mạng xã hội, chính sách, fanpage… giúp người dùng dễ tra cứu & tạo sự tin cậy.

**Chức năng Footer**

**Hệ thống cửa hàng**

**Chức năng:**

* Danh sách địa chỉ các chi nhánh (tên + địa chỉ cụ thể).
* Có thể kèm link bản đồ Google Maps hoặc nút "Xem bản đồ".
* Giờ hoạt động (nếu có): VD “Mở cửa 9:00 – 21:00 hàng ngày”.

**Mạng xã hội**

**Chức năng:**

Icon + link mạng xã hội:

Facebook (fanpage)

Instagram

TikTok

Các icon đặt hàng ngang, nổi bật dễ nhận diện.

**Chính sách**

**Chức năng:**

Các liên kết quan trọng (click để mở trang tương ứng):

Chính sách đổi/trả hàng

Chính sách bảo mật thông tin

Hướng dẫn thanh toán

Hướng dẫn mua hàng

Điều khoản sử dụng

**Fanpage Facebook**

**Chức năng:**

Embed fanpage Facebook trực tiếp:

Hiển thị avatar, tên fanpage, nút “Like” và bài đăng mới.

Người dùng có thể tương tác hoặc nhấn theo dõi ngay từ footer.

Giao diện nhỏ gọn, responsive với mobile.

## Shop

**Header:**

**Mô tả**: cố định khi cuộn (sticky), thiết kế tối giản và hiện đại, nền trắng, gồm logo ở giữa và menu điều hướng hai bên.

**Chức năng:**

**Logo (trái):**

* Nhấp vào để về trang chủ.

**Menu chính(giữa):**

* SHOP( vào trang shop)
* DRAGON BALL Z( các sản phẩm liên quan tới DRAGON BALL Z)
* COLLAB’S( các sản phẩm hợp tác)
* CONTACT( liên hệ)
* ABOUT US( trang giới thiệu)
* BEST SELLER( sản phẩm bán chạy)

**Biểu tượng chức năng (góc phải):**

* Tìm kiếm
* Tài khoản
* Giỏ hàng (có số lượng)
* Chọn Tiếng Việt hoặc Tiếng Anh

**Chức năng khác:**

* Sticky Header (cố định khi cuộn)
* Responsive (menu thu gọn trên mobile)

**Banner / Hero**

**Mô tả:** Phần hình ảnh lớn đầu trang, giới thiệu chiến dịch nổi bật (BST mới, khuyến mãi...).

**Chức năng:**

Slideshow tự chạy 3–5 giây; hỗ trợ thao tác vuốt trên di động.

**NAV Sort & Bộ lọc (Sidebar / Toolbar**)

**Mô tả:**  
Phần điều hướng và lọc giúp người dùng dễ tìm sản phẩm theo nhu cầu.

**Chức năng:**

* Thanh danh mục (Category filter): danh sách loại sản phẩm (Áo, Quần, Phụ kiện …).
* Bộ lọc bổ sung (Collapse/Accordion):
* Giá (khoảng kéo hoặc preset);
* Kích thước / Màu;
* Thương hiệu;
* Đánh giá (sao).
* Thanh sắp xếp (Sort bar) ở trên cùng danh sách:
* Sắp xếp “Mới nhất”, “Bán chạy”, “Giá ↑”, “Giá ↓”.
* Kèm icon mũi tên để người dùng nhận biết trạng thái sort.
* Hiển thị “X sản phẩm” sau khi lọc, cập nhật realtime.

**Product Grid**

**Mô tả:**  
Lưới hiển thị sản phẩm chính, hiển thị nhiều định dạng thiết bị (responsive).

**Chức năng:**

* Lưới 3–4 cột desktop, 2 cột tablet, 1 cột mobile (responsive).
* Thẻ sản phẩm bao gồm:
* Hình ảnh (hover đổi ảnh thứ 2).
* Tên sản phẩm (tối đa 2 dòng, ellipsis).
* Giá: giá gốc (gạch ngang) + giá khuyến mãi.
* Nhãn “Best Seller”, “New” hoặc % giảm.

**Phân trang / Vô tận:**

**Mô tả:**  
Phần giúp người dùng dễ dàng liên hệ hoặc nhận hỗ trợ nhanh chóng.

**Chức năng:**

* Tải thêm bằng nút “Xem thêm” hoặc cuộn vô tận (infinite scroll) tuỳ chiến lược UX.
* Liên hệ
* Thanh “Nhận tư vấn” ngay dưới lưới hoặc cạnh footer:
* SĐT hotline & icon chat (Messenger/Zalo).
* Background màu phụ (accent) để tách biệt khỏi sản phẩm.

**Footer**

**Mô tả:** Footer cung cấp các thông tin quan trọng về cửa hàng, mạng xã hội, chính sách, fanpage… giúp người dùng dễ tra cứu & tạo sự tin cậy.

**Chức năng Footer**

**Hệ thống cửa hàng**

**Chức năng:**

* Danh sách địa chỉ các chi nhánh (tên + địa chỉ cụ thể).
* Có thể kèm link bản đồ Google Maps hoặc nút "Xem bản đồ".
* Giờ hoạt động (nếu có): VD “Mở cửa 9:00 – 21:00 hàng ngày”.

**Mạng xã hội**

**Chức năng:**

Icon + link mạng xã hội:

Facebook (fanpage)

Instagram

TikTok

Các icon đặt hàng ngang, nổi bật dễ nhận diện.

**Chính sách**

**Chức năng:**

Các liên kết quan trọng (click để mở trang tương ứng):

Chính sách đổi/trả hàng

Chính sách bảo mật thông tin

Hướng dẫn thanh toán

Hướng dẫn mua hàng

Điều khoản sử dụng

**Fanpage Facebook**

**Chức năng:**

Embed fanpage Facebook trực tiếp:

Hiển thị avatar, tên fanpage, nút “Like” và bài đăng mới.

Người dùng có thể tương tác hoặc nhấn theo dõi ngay từ footer.

Giao diện nhỏ gọn, responsive với mobile.

## Sản phẩm

**Header:**

**Mô tả**: cố định khi cuộn (sticky), thiết kế tối giản và hiện đại, nền trắng, gồm logo ở giữa và menu điều hướng hai bên.

**Tính năng:**

* **Logo (trái):**
  + Nhấp vào để về trang chủ.
* **Menu chính(giữa):**
  + SHOP( vào trang shop)
  + DRAGON BALL Z( các sản phẩm liên quan tới DRAGON BALL Z)
  + COLLAB’S( các sản phẩm hợp tác)
  + CONTACT( liên hệ)
  + ABOUT US( trang giới thiệu)
  + BEST SELLER( sản phẩm bán chạy)
* **Biểu tượng chức năng (góc phải):**
  + Tìm kiếm
  + Tài khoản
  + Giỏ hàng (có số lượng)
  + Chọn Tiếng Việt hoặc Tiếng Anh
* **Tính năng khác:**
  + Sticky Header (cố định khi cuộn)
  + Responsive (menu thu gọn trên mobile)

**Bố cục tổng quát:**

* Hai cột chính (desktop) / Xếp dọc (mobile)
* Cột trái – Khu vực hình ảnh.
* Cột phải – Thông tin sản phẩm & thao tác mua.

**Khu vực ảnh bên trái:**

**Mô tả:** Trưng bày ảnh sản phẩm chính và ảnh phụ (thumbnails).

**Chức năng:**

* Ảnh sản phẩm lớn (hero) chiếm ~65 % chiều rộng cột.
* Thumbnails dọc cạnh trái (hoặc bên dưới trên mobile): 4 – 6 hình, click/hover sẽ thay ảnh chính.
* Zoomin khi rê chuột hoặc pinchtozoom trên di động.
* Biểu tượng video (nếu có) hiển thị trong thumbnails, mở lightbox.

**Khu vực chi tiết & thao tác mua (cột phải)**

**Mô tả:** Hiển thị chi tiết sản phẩm và các thao tác đặt mua.

**Chức năng:**

* Tiêu đề + Mã sản phẩm.
* Xếp hạng (sao) + số đánh giá → link xuống phần review.
* Giá: giá gốc gạch ngang + giá khuyến mãi (highlight).
* Mô tả ngắn: 3–4 dòng, kèm tooltip “Xem thêm”.
* Đặt hàng theo size
* Selector size (XS / S / M / L / XL) dạng nút tròn; size hết hàng bị mờ & disable.
* Hướng dẫn đo size (link modal).
* Địa chỉ còn hàng / Kho
* Dropdown chọn cửa hàng hoặc kho online.
* Hiển thị trạng thái: “Còn 3 chiếc tại Chi nhánh Q.1” / “Hết hàng”.
* Nếu hết ở mọi nơi → nút Thông báo khi có.
* Nút hành động
* Thêm vào giỏ hàng (Add to Cart): lớn, màu chủ đạo.
* Mua ngay (Buy Now): nút phụ, dẫn thẳng tới trang thanh toán.
* Yêu thích (icon tim), Chia sẻ (Facebook, Zalo).

**Hình ảnh chi tiết sản phẩm**

**Mô tả:**  
Bộ sưu tập ảnh bổ sung sau phần mô tả ngắn.

**Chức năng:**

* Dưới ảnh sản phẩm: Bộ sưu tập ảnh hiển thị dạng masonry hoặc carousel (cận cảnh chất liệu, góc 360°, ảnh lifestyle).
* Ảnh đủ độ phân giải, nén WebP; lazyload dưới màn hình đầu tiên.

**Sản phẩm khác / Gợi ý cho bạn**

**Mô tả:**  
Hiển thị các sản phẩm được đề xuất bên dưới trang.

**Chức năng:**

* Tiêu đề “Sản phẩm liên quan” hoặc “Có thể bạn thích”.
* Carousel ngang 4–5 item (desktop), swipe ngang (mobile).
* Mỗi thẻ gồm ảnh, tên, giá, nhãn “New”/“Sale”, nút mini “+ Giỏ”.
* Thuật toán gợi ý: cùng danh mục, hoặc “khách cũng mua”.

**Footer**

**Mô tả:** Footer cung cấp các thông tin quan trọng về cửa hàng, mạng xã hội, chính sách, fanpage… giúp người dùng dễ tra cứu & tạo sự tin cậy.

**Chức năng Footer**

**Hệ thống cửa hàng**

**Chức năng:**

* Danh sách địa chỉ các chi nhánh (tên + địa chỉ cụ thể).
* Có thể kèm link bản đồ Google Maps hoặc nút "Xem bản đồ".
* Giờ hoạt động (nếu có): VD “Mở cửa 9:00 – 21:00 hàng ngày”.

**Mạng xã hội**

**Chức năng:**

Icon + link mạng xã hội:

Facebook (fanpage)

Instagram

TikTok

Các icon đặt hàng ngang, nổi bật dễ nhận diện.

**Chính sách**

**Chức năng:**

Các liên kết quan trọng (click để mở trang tương ứng):

Chính sách đổi/trả hàng

Chính sách bảo mật thông tin

Hướng dẫn thanh toán

Hướng dẫn mua hàng

Điều khoản sử dụng

**Fanpage Facebook**

**Chức năng:**

Embed fanpage Facebook trực tiếp:

Hiển thị avatar, tên fanpage, nút “Like” và bài đăng mới.

Người dùng có thể tương tác hoặc nhấn theo dõi ngay từ footer.

Giao diện nhỏ gọn, responsive với mobile.

# Thói quen người dùng dựa trên đặc tính của website

## Người dùng ưu tiên trải nghiệm hình ảnh

Đặc tính hàng đầu của website thời trang là hình ảnh sản phẩm.

Người dùng thường xem ảnh trước khi đọc mô tả, đặc biệt là các ảnh cận cảnh, ảnh mẫu mặc, góc chụp đa chiều.

Do đó, ảnh cần rõ nét, hiển thị nhanh và hỗ trợ zoom / xem toàn màn hình.

## Người dùng so sánh và cân nhắc nhiều sản phẩm

Hành vi phổ biến là xem nhiều sản phẩm cùng loại trước khi quyết định.

Người dùng thường duyệt qua 3–5 sản phẩm tương tự, so sánh giá, mẫu mã, màu sắc, size.

Vì vậy, cần có bộ lọc (filter) và gợi ý sản phẩm liên quan để giữ chân họ trong site.

## Người dùng quan tâm đến size và sự phù hợp cá nhân

Trước khi mua, người dùng thường tìm kiếm bảng size, hướng dẫn chọn kích cỡ, chất liệu vải.

Họ cũng chú ý đến việc sản phẩm còn hàng không, có những size nào, và chính sách đổi trả.

## Người dùng có xu hướng xem đánh giá từ người khác

Trải nghiệm thực tế từ người mua trước (review, ảnh thật) ảnh hưởng mạnh đến quyết định mua hàng.

Các đánh giá giúp tăng độ tin cậy, nhất là khi bán online.

## Người dùng thích thao tác nhanh – đặc biệt trên di động

Phần lớn người dùng truy cập từ thiết bị di động (điện thoại).

Họ có xu hướng thao tác nhanh, ít cuộn, thích các nút nổi bật như “Thêm vào giỏ”, “Mua ngay”.

Vì vậy, cần giao diện đơn giản, dễ bấm, rõ ràng, có thể mua hàng trong 1–2 thao tác.

## Người dùng thích khuyến mãi và hiển thị rõ ràng ưu đãi

Người dùng thường nhấn mạnh yếu tố giá cả, đặc biệt là các nhãn “Sale”, “Giảm giá”, “Best seller”.

Giao diện cần thể hiện nổi bật mức giảm giá, thời gian khuyến mãi, quà tặng kèm…

## Người dùng quay lại thường xuyên nếu trải nghiệm tốt

Nếu website dễ dùng, giao diện đẹp, giao hàng uy tín thì tỷ lệ quay lại mua lần 2 rất cao.

Do đó, cần tối ưu tốc độ tải trang, hỗ trợ khách hàng nhanh chóng, và giữ giao diện nhất quán.

# Hệ thống liên kết

## Thanh menu chính (Top navigation bar) có cấu trúc đơn giản, dễ hiểu:

Shop

Dragon Ball Z (Bộ sưu tập đặc biệt)

Collab’s

Contact

About us

Best seller

## Có thêm biểu tượng:

Tìm kiếm

Tài khoản (user icon)

Giỏ hàng

Chuyển ngôn ngữ (Vi / En)

# Tương tác trên web

Dễ dàng click vào các mục menu để đi đến các trang con.

Biểu tượng tìm kiếm hiển thị ô nhập khi click (trực quan).

Biểu tượng ngôn ngữ cho phép chuyển đổi giữa tiếng Việt và tiếng Anh.

Dường như có hỗ trợ tương tác mua sắm như thêm giỏ hàng, tài khoản cá nhân (dựa vào icon có sẵn).

# Màu sắc

Màu nền trắng giúp sản phẩm nổi bật.

Tông màu chủ đạo là trung tính (đen – trắng – xám), làm nổi bật các sản phẩm nhiều màu sắc.

Trang phục của người mẫu đa dạng màu, khiến giao diện sinh động và thu hút.

Font chữ đen nổi bật, dễ đọc.

# Hình thức thể hiện

Trang web DirtyCoins.vn được thiết kế theo phong cách thời trang đường phố (streetwear) hiện đại, phản ánh đúng tinh thần trẻ trung, cá tính và nổi bật của thương hiệu. Giao diện được thể hiện rõ ràng, trực quan, tập trung vào trải nghiệm người dùng (UX) và khả năng chuyển đổi mua hàng (UI).

## Bố cục giao diện (Layout)

Header gồm logo thương hiệu, thanh điều hướng chính, thanh tìm kiếm, biểu tượng tài khoản và giỏ hàng.

Trang chủ sử dụng hình ảnh người mẫu diện sản phẩm nổi bật, thu hút thị giác ngay từ đầu.

Các mục sản phẩm được phân loại rõ ràng theo danh mục (Tops, Bottoms, Outerwear, Accessories,…), giúp người dùng dễ tìm kiếm.

Footer cung cấp các liên kết nhanh, thông tin liên hệ và mạng xã hội.

## Tông màu và hình ảnh

Tông màu chủ đạo là đen – trắng – xám, tối giản nhưng cá tính, làm nổi bật sản phẩm.

Hình ảnh chất lượng cao, thường là người mẫu mặc đồ DirtyCoins trong phong cách phối hợp ấn tượng.

Font chữ đậm, dễ đọc, phù hợp với tinh thần mạnh mẽ của thương hiệu.

## Tương tác người dùng

Website phản hồi nhanh, thao tác mượt, dễ sử dụng trên cả desktop và mobile.

Các nút bấm như “Thêm vào giỏ hàng”, “Xem chi tiết”, “Tìm kiếm” được thiết kế rõ ràng.

Có hỗ trợ chuyển đổi ngôn ngữ (Việt – Anh) phù hợp với đối tượng trong nước và quốc tế.

## Tính thẩm mỹ và thương hiệu

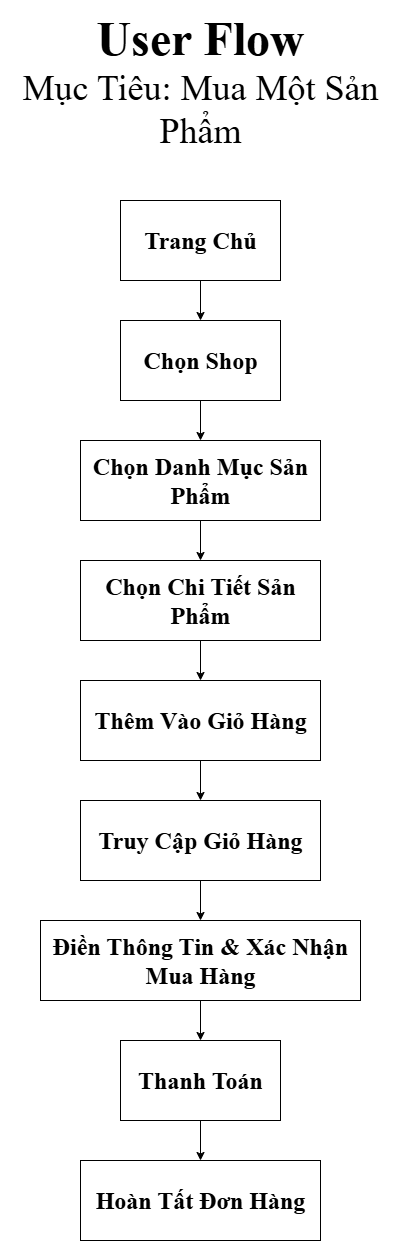
Hình thức thể hiện nhất quán, giữ được bản sắc thương hiệu DirtyCoins.

Các bộ sưu tập đặc biệt (như Dragon Ball Z Collab) được trình bày bắt mắt, thu hút sự chú ý.

Trình bày hiện đại, phù hợp với thị hiếu giới trẻ yêu thích thời trang và văn hóa hiphop.

# Sitemap

## User flow



## Wireframe

