**TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA HÀ NỘI**

**Viện Công nghệ Thông tin và Truyền thông**

**Bộ môn Công nghệ Phần mềm**

**BÁO CÁO TIẾN ĐỘ THỰC HIỆN CÔNG VIỆC THEO ĐỀ CƯƠNG**

**Chương trình đào tạo :Kỹ sư**

**Loại hình : ĐATN ĐH**

**Tuần 3**

|  |
| --- |
| **Họ và tên sinh viên: Đặng Như Thủy**  **Lớp: Việt Nhật B Khóa : K59 Điện thoại: 0987040854 Email: NeverSayNeverLoveMD@gmail.com** |
| **Giáo viên hướng dẫn:** T.S. Vũ Thị Hương Giang  **Điện thoại:** 0126 6016 898  **Email:** vthgiang@gmail.com  **Nơi công tác:** Bộ môn Công nghệ Phần mềm, Viện Công nghệ Thông tin và Truyền thông, Đại học Bách Khoa Hà Nội |
| **Nội dung GR:** Nghiên cứu tài liệu, tìm hiểu về UI/UX (User Interface/User Experience) và phát triển ứng dụng áp dụng lý thuyết về UI,UX.  **Loại hình:** Nghiên cứu và Phát triển ứng dụng. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Thời gian thực hiện** | **Công việc dự kiến thực hiện**  **(theo đề cương)** | **Công việc đã thực hiện**  **(liệt kê)** | **Mức độ hoàn thành công việc so với dự kiến** | **Các vấn đề còn tồn tại** |
| 1 | **Từ 1/02 /2018 đến 4/02 /2018** | 1. Tìm hiểu thiết kế giao diện kéo thả trong android studio. 2. Tìm hiểu các Resource trong android studio. 3. Thao khảo các mã nguồn android. 4. Xem các video dạy lập trình android. 5. Tìm hiểu thiết kế giao diện bằng XML (Phát sinh nhưng Quan trọng) | 1. Tìm hiểu thiết kế giao diện kéo thả trong android studio. 2. Tìm hiểu các Resource trong android studio. 3. Thao khảo các mã nguồn android. 4. Xem các video dạy lập trình android. | 70% | Tìm hiểu thiết kế giao diện bằng XML(Cần đọc nghiên cứu tài liệu) |
| 2 | **Từ 4/02 /2018 đến 7/02 /2018** | 1. Tìm hiểu về mặt hàng dịch vụ. 2. Tìm hiểu về marketing dịch vụ. 3. Tham chiếu đến dịch vụ cho thuê máy giặt. | 1. Tìm hiểu về mặt hàng dịch vụ. 2. Tìm hiểu về marketing dịch vụ. | 90% | Tham chiếu đến dịch vụ cho thuê máy giặt. |
|  |  |  |  |  |  |

**Nội dung báo cáo: Tìm hiểu về mặt hàng sản phẩm và mặt hàng dịch vụ.**

1. Định nghĩa dịch vụ và các đặc tính.
   1. Dịch vụ

* Dịch vụ là: Cung cấp cho khách hàng sử dụng dịch vụ hàng hóa, nhưng là phi vật chất. Có một vài dịch vụ đưa ra là sản phẩm hữu hình, và có một vài dịch vụ là sản phẩm rõ rệt. Để hiểu rõ hơn thì dịch vụ là cung cấp và đáp ứng các nhu cầu cho khách hàng sử dụng dịch vụ đó và có lợi nhuận ở trong đó.
* Cung cấp dịch vụ: Hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh. Có hợp đồng thỏa thuận giữa hai bên( tạm gọi là bên cung ứng dịch vụ). Bên này có trách nhiệm, cung ứng dịch vụ cho bên kia theo hợp đồng đã kí và nhận thanh toán. Bên có nhu cầu dịch vụ( tạm gọi là khách hàng) có trách nhiệm thanh toán tiền cho bên cung cấp theo thỏa thuận.
  1. Phân loại

Có rất nhiều cách để người ta phân loại sản phẩm dịch vụ, nhưng phổ biến hơn cả là được chia là 2 nhóm lớn đó là:

* Là nhóm sản phẩm thuần về vật chất mang đặc điểm cụ thể, có đặc tính lý hóa nhất định.
* Là nhóm phi vật chất mang tính chất là các dịch vụ là kết quả được tạo ra do quá trình hoạt động tiếp xúc giữa hai bên khách hàng và bên cung ứng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
  1. Các đặc tính
* Tính đồng thời (Simultaneity) [sản xuất](https://vi.wikipedia.org/wiki/S%E1%BA%A3n_xu%E1%BA%A5t) và [tiêu dùng](https://vi.wikipedia.org/wiki/Ti%C3%AAu_d%C3%B9ng) dịch vụ xảy ra đồng thời: Người cần giặt là sẽ cần thuê máy giặt và người cung cấp máy giặt sẽ cung cấp máy giặt khi có. Ứng dụng giải quyết được yêu cầu này một cách đồng nhất.
* Tính không thể tách rời (Inseparability) [sản xuất](https://vi.wikipedia.org/wiki/S%E1%BA%A3n_xu%E1%BA%A5t) và [tiêu dùng](https://vi.wikipedia.org/wiki/Ti%C3%AAu_d%C3%B9ng) dịch vụ không thể tách rời, sản phẩm dịch vụ gắn liền với hoạt động cung cấp dịch vụ. Các sản phẩm dịch vụ có thể là không đồng nhất mang tính hệ thống, đều từ cấu trúc của dịch vụ cơ bản phát triển thành. Quá trình sản xuất gắn liền với tiêu dùng dịch vụ. Người tiêu dùng cũng tham gia hoạt động sản xuất cung cấp dịch vụ cho mình. Như vậy việc sản xuất dịch vụ phải thận trọng, phải có khách hàng, có nhu cầu thì quá trình sản xuất mới có thể tiến hành được. Cụ thể Người có máy giặt sẽ không thể cho thuê máy giặt nếu như không ai có nhu cầu giặt là, người giặt là sẽ không thể giặt đồ nếu như không ai có máy giặt cho thuê. Ứng dụng có thể kết nối các yêu cầu này.
* Tính không đồng nhất (Variability) không có chất lượng đồng nhất, sản phẩm dịch vụ không tiêu chuẩn hóa được. Trước hết do hoạt động cung ứng, các nhân viên cung cấp không thể tạo ra được các dịch vụ như nhau trong những thời gian làm việc khác nhau. Hơn nữa khách hàng tiêu dùng là người quyết định chất lượng dịch vụ dựa vào những cảm nhận của họ trong những thời gian khác nhau, sự cảm nhận cũng khác nhau, những khách hàng khác nhau có sự cảm nhận khác nhau. Sản phẩm dịch vụ có giá trị khi thỏa mãn nhu cầu riêng biệt của khách hàng. Do vậy trong cung cấp dịch vụ thường thực hiện cá nhân hóa, thoát ly khỏi quy chế, điều đó càng làm tăng thêm mức độ khác biệt. Dịch vụ vô hình ở đầu ra nên không thể đo lường và quy chuẩn được. Cụ thể Nhiều nhà cung cấp máy giặt sẽ có những loại máy giặt có thể khác nhau và có những cách tính phí khác nhau. Nhiều người có đồ giặt sẽ cung cấp những đồ giặt khác nhau. Ứng dụng có thể bao hàm các loại hình giặt khác nhau cho người dùng.
* Tính vô hình (Intangibility) đây là đặc điểm cơ bản của dịch vụ. Với đặc điểm này cho thấy dịch vụ là vô hình, không tồn tại dưới dạng vật thể. Tuy vậy sản phẩm dịch vụ vẫn mang nặng tính vật chất. Tính không hiện hữu của dịch vụ gây nhiều khó khăn cho quản lý hoạt động sản xuất cung cấp dịch vụ, khó khăn hơn cho marketing dịch vụ và khó khăn hơn cho việc nhận biết dịch vụ. Cụ thể dịch vụ giặt là không có sản phẩm hữu hình, hai bên khách hàng và cung ứng sẽ tự tương tác với nhau thông qua ứng dụng. Ứng dụng cung cấp một môi trường giao tiếp vô hình giữa hai bên.
* Không lưu trữ được (Perishability) không lập kho để lưu trữ như hàng hóa được, dịch vụ không thể tồn kho, không cất trữ và không thể vận chuyển từ khu vực này tới khu vực khác. Do vậy việc tiêu dùng dịch vụ bị hạn chế bởi thời gian. Cũng từ đặc điểm này mà làm mất cân bằng cân đối quan hệ cung cầu cục bộ giữa thời điểm khác nhau trong cùng một thời gian. Cụ thể vì dịch vụ giặt là không có sản phẩm hữu hình nên không cần lập kho chứa hàng hóa. Bên cung cấp máy giặt sẽ là nơi lưu trữ đồ giặt cho bên khách hàng và hoàn trả sau khi hoàn tất. Có thể xảy ra các trường hợp người giặt muốn thuê nhưng không có máy giặt hoặc người có máy cho thuê nhưng không ai muốn thuê.
  1. Marketing dịch vụ
* Marketing dịch vụ là gì là việc các nhà cung cấp dịch vụ đưa ra các loại hình marketing với mục đích giúp khách hàng quảng cáo, phát triển sản phẩm từ đó mang lại lợi ích cho khách hàng và cho mình.
* Các loại dịch vụ marketing online:
  + Email marketing: là hình thức sử dụng email (thư điện tử) mang nội dung về thông tin/bán hàng/tiếp thị/giới thiệu sản phẩm đến khách hàng mà mình mong muốn. Mỗi email được gửi đến khách hàng tiềm năng hoặc khách hàng hiện tại có thể coi là email marketing.
  + SMS marleting : là hình thức sử dụng **sms** mang nội dung về thông tin/bán hàng/tiếp thị/giới thiệu sản phẩm đến nhiều đối tượng khách hàng mà mình mong muốn. Sms marketing là một phần của mobile marketing.
  + Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO): Đây là dịch vụ đẩy thứ hạng từ khóa lên top cao trong google hoặc các công cụ tìm kiếm khách để thu hút lượng khách hàng truy cập vào website.
  + Quảng cáo Facebook Ads, Google Ads.



Hình 1: Mô hình marketing Dịch vụ

**Tài liệu tham khảo:**

Lập trình android: <https://developer.android.com/training/basics/firstapp/index.html>

Tìm hiểu về Dịch vụ: Tài liệu trong thư mục tham khảo.