1. **Giới thiệu về facebook**

* Facebook là công ty đa quốc gia của Mỹ sở hữu mạng xã hội trực tuyến cùng tên, sáng lập bởi Mark Zuckerberg cùng với bạn bè khi còn theo đại học Harvard.
* Có khoảng 1,19 tỷ tài khoảng người dùng (tháng 9 năm 2013) và tính đến tháng 6/2017 có hơn 2 tỷ người sử dụng sản phẩm của họ.
* Được viết bằng ngôn ngữ máy tính C++ và PHP
* Alexa rank : hạng 2 (tháng 1 năm 2014)
* **là mạng xã hội hàng đầu trên thế giới hiện nay và đứng số 1 tại Việt Nam.** Mạng xã hội có nghĩa là nơi kết nối mọi người ở mọi nơi lại với nhau. Nơi các thành viên tương tác với nhau như chat, tải hình ảnh lên, bình luận… Facebook xoá tan mọi khoảng cách địa lý giống như mạng Internet.
* Các chức năng của Facebook:
* Chat. Bạn có dễ dàng trò chuyện với bạn bè mọi lúc mọi nơi chỉ cần có mạng Internet để lên là được.
* Khả năng tìm kiếm bạn bè dễ dàng. Bạn có thể dễ dàng tìm được bạn bè qua địa chỉ email hoặc số điện thoại, thậm chí nếu bạn không biết thì chỉ cần có bạn chung vẫn tìm được. Hoặc có thể tìm bằng cách search tên họ mà cách này thường khó tìm được.
* Đủ các trò chơi giải trí. Do đó có một số người chủ yếu dùng facebook chỉ để chơi game
* Tận dụng làm nơi bán hàng. Như lập fanpage chạy quảng cáo để quảng bá thương hiệu sản phẩm của mình.
* Khả năng tag hình ảnh.
* Khả năng tương tác giữa bạn bè lẫn nhau rất cao. Ví dụ như kết bạn và theo dõi người đó thì người đó làm gì bạn cũng có thể xem được.

1. **Lịch sử hình thành**

* Facebook được hình thành từ ý tưởng từ Mark Zuckerberg khi còn đang học năm 2 tại đại học Harvard. Cuối 2002, Mark đã sử dụng ảnh của các sinh viên mà anh đã hack được từ dữ liệu của trường Harvard và cho ra đời trang web mang tên “FaceMash”, được lấy ý tưởng từ Hot or Not đang được nổi tiếng thời ấy. Đây là tiền đề sơ khai tạo nên Facebook sau này. Dù được đông đảo sinh viên hưởng ứng nhưng Mark vẫn bị kỷ lục vì đã vi phạm quy chế, buộc anh phải gỡ bỏ trang FaceMash . Ngày 4/2/2004 anh cho ra đời TheFacebook.com (mạng xã hội lớn nhất hiện tại) nhưng chỉ được hoạt động trong trường Harvard. Một tuần sau khi cho ra đời TheFacebook. Mark đã bị 3 sinh viên khóa trên là Divya Narendra, Cameron và Tyler Winklevoss kiện do đã đồng ý thực hiện website mang tên HarvardConnection.com cho họ nhưng anh hủy cam kết và đem ý tưởng đó tạo ra TheFacebook.
* Trong vòng một tháng sau khi thefacebook ra đời thì có tới nửa số sinh viên trường Harvard đã đăng ký thành viên. Nó đã nhanh chóng lan truyền sang các trường đại học khác như đại học Yale, Columbia và Standford. Sau đó cùng với bạn của mình. Mark quyết định phát triển theo hướng kinh doanh. Cũng trong năm 2004, Mark Zuckerberg bỏ học tại Harvard để tập trung phát triển trang mạng xã hội của mình và đổi tên nó thành Facebook.
* Công ty Facebook của Mark có chủ tịch đầu tiên là Sean Parker. Sau đó, Facebook dời trụ sở đến văn phòng nhỏ tại thành phố Palo Alto thuộc California, Mỹ. Facebook khi đó được 500.000 USD đầu tư từ Peter Thiel và Elon Musk - 2 cựu điều hành của PayPal. Đây là cột mốc cho sự phát triển nhanh chóng của mạng xã hội này.  Năm 2006, tính năng News Feed được tung ra, cho phép người dùng theo dõi hoạt động của nhau theo thời gian thực. Đầu năm 2008, Sheryl Sandberg gia nhập Facebook và trở thành COO của công ty. Đây cũng là thời điểm smartphone bắt đầu nở rộ, mang lại nhiều người dùng hơn cho Facebook. Công ty dời trụ sở đến Standford Research Park tại Palo Alto. Cuối năm 2010, Facebook có đến 1 tỷ lượt truy cập mỗi tháng và nhanh chóng trở nên chật chội, Facebook tiếp tục dời quân đến một khuôn viên thuộc quản lý của Oracle. Năm 2014, Facebook có đến 1,23 tỷ lượt truy cập mỗi tháng, một tỷ trong số đó đến từ thiết bị di động. Dưới sự lãnh đạo của Mark Zuckerberg, Facebook đang thực hiện sứ mệnh cung cấp Internet cho mọi người trên thế giới. Năm 2016, công ty đã mở rộng thêm khuôn viên cho 2.800 nhân viên. Anh cũng nhắn nhủ với các nhà đầu tư của mình “Chúng ta không tạo nên dịch vụ để kiếm tiền, chúng ta kiếm tiền để phát triển dịch vụ tốt hơn”.

1. **Đặc điểm của facebook**

* Theo dõi tất cả các mục tạo nên doanh nghiệp và sử dụng chúng phù hợp với quảng cáo của bạn-
* Phân phối quảng cáo được nhắm mục tiêu đến những người đã thể hiện sự quan tâm đến doanh nghiệp của bạn thông qua quảng cáo động.
* Hiển thị khoảng không quảng cáo cho những người đang trải nghiệm toàn màn hình chân thực trên thiết bị di động thông qua quảng cáo bộ sưu tập
* Kết nối danh mục có sẵn trên một nền tảng khác (như Google hoặc WooCommerce) với Facebook
* Tính năng
  1. Cập nhật trạng thái (Status)
* Facebook là nơi để bạn chia sẻ những cung bật cảm xúc của mình. Bạn dễ dàng thấy và đăng tải rất nhiều status mang các thể loại cảm xúc khác nhau. Có thể là khó chịu, vui vẻ hay đôi khi lại là một câu triết lý để nghiền ngẫm và thậm chí là những status đem lại tiếng cười.
* Đừng hỏi tại sao khi mọi người có thói quen cập nhật trạng thái của họ một cách thường xuyên! Đơn giản chỉ vì họ muốn được chia sẽ cảm xúc, truyền tải thông tin đến mọi người và một điều quan trọng nhất là họ muốn được nhiều người quan tâm cũng như chú ý đến họ nhiều hơn. Có thể bạn cũng sẽ như vậy…
* Thế thì tại sao mọi người lại thích chia sẻ cảm xúc của mình lên Facebook? Đó cũng giống như việc bạn tâm sự với người khác hoặc muốn khiến mọi người chú ý đến.
* Đừng hỏi tại sao khi mọi người có thói quen cập nhật trạng thái của họ một cách thường xuyên! Đơn giản chỉ vì họ muốn được chia sẽ cảm xúc, truyền tải thông tin đến mọi người và một điều quan trọng nhất là họ muốn được nhiều người quan tâm cũng như chú ý đến họ nhiều hơn. Có thể bạn cũng sẽ như vậy...
  1. Thể hiện sự thích thú và bài tỏ ý kiến của bản thân (Like và comment)
* Không biết từ khi nào mà nút "Like" trở nên quan trọng đối với người dùng Facebook. Giống như việc đăng status, like và comment cũng là công cụ giúp người dùng thể hiện cảm xúc và ý kiến riêng của mình.
* Mặc dù Facebook là một mạng xã hội ảo nhưng việc like và comment có tác động rất lớn đến người thật, việc thật. Đã bao giờ bạn đăng một status hay upload một bức ảnh và "mong muốn" rằng không có ai like hay comment chưa? Đó chỉ là một trong những lý do mà Facebook trở nên hấp dẫn với người dùng hơn bao giờ hết, cảm giác được nhiều người biết đến và nhiều người quan tâm khiến bạn luôn cảm thấy tuyệt vời.
* Song, đó cũng có thể là con dao 2 lưỡi. Like còn có ý nghĩa thương mại đối với các công ty marketing, bán hàng online hay những ai muốn thu hút được sự chú ý. Với những người dùng "nghiện nặng" và có suy nghĩ mang tính ảo tưởng trên Facebook, việc "Like" có khi còn đem lại nhiều tác hại khiến chính bản thân họ phải "chầu chực", bồi hồi cảm xúc cho việc xem mình được bao nhiêu "like", lãng phí thời gian và tìm mọi cách để tăng like.
  1. Chặn những gì mình không thích (Block)
* Facebook tích hợp sẵn tính năng "Block" nhằm mục đích giúp tài khoản của bạn được theo ý muốn cao nhất có thể. Có nhiều nội dung hoặc người mà bạn không thích nhưng lại xuất hiện trên Newsfeed quá nhiều. Chỉ đơn giản một cú "click" thì bạn sẽ không phải thấy những điều ấy nữa.
  1. Upload ảnh và check-in
* Bạn đi du lịch và có một trải nghiệm thú vị hay vừa mua một món đồ mới và bạn muốn chia sẽ với mọi người, mọi việc đã trở nên đơn giản hơn khi có Facebook. Ngoài ra, Facebook còn thu hút một cộng đồng lớn những người đam mê về nhiếp ảnh. Để thể hiện rõ sự quan tâm về nhu cầu chia sẻ hình ảnh của cộng đồng người dùng, nhà sáng lập Facebook đã mua lại Instagram, đây cũng là một minh chứng cho việc ấy.
* Facebook:
* Cung cấp dịch vụ tiện ích trực tuyến để phục vụ các hành vi xã hội trong một cộng đồng ngoại tuyến. Facebook tạo ra môi trường cho các hoạt động trí tuệ, xoay quanh mối quan hệ giữa con người; cho phép chia sẻ quan điểm, suy nghĩ, thông tin và tương tác với nhau.​
* Hạn chế đăng ký thành viên ( và các hành vi khác) để tạo ra sự thèm muốn các dịch vụ trực tuyến ( tạo làn sóng đăng ký thông qua hình thức marketing truyền khẩu)​
* Facebook là tổng hợp của một chuỗi các cộng đồng vi mô đã được thâm nhập sâu​
* Xây dựng nhận thức thương hiệu mạnh dựa trên người dùng và quảng cáo, các sáng lập viên được sự tín nhiệm của các học viên ( trong thời gian khởi sự Facebook)​
* Facebook cung cấp một mạng xã hội được tiêu chuẩn hoá và tự điều khiển/ linh hoạt – một cổng dừng chân được cá nhân hoá cao phục vụ kết nối trực tuyến – người sử dụng có thể lập trình ra trang của riêng họ với các ứng dụng kéo-và-thả liên tục được tạo mới, có giao diện người sử dụng đơn giản, sạch, bảo mật và ổn định.​
* Người sử dụng thích được giới thiệu bản thân của họ và kết nối với bạn bè trong một môi trường được bảo vệ, nơi những người được họ tin tưởng và biết nằm trong mạng lưới của họ và họ không cảm thấy bị xâm hại hoặc cưỡng chế xem quảng cáo.​
* Quảng cáo của Facebook được cá nhân hoá và dựa trên tính truyền miệng, đàm luận.​
* Và một số tính năng nổi bật được cập nhật ở phần đầu tiên