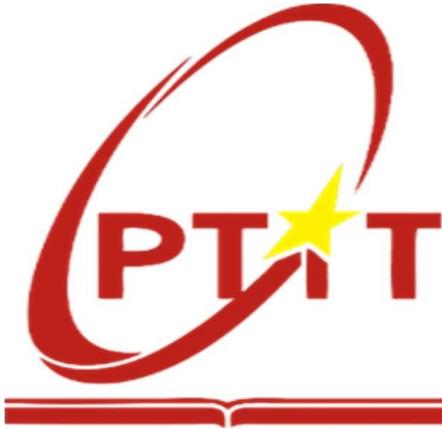


HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN 1



TIÊU LUẬN

KIẾN TRÚC VÀ THIẾT KẾ PHẦN MỀM

Giảng viên: Trần Đình Quê

Họ và tên:

Cam đoan: Tôi cam đoan tài liệu này do cá nhân tự chỉnh sửa, cập nhật từ Bài tập nhóm của mình. Các Biểu đồ, code tôi tự làm thêm đều có chú thích rõ ràng. Nếu copy từ các bạn, tôi không những tự thấy hổ thẹn mà còn xấu hổ với bạn bè tôi, thầy giáo và PTIT yêu quý của tôi.

POPPIN KHIEM BEYOND THE SAVAGE

Phần 1. GIỚI THIỆU HỆ THỐNG BOEC:

Các hệ thống BoEC là công thông tin trực tuyến tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch trực tuyến hàng hóa và dịch vụ thông qua phương tiện chuyển thông tin và tiền qua Internet.

Thương mại điện tử không là gì ngoài một loại hình thương mại. Phong cách hoạt động của nó khá giống với phong cách của ngành bán lẻ vật lý. Sự khác biệt duy nhất là ở đây toàn bộ quá trình diễn ra trực tuyến.

Thương mại điện tử dựa trên một số công nghệ như chuyển tiền điện tử, quản lý chuỗi dây chuyền cung ứng, tiếp thị Internet, quá trình giao dịch trực tuyến, trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), các hệ thống quản lý hàng tồn kho, và các hệ thống tự động thu thập dữ liệu.

Hệ BOEC là một hệ thống thương mại điện tử quản lý các mặt hàng Book (sách), Electronics (đồ điện tử) và Clothes (quần áo).

Hệ thống bao gồm 2 site: một site cho phép khách hàng thực hiện các hành động mua bán, thanh toán, yêu cầu vận chuyển và một site cho quản lý : cho phép người quản lý thêm sản phẩm, xoá sản phẩm, tạo đơn hàng...

2. PHÂN TÍCH HỆ THỐNG

2.1 Khảo sát các trang thương mại điện tử :



The screenshot shows the eBay homepage with a large promotional banner at the top. The banner features a denim jacket and a handbag, with the text "Cool Fashion at a Cool 15% Off". It includes a coupon code field with "Coupon: POPULAR15 →" and a note about a maximum discount of \$50. Below the banner, there's a section titled "Explore Popular Categories" with icons for "15% Off Coupon", "Korean beauty", "Wristwatches", "Fishing", "Collectibles", "Smartphones", and "Sneakers". The top navigation bar includes links for Sign in or register, Daily Deals, Help & Contact, Ship to, Sell, Watchlist, My eBay, and Advanced search.

VIETCONG VC PITH HELMET HAT GREEN Colour WITH RED STAR BADGE Helmet Net new

Condition: New
Quantity: 1 / 5 available / 5 sold

Price: **US \$32.14**
Approximately 747,441.86 VND
US \$34.56 Save 7%

Buy It Now **Add to cart** **Add to Watchlist**

More than 49% Sold Free Shipping 30-day Returns

Shipping: FREE Economy International Shipping | [See details](#)
International shipment of items may be subject to customs processing and additional charges.
Item location: CN, China
Ships to: Worldwide [See exclusions](#)

Delivery: Estimated between Tue, Jul. 13 and Wed, Aug. 11
Seller ships within 5 days after receiving cleared payment.

Payments:

Returns: 30 day returns. Buyer pays for return shipping | [See details](#)

EBay là một website đấu giá trực tuyến, nơi mà mọi người khắp nơi trên thế giới có thể mua hoặc bán hàng hóa và dịch vụ. Tập đoàn eBay cũng sở hữu thương hiệu nổi tiếng khác là Paypal. Ebay đang áp dụng chủ yếu là mô hình C2C.

Khi tham gia vào trang Ebay, mọi thứ đều sẽ được bán theo hình thức đấu giá. Hình thức đấu giá trên internet cũng không giống với hình thức đấu giá truyền thống mà mọi người vẫn thấy.

- Betonavi

Betonavi

Đăng ký hàng Nhật!

Đăng Nhập | Đăng Kí

Tim kiếm sản phẩm...

Yêu Thích (0) Giỏ Hàng (0)

DANH MỤC ON SALE NEW

Beauty Women Men Kids Home & Kitchen Health Care Hobby & Gifts

SẢN PHẨM ĐANG GIẢM GIÁ

<p>21% OFF ALKOSA Pleated FACE MASK 60枚 KHẨU TRANG Y TẾ G-PRICE SIZE M (60 CHIẾC) 376,000đ → 295,000đ</p>	<p>20% OFF Kẹp mi SHU UEMURA N</p>	<p>16% OFF Máy đánh răng điện OMRON HT-B307-V</p>	<p>7% OFF Hộp đựng cơm giữ nhiệt Thermos Stainless Steel JBC-801 CP</p>
---	--	---	---

Betonavi Team được thành lập từ đầu năm 2017 bởi các thành viên đang sống và làm việc tại các công ty lớn tại Nhật Bản như CoWell-Asia.
Với mục tiêu xây dựng một kênh chính thống giúp người tiêu dùng Việt có thể tiếp cận các sản phẩm chất lượng cao tại Nhật Bản.

Betonavi

Đăng Kí Tài Khoản

Nếu bạn đã có tài khoản, bạn có thể đăng nhập tại đây [Đăng Nhập](#).

E-mail: E-mail address

Username: Username

Password: Password

Password (again): Password (again)

[Đăng Kí »](#)

- Shopee

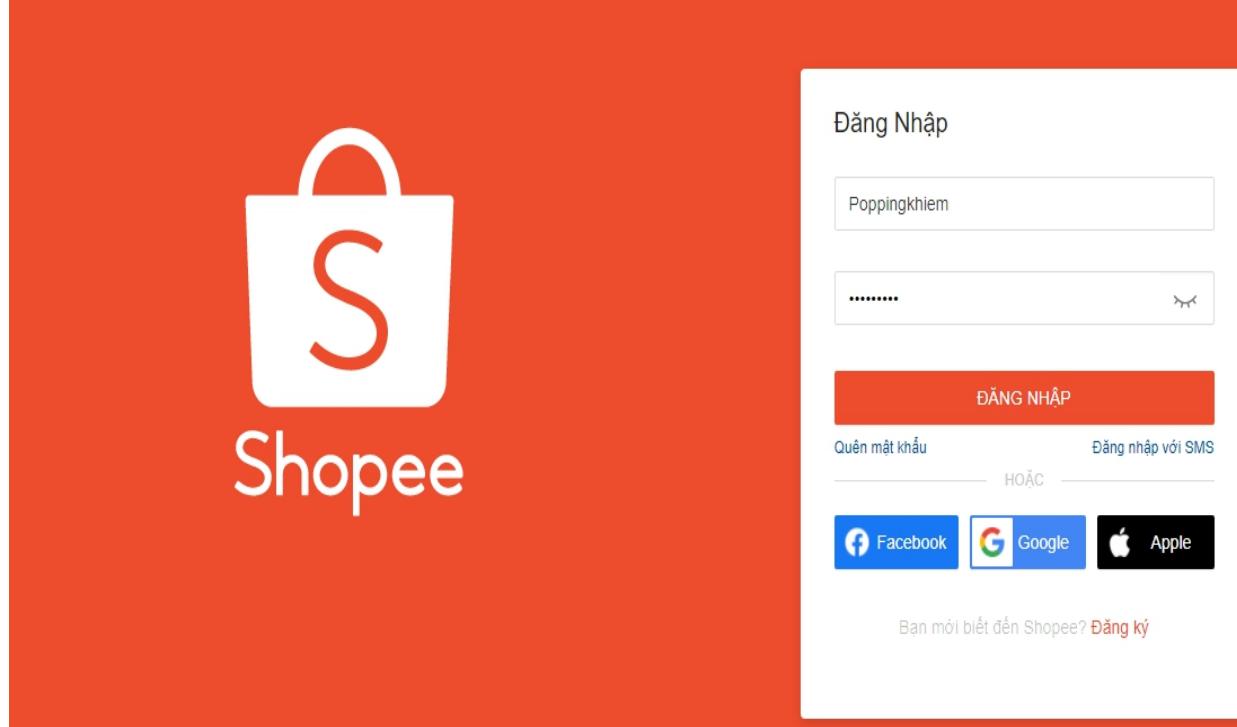
Shopee là một trong những trang thương mại điện tử lớn không chỉ ở tại Việt Nam mà còn đối với các nước Đông Nam Á khác.

Khách hàng Có các chức năng chính sau:

- Đăng nhập, đăng xuất, đổi mật khẩu
- Chọn loại sản phẩm
- Tìm kiếm sản phẩm
- Xem thông tin thương hiệu
- Đặt mua sản phẩm
- Nhắn tin (chat)
- Xem giỏ hàng
- Thanh toán hóa đơn: Địa chỉ giao hàng, Phương thức thanh toán
- Quản lý tài khoản: Thông tin cá nhân, Theo dõi đơn hàng

Các giao diện chính của Shopee:

The screenshot shows the Shopee homepage with a red header. The top navigation includes links for 'Kênh Người Bán', 'Trở thành Người bán Shopee', 'Tài ứng dụng', 'Kết nối', 'Thông Báo', 'Hỗ Trợ', 'Đăng Ký', and 'Đăng Nhập'. The main search bar has the text 'Shopee Premium'. Below the search bar are category links: Váy, Bông Tay Trang, Son, Dép, Mặt Na, Áo Phông, Chân Váy, Quần. A large orange banner in the center features the text 'Ở NHÀ KHÔNG KHÓ' and 'SHIP SHOPEE LO!' with illustrations of people shopping online and a delivery person. To the right, there are two smaller banners: one for HSBC offering a 2 million VND voucher and another for a lottery with a 10K Shopee Xu prize. At the bottom, there's a row of icons for various services: Shopee Sô Gi Đầy, Ở Nhà Không Khó, Tech Zone - Siêu Thị Điện Tử, Gi Cưng Rẻ - Từ 1K, Hoàn Xu 20% - Đơn Tù 0Đ, Nạp Thẻ, Dịch Vụ & Phim, Freeship Xtra - Bão Mít, Hàng Hiệu -50%, Hàng Quốc Tế, and Shopee Premium.



Mall Giày Thể Thao Nam FILA - MFA20303

5.0 ★★★★★ | 5 Đánh Giá | 10 Đã Bán

44.595.000 ₫ 798.000 50% GIẢM

A large image of a grey and black FILA running shoe with red accents.

Xu Mua hàng và tích điểm 7.900 Shopee Xu ⓘ

Vận Chuyển Miễn Phí Vận Chuyển khi đơn đạt giá trị tối thiểu ₫17.000 ⓘ

Màu BK/OR GY

Size US7 US8 US9 US9.5

Bảng Quy Đổi Kích Cỡ >

Số Lượng - 1 + 8 sản phẩm có sẵn

Thêm Vào Giỏ Hàng Mua Ngay

7 ngày miễn phí trả hàng Hàng chính hãng 100%

Chia sẻ: 🌐 🌐 🌐 🌐 🌐 | ❤️ Đã thích (7)

7 ngày miễn phí trả hàng Hàng chính hãng 100%

Đánh Giá 2K Tỉ Lệ Phản Hồi 77% Tham Gi

Sản Phẩm 3,1K Thời Gian Phản Hồi trong vài giờ Người Ti

supersportsvn
Online 23 Phút Trước

Chat Ngay Xem Shop



supersportsvn
Online 23 Phút Trước

Chat Ngay

Xem Shop

Phụ Lục A:

1. Xác định các chức năng:

Hệ thống gồm các chức năng:

Với bên bán:

- Tìm kiếm, nhập hàng, cập nhật (CRUD) các thông tin mặt hàng,
- Quản lý danh mục hàng hóa (CRUD)
- Quản lý giá mặt hàng
- Quản lý đơn hàng (xem chi tiết đơn hàng, cập nhật trạng thái đơn hàng, tìm kiếm đơn hàng)
- Quản lý danh mục kho (thêm , sửa , xóa , tìm kiếm danh mục kho).
- Quản lý thông tin kho (thêm , sửa , xóa , tìm kiếm thông tin kho).
- Quản lý xuất, nhập hàng
- Quản lý thông tin người dùng
- Phân tích ý kiến khách hàng, đề xuất sản phẩm
- Báo cáo tồn kho
- Báo cáo bán hàng
- Báo cáo doanh thu theo tháng
- Bảo mật người dùng

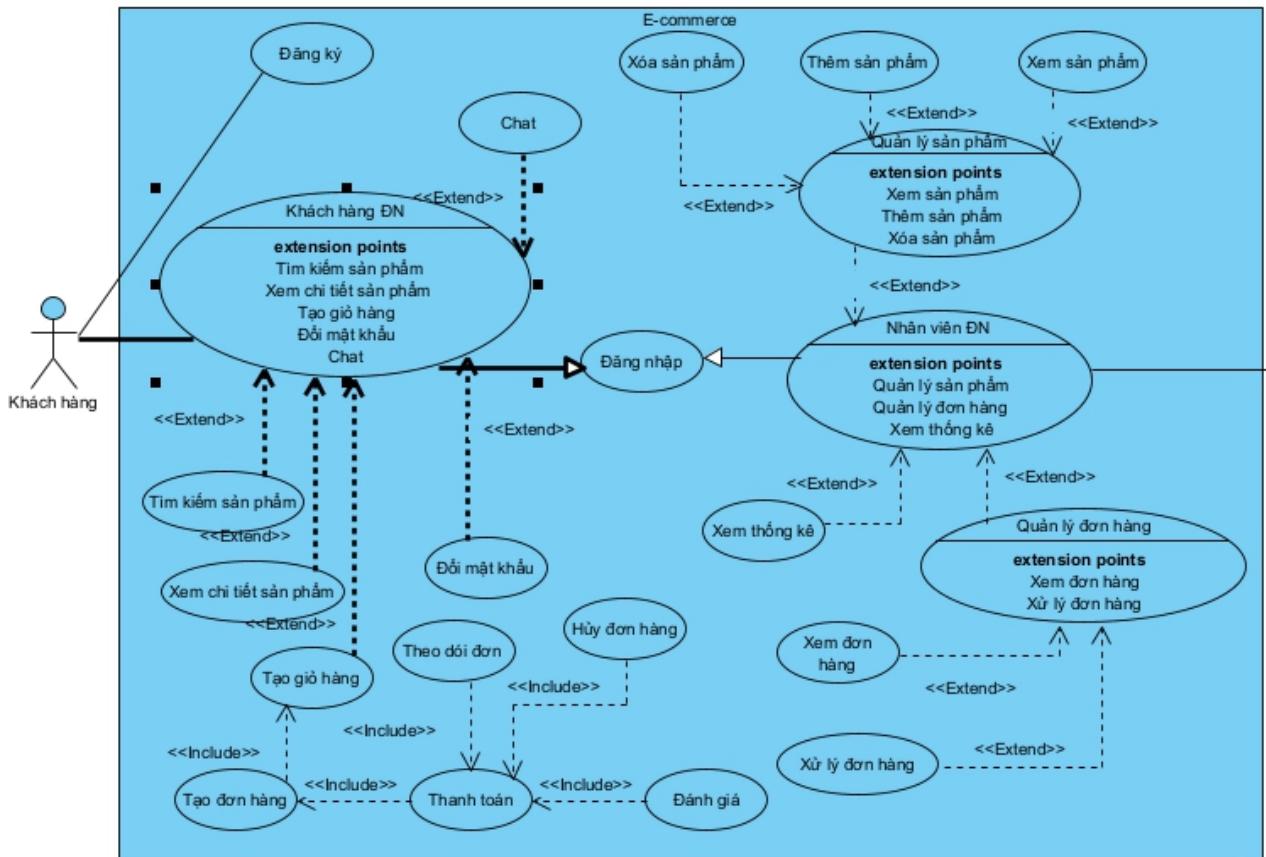
Với bên mua

- Thêm giỏ hàng
- Đặt hàng
- Tìm kiếm sản phẩm
- Xem chi tiết sản phẩm
- Xem hóa đơn
- Đánh giá, bình luận sản phẩm
- Theo dõi đơn hàng

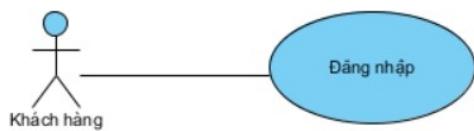
3.2 Xây dựng biểu đồ use case/user story và các scenario/acceptance criteria và biểu đồ hoạt động từng chức năng

1) Use Case:

1. Use Case Tổng Quan



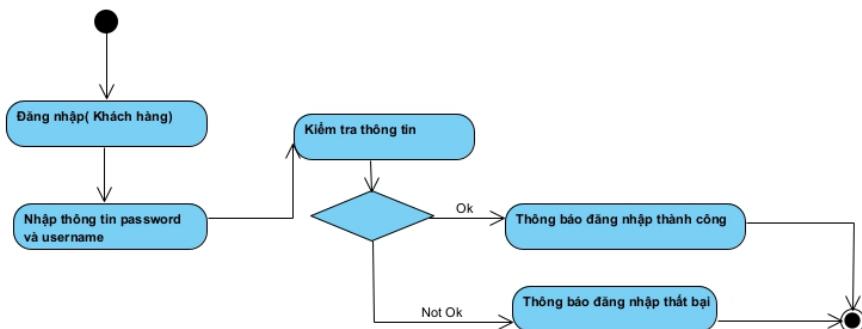
2. Use case Đăng nhập



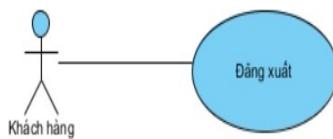
Kịch bản Use case đăng nhập

Tên Use Case	Đăng nhập
Tác nhân chính	Khách hàng
Tiền điều kiện	Khách hàng đã có tài khoản để đăng nhập hệ thống
Đảm bảo tối thiểu	Hệ thống cho phép khách hàng đăng nhập lại
Đảm bảo thành công	Khách hàng đăng nhập được vào hệ thống
Chuỗi sự kiện chính:	<ol style="list-style-type: none">Khách hàng chọn chức năng đăng nhập trên giao diện chính của hệ thốngHệ thống hiển thị form đăng nhập gồm ô tên đăng nhập, mật khẩu và nút đăng nhậpKhách hàng nhập tên đăng nhập và mật khẩu của mìnhHệ thống kiểm tra tính hợp lệ của tài khoản và mật khẩuHệ thống hiển thị giao diện chính tương ứng với các chức năng của tác nhân
Ngoại lệ:	<ol style="list-style-type: none">Khách hàng nhập tài khoản hay mật khẩu không chính xác

Biểu Đồ Hoạt Động

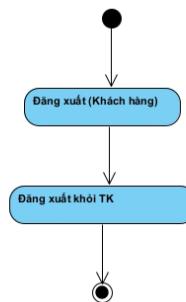


Kịch bản Use case đăng xuất

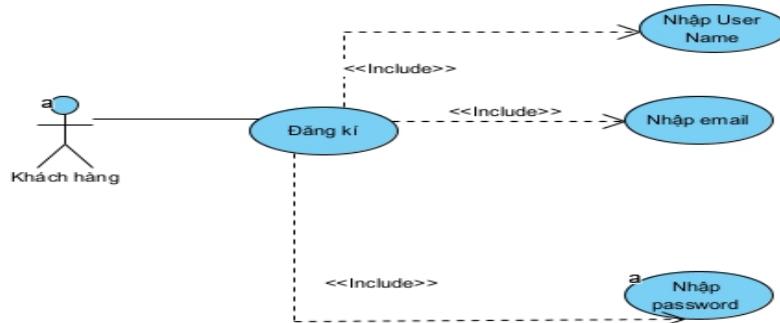


Tên Use Case	Đăng xuất
Tác nhân chính	Khách hàng
Tiền điều kiện	Khách hàng đã có tài khoản để đăng nhập vào hệ thống
Đảm bảo tối thiểu	Hủy giao tác, Hệ thống trả về vị trí ban đầu
Đảm bảo thành công	Khách hàng có thể thoát ra khỏi hệ thống
Kích hoạt	Phím đăng xuất trên menu.
Chuỗi sự kiện chính:	<ol style="list-style-type: none"> Khách hàng chọn chức năng đăng xuất trên menu Hệ thống hiển thị hộp thoại xác nhận đăng xuất Khách hàng chọn xác nhận Hệ thống trả về giao diện chính
Ngoại lệ:	<ol style="list-style-type: none"> Khách hàng không chọn xác nhận <ol style="list-style-type: none"> Hệ thống trả về giao diện trước đó

Biểu Đồ Hoạt Động



Sơ đồ Use case chi tiết Đăng kí



THE SAVAGE

Kịch bản Use case Đăng ký

Tên Use Case	Đăng ký
Tác nhân chính	Khách hàng
Tiền điều kiện	Khách hàng đã truy cập vào trang web
Đảm bảo tối thiểu	Thông tin khách hàng đăng ký là hợp lệ
Đảm bảo thành công	Đăng ký thành công, tạo tài khoản cho khách hàng thành công

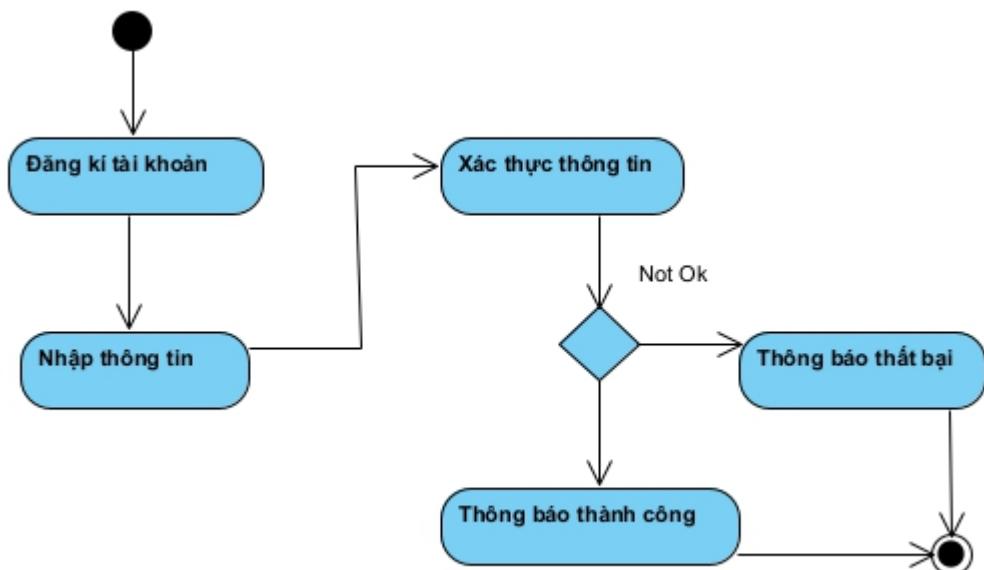
Chuỗi sự kiện chính:

1. Khách hàng truy cập vào trang web
2. Khách hàng chọn chức năng đăng ký tài khoản
3. Hệ thống hiển thị form đăng ký cho khách hàng gồm các trường nhập: Tên Tài Khoản, Mật Khẩu, Sđt....
4. Khách hàng nhập thông tin và click đăng ký
5. Hệ thống kiểm tra thông tin, lưu vào cơ sở dữ liệu và thông báo đăng ký thành công

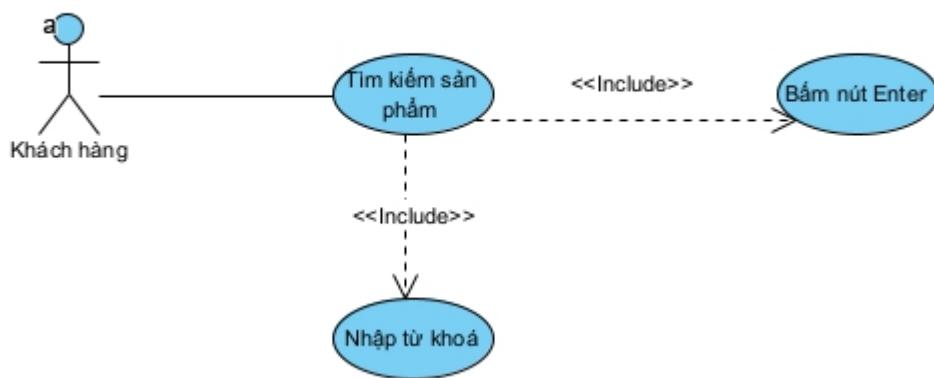
Ngoại lệ:

- 5.1. Hệ thống thông báo Tên Tài Khoản bị trùng
 - 5.1.1. Hệ thống yêu cầu nhập lại Tên Tài Khoản
 2. khách hàng nhập lại và tiếp tục các bước sau

Biểu Đồ Hoạt Động

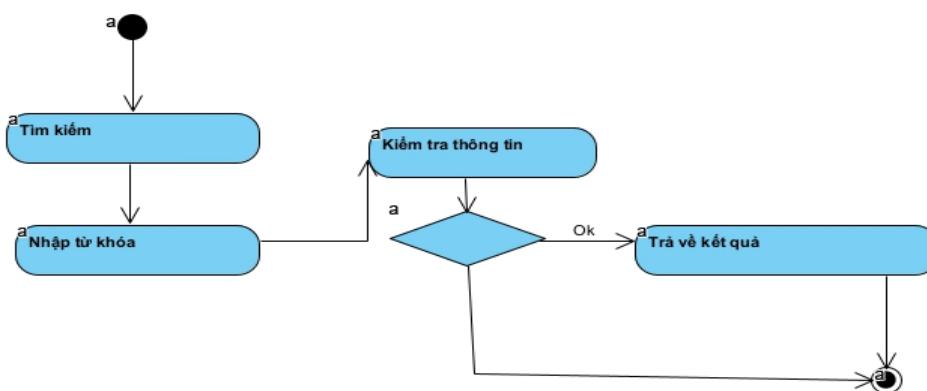


Sơ đồ use case khách hàng Tìm Kiếm

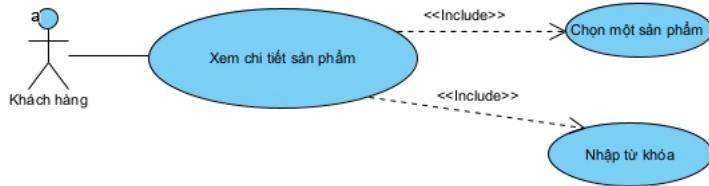


Kịch bản Use case Tìm Kiếm

Tên Use Case	Tìm Kiếm
Tác nhân chính	Khách hàng
Tiền điều kiện	Khách hàng đã truy cập vào trang web thành công
Đảm bảo tối thiểu	Hủy giao tác, Hệ thống trả về trạng thái trước đó
Đảm bảo thành công	Tìm kiếm mặt hàng thành công tương ứng
Chuỗi sự kiện chính:	
1. Khách hàng chọn chức năng “Tìm kiếm”	
2. Trên thanh tìm kiếm, khách hàng nhập tên mặt hàng cần tìm kiếm	
3. Khách hàng click “Tìm kiếm”	
4. Hệ thống hiển thị giao diện trả về mặt hàng mà khách hàng tìm kiếm trước đó	
5. Khách hàng tiếp tục xem mặt hàng hoặc thực hiện các chức năng khác	
Ngoại lệ:	
3.1 Không tìm thấy sản phẩm	
3.1.1 Hệ thống thông báo không tìm thấy sản phẩm	
3.1.2 Khách hàng tìm kiếm mặt hàng khác	



Sơ đồ use case Xem chi tiết sản phẩm



Kịch bản Use case Xem chi tiết sản phẩm

Tên Use Case	Tạo giỏ hàng
Tác nhân chính	Khách hàng
Tiền điều kiện	Khách hàng đã đăng nhập vào hệ thống thành công
Đảm bảo tối thiểu	Hủy giao tác, Hệ thống trả về trạng thái ban đầu
Đảm bảo thành công	Khách hàng tạo giỏ hàng thành công
Chuỗi sự kiện chính:	
1. Khách hàng đăng nhập vào hệ thống thành công	
2. Khách hàng chọn chức năng tìm kiếm sản phẩm và nhập tên sản phẩm cần tìm kiếm	
3. Hệ thống trả về sản phẩm tương ứng với sản phẩm khách hàng tìm kiếm	
4. Khách hàng chọn sản phẩm và xem chi tiết sản phẩm	
Ngoại lệ:	
1. Khách hàng đăng nhập không thành công	
1.1.1 Hệ thống yêu cầu khách hàng đăng nhập lại	
1.1.2 Khách hàng đăng nhập lại và tiếp tục sử dụng chức năng	
2.1 Khách hàng tìm kiếm mặt hàng không hợp lệ	
1. Hệ thống hiển thị thông báo tìm kiếm không hợp lệ	
2. Khách hàng tìm kiếm lại mặt hàng và tiếp tục sử dụng chức năng	

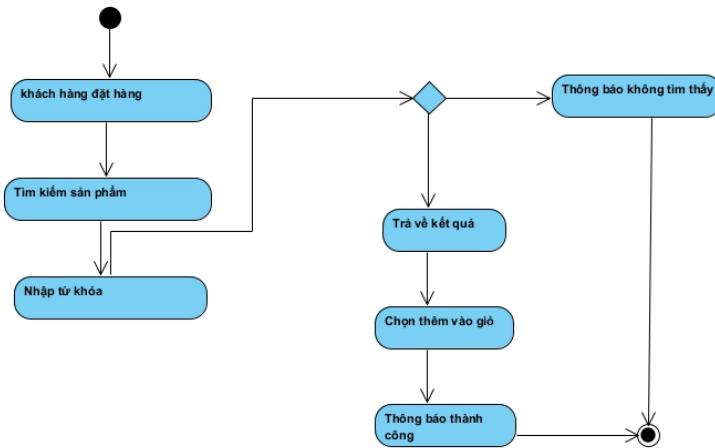
Use case thêm giỏ hàng



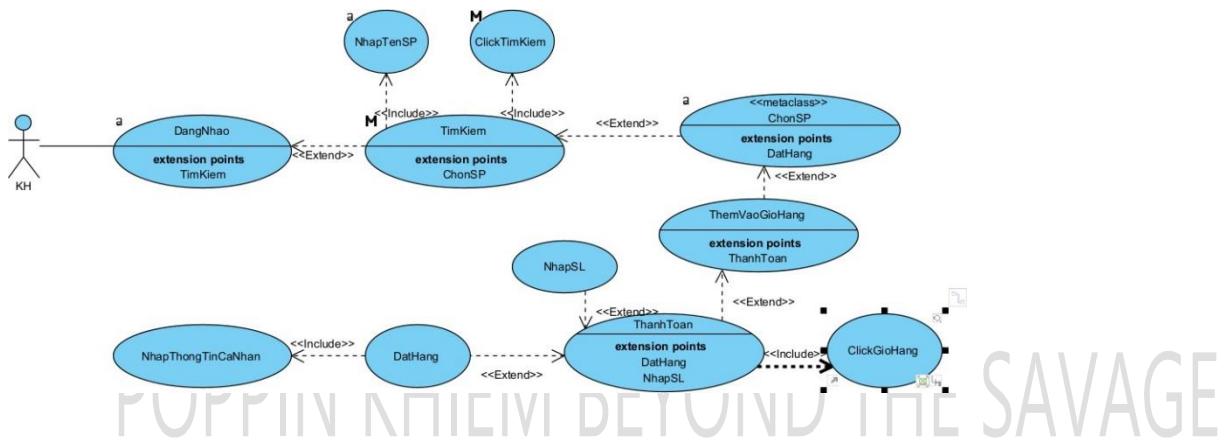
Kịch bản Use case Thêm giỏ hàng

Tên Use Case	Tạo giỏ hàng
Tác nhân chính	Khách hàng
Tiền điều kiện	Khách hàng đã đăng nhập vào hệ thống thành công
Đảm bảo tối thiểu	Hủy giao tác, Hệ thống trở về trạng thái ban đầu
Đảm bảo thành công	Khách hàng tạo giỏ hàng thành công
Chuỗi sự kiện chính:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Khách hàng đăng nhập vào hệ thống thành công 2. Khách hàng chọn tìm kiếm sản phẩm và nhập tên sản phẩm cần thêm vào giỏ 3. Hệ thống hiển thị danh sách sản phẩm tương ứng với sản phẩm khách hàng tìm kiếm 4. Khách hàng chọn hàng và “thêm vào giỏ hàng” 5. Khách hàng tiếp tục chọn hàng thêm vào giỏ 	
Ngoại lệ:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Khách hàng đăng nhập không thành công <ol style="list-style-type: none"> 1.1.1 Hệ thống yêu cầu khách hàng đăng nhập lại 1.1.2 Khách hàng đăng nhập lại và tiếp tục sử dụng chức năng 2. Khách hàng tìm kiếm mặt hàng không hợp lệ <ol style="list-style-type: none"> 1. Hệ thống hiển thị thông báo tìm kiếm không hợp lệ 2. Khách hàng tìm kiếm lại mặt hàng và tiếp tục sử dụng chức năng 	

Biểu đồ hoạt động



7.1 Sơ đồ use case Đặt hàng



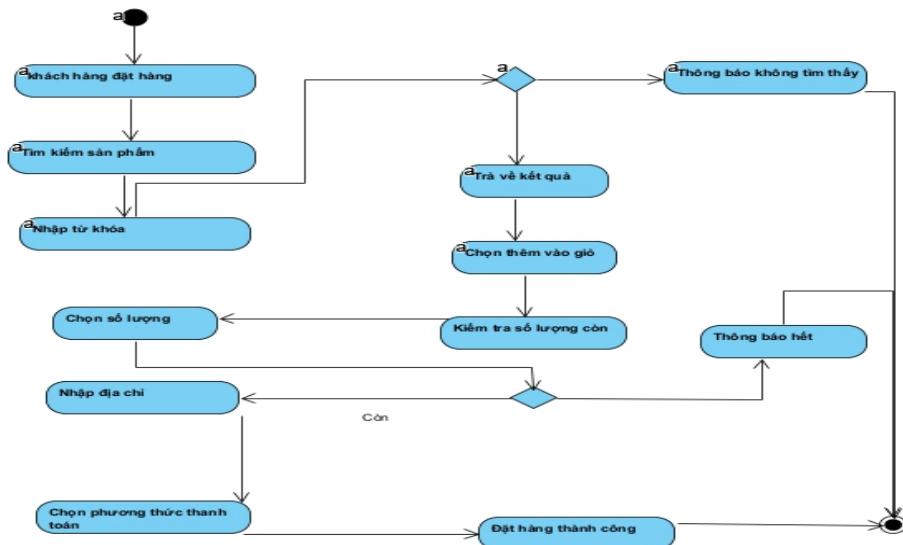
Kịch bản Use case Đặt hàng

Tên Use Case	Đặt hàng
Tác nhân chính	Khách hàng
Tiền điều kiện	Khách hàng đã đăng nhập vào hệ thống, tạo giỏ hàng thành công
Đảm bảo tối thiểu	Hủy giao tác, Hệ thống trả về trạng thái ban đầu
Đảm bảo thành công	Khách hàng đặt hàng thành công

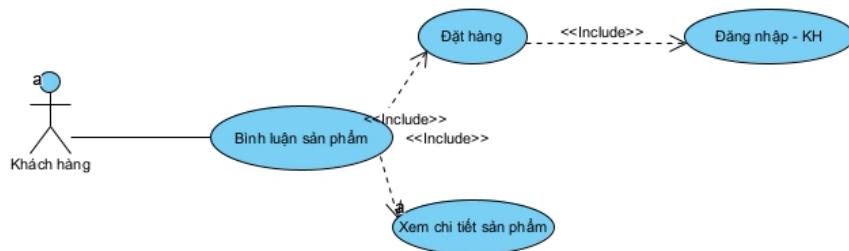
Chuỗi sự kiện chính:

1. Khách hàng chọn chức năng “Đặt hàng”
2. Khách hàng tìm kiếm sản phẩm cần nhập thông qua việc nhập tên sản phẩm cần đặt
3. Hệ thống kiểm tra thông tin tìm kiếm và trả về kết quả tìm kiếm cho khách hàng
4. Khách hàng chọn sản phẩm cần đặt hàng và thêm hàng vào giỏ
5. Khách hàng nhập số lượng sản phẩm cần đặt và xác nhận
6. Hệ thống kiểm tra thông tin về số lượng sản phẩm đặt của khách hàng và trả về form đơn hàng gồm các trường: tên khách hàng, sđt, địa chỉ, tổng tiền, phương thức thanh toán,...
7. Khách hàng nhập đầy đủ thông tin đơn hàng và xác nhận đặt hàng
8. Hệ thống kiểm tra thông tin, lưu vào cơ sở dữ liệu và trả về thông báo đặt hàng thành công

Biểu Đồ Hoạt Động



Sơ đồ Use case Bình luận



THE SAVAGE

Kịch bản Use case Bình luận

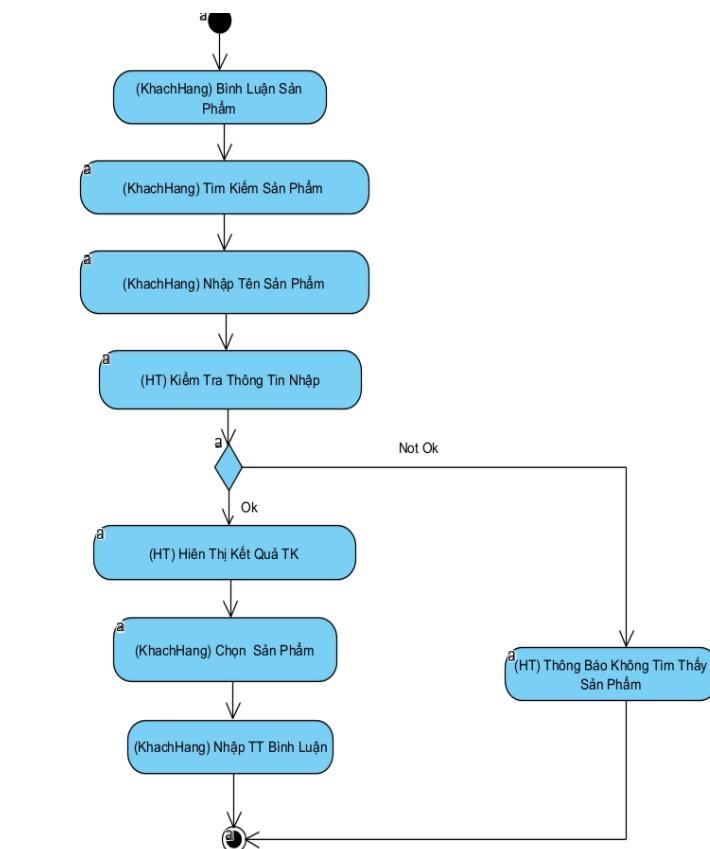
Tên use-case	Bình luận
Tác nhân chính	Khách hàng
Tiền điều kiện	Khách hàng đã đăng nhập vào hệ thống thành công
Đảm bảo thành công	Khách hàng bình luận thành công

Chuỗi sự kiện chính

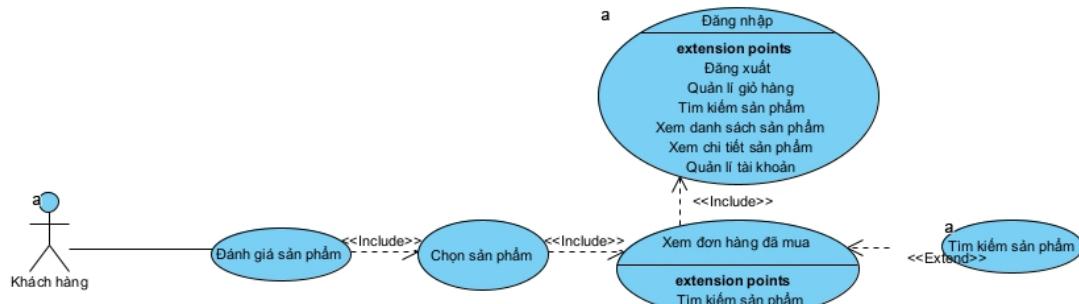
Khách hàng có thể bình luận với sản phẩm mình đã đặt hoặc chưa đặt:

1. Với sản phẩm chưa đặt
 1. Khách hàng xem chi tiết 1 sản phẩm bất kì
 2. Khách hàng nhập bình luận ở form bình luận tương ứng với sản phẩm và xác nhận bình luận
 3. Hệ thống kiểm tra thông tin và lưu vào cơ sở dữ liệu, đồng thời thông báo khách hàng đã bình luận thành công
 4. Hệ thống hiển thị bình luận của khách hàng ở phần sản phẩm tương ứng
2. Với sản phẩm đã đặt theo đơn
 1. Khách hàng chọn đơn hàng đã đặt
 2. Hệ thống hiển thị danh sách đơn hàng đã đặt của khách hàng
 3. Khách hàng chọn đơn hàng muốn bình luận
 4. Hệ thống hiển thị chi tiết đơn hàng tương ứng
 5. Khách hàng phản hồi ý kiến bằng cách bình luận ở form bình luận tương ứng và nhấn xác nhận
 6. Hệ thống kiểm tra thông tin và lưu thông tin vào cơ sở dữ liệu, trả về thông báo bình luận thành công
 7. Hệ thống hiển thị bình luận của khách hàng ở phần sản phẩm tương ứng

Biểu Đồ Hoạt Động



Sơ đồ use case Đánh giá Sản Phẩm



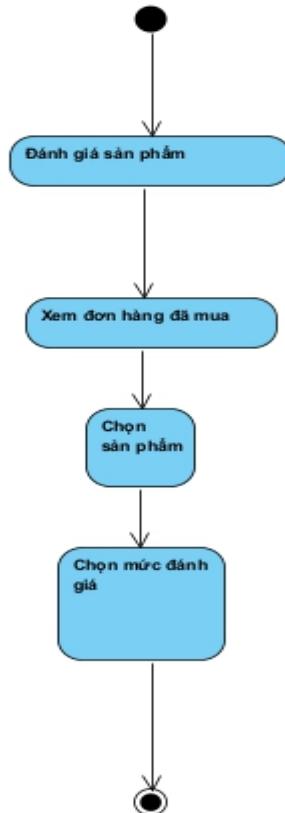
Kịch bản Use case Đánh giá

Tên use-case	Đánh giá
Tác nhân chính	Khách hàng
Tiền điều kiện	Đã đăng nhập vào hệ thống và thanh toán đơn hàng thành công
Đảm bảo thành công	Khách hàng đánh giá điểm về sản phẩm đã thanh toán thành công

Chuỗi sự kiện chính

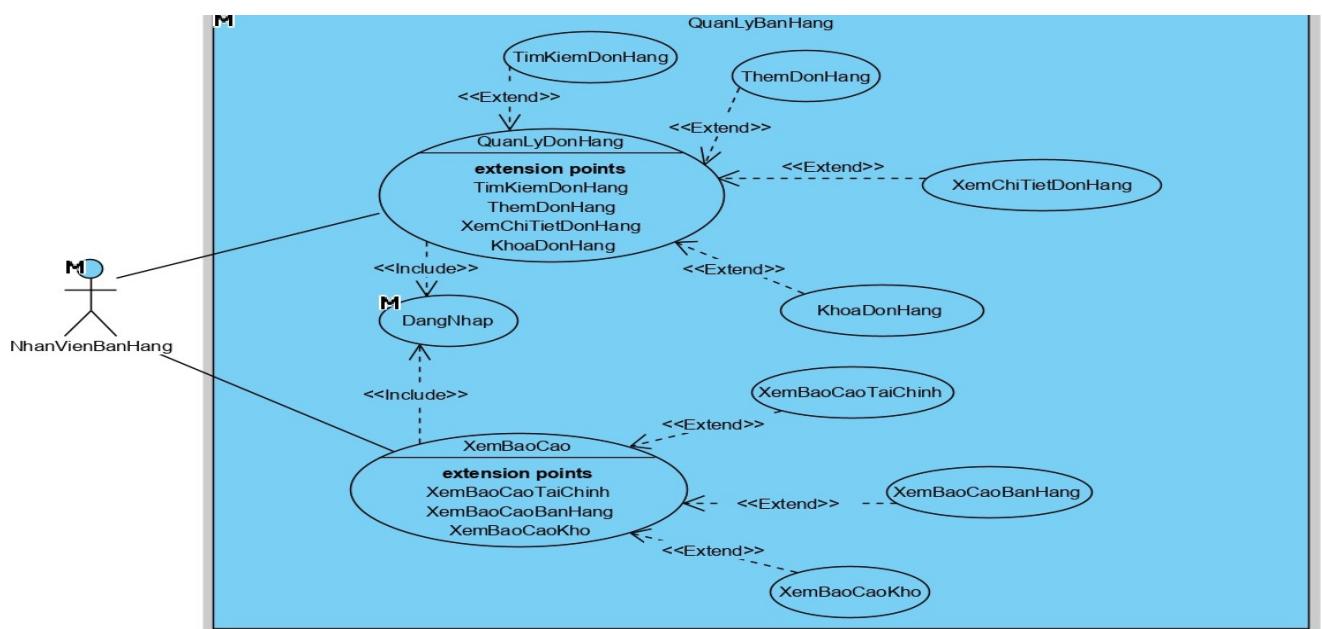
1. Khách hàng chọn đơn hàng đã thanh toán thành công
2. Hệ thống hiển thị danh sách các đơn hàng đã được thanh toán thành công
3. Khách hàng chọn 1 đơn hàng từ danh sách
4. Hệ thống hiển thị chi tiết đơn hàng đó
5. Khách hàng chọn đánh giá sản phẩm
6. Hệ thống hiển thị các mức điểm đánh giá
7. Khách hàng chọn điểm và xác nhận lưu đánh giá của mình
8. Hệ thống kiểm tra thông tin và lưu vào cơ sở dữ liệu, trả về thông báo đánh giá thành công cho khách hàng

Biểu Đồ Hoạt Động



POPPIN KI..... THE SAVAGE

Nhân viên bán hàng:



1. Quản Lý đơn hàng

a. Thêm đơn hàng

Scenario

Tên use case	Thêm đơn hàng
Tác nhân	Nhân viên bán hàng
Điều kiện trước	Nhân viên bán hàng đã đăng nhập vào hệ thống
Điều kiện tối thiểu	Hệ thống cho phép thực hiện công việc thêm đơn hàng
Điều kiện sau	Thêm thành công đơn hàng

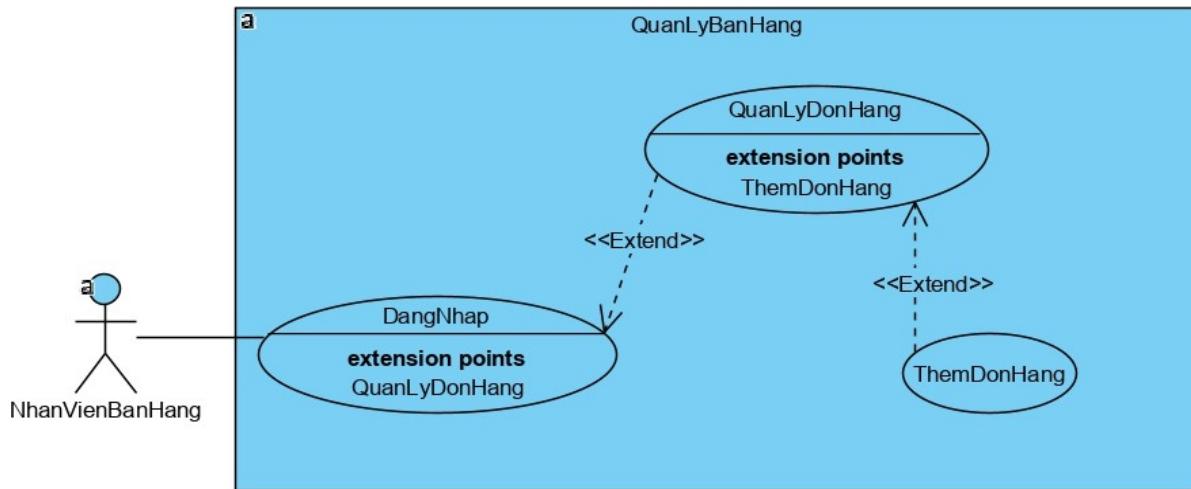
Chuỗi sự kiện chính:

1. Nhân viên đăng nhập vào hệ thống
2. Giao diện nhân viên bán hàng hiển thị
3. Nhân viên click vào quản lý đơn hàng
4. Giao diện quản lý đơn hiện lên danh sách đơn hàng với các chức năng tìm kiếm, thêm,xem chi tiết ,khoá đơn hàng
5. Nhân viên chọn thêm mới đơn hàng
6. Giao diện hiển thị thông tin đơn hàng cần thêm
7. Nhân viên nhập thông tin đơn hàng và click nút tạo đơn hàng
8. Hệ thống hiển thị đơn hàng trong sách sách đơn hàng

Ngoại lệ:

Ngoại lệ:

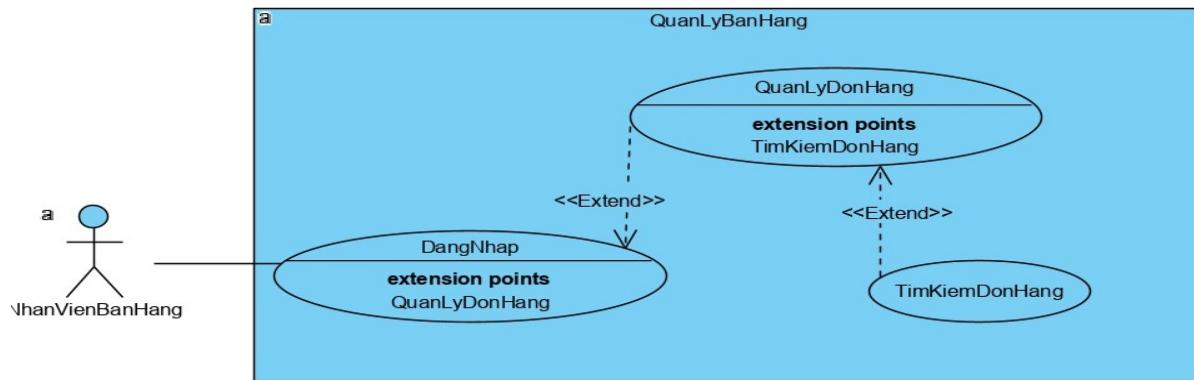
- 7.1 Hệ thống thông báo nhập sai thông tin
- 7.2 Nhân viên nhập lại đơn hàng và click nút tạo đơn hàng
- 7.3 Hệ thống hiển thị đơn hàng trong sách sách đơn hàng



b. Tìm kiếm đơn hàng

Scenario

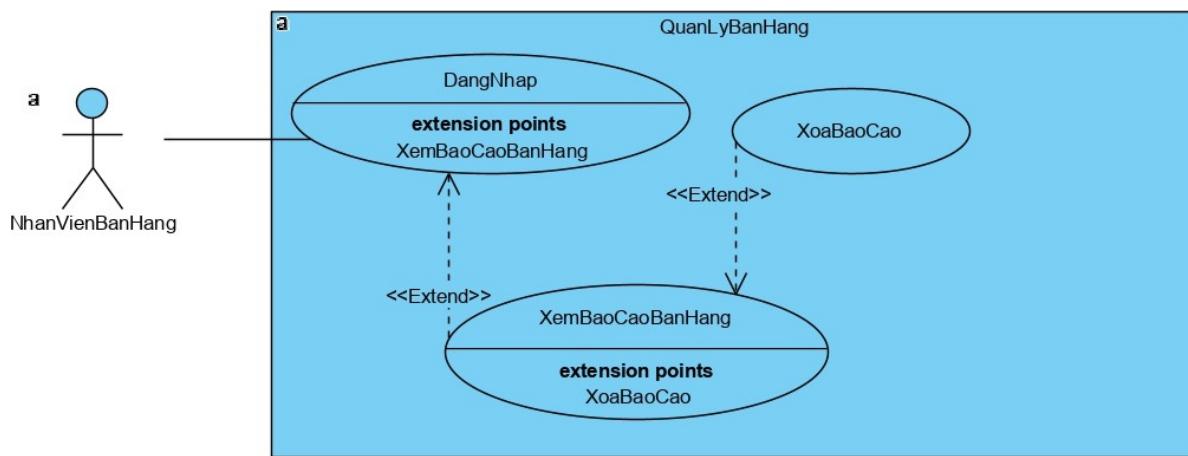
Tên use case	Tìm kiếm đơn hàng
Tác nhân	Nhân viên bán hàng
Điều kiện trước	Nhân viên bán hàng đã đăng nhập vào hệ thống
Điều kiện tối thiểu	Hệ thống cho phép thực hiện lại công việc tìm đơn hàng
Điều kiện sau	Thông tin đơn hàng cần tìm kiếm
Chuỗi sự kiện chính:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nhân viên đăng nhập vào hệ thống 2. Giao diện nhân viên bán hàng hiển thị 3. Nhân viên click vào quản lý đơn hàng 4. Giao diện quản lý đơn hiện lên danh sách đơn hàng với các chức năng tìm kiếm, thêm, xem chi tiết, khóa đơn hàng 5. Nhân viên nhập mã đơn hàng cần tìm và click nút tìm kiếm 6. Giao diện hiển thị đơn hàng nhân viên cần tìm
Ngoại lệ:	<p>Ngoại lệ:</p> <p>5.1 Hệ thống thông báo nhập mã sai</p> <p>5.2 Nhân viên nhập lại mã đơn hàng và click tìm kiếm</p> <p>5.3 Hệ thống hiển thị đơn hàng nhân viên cần tìm</p>



c. Xem chi tiết đơn hàng

Tên use case	Xem chi tiết đơn hàng
Tác nhân	Nhân viên bán hàng
Điều kiện trước	Nhân viên bán hàng đã đăng nhập vào hệ thống
Điều kiện tối thiểu	Hệ thống cho phép thực hiện lại công việc xem chi tiết
Điều kiện sau	Thông tin đơn hàng cần xem
Chuỗi sự kiện chính:	
1. Nhân viên đăng nhập vào hệ thống 2. Giao diện nhân viên bán hàng hiển thị 3. Nhân viên click vào quản lý đơn hàng 4. Giao diện quản lý đơn hiện lên danh sách đơn hàng với các chức năng tìm kiếm, thêm, xem chi tiết, khoá đơn hàng 5. Nhân viên chọn xem chi tiết đơn hàng của một đơn hàng 6. Giao diện hiển thị chi tiết đơn hàng	
Ngoại lệ:	

Quản lý bán hàng:

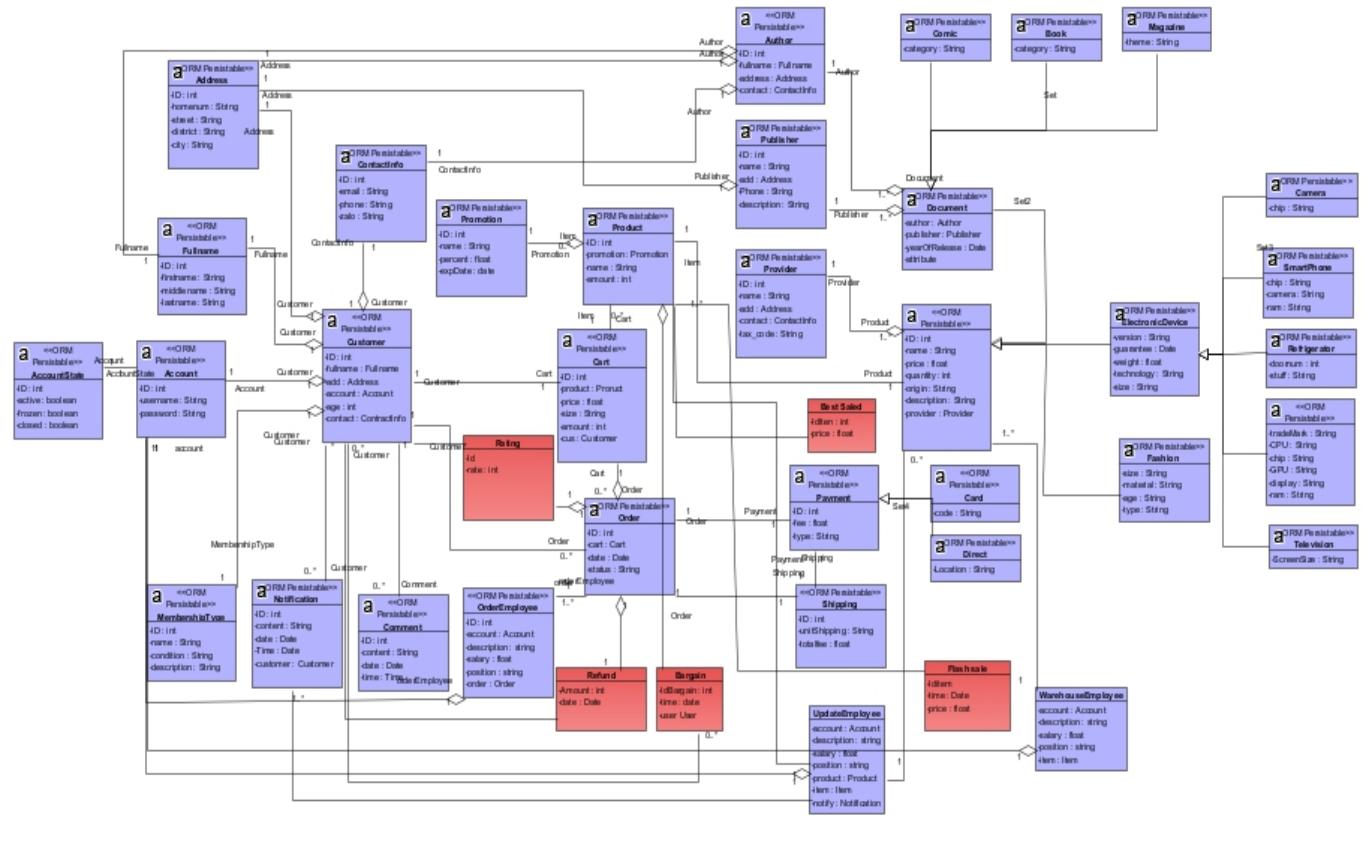


➤ Quản lý kho hàng

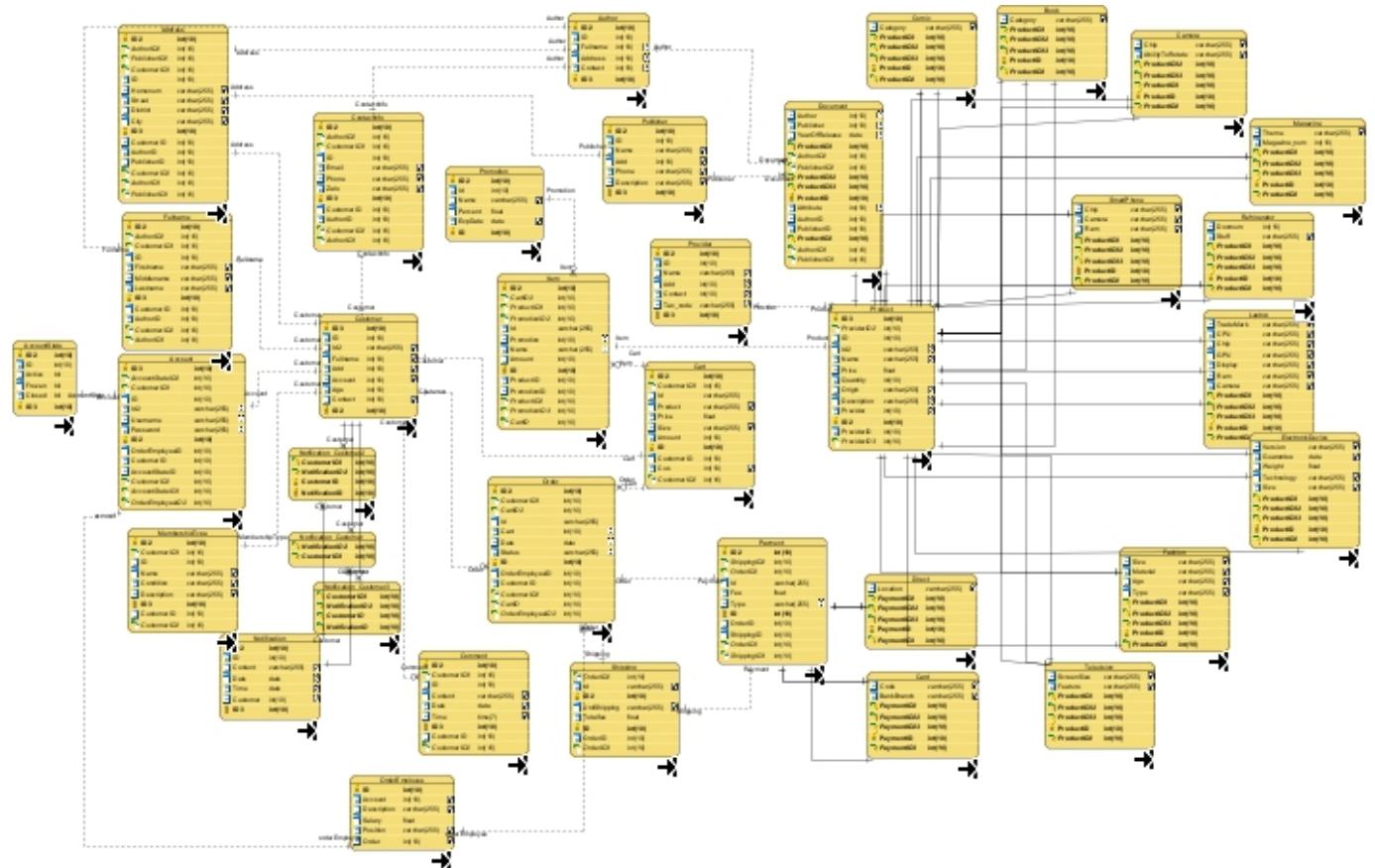
Tên UC	Nhân viên kho quản lý kho hàng
Tác nhân chính	Nhân viên kho
Tiền điều kiện	Nhân viên kho đăng nhập thành công vào hệ thống
Đảm bảo thành công	Nhân viên thêm, sửa, xoá sản phẩm trong kho

2. Biểu đồ lớp phân tích của hệ thống BOE

Youtube.com./PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT

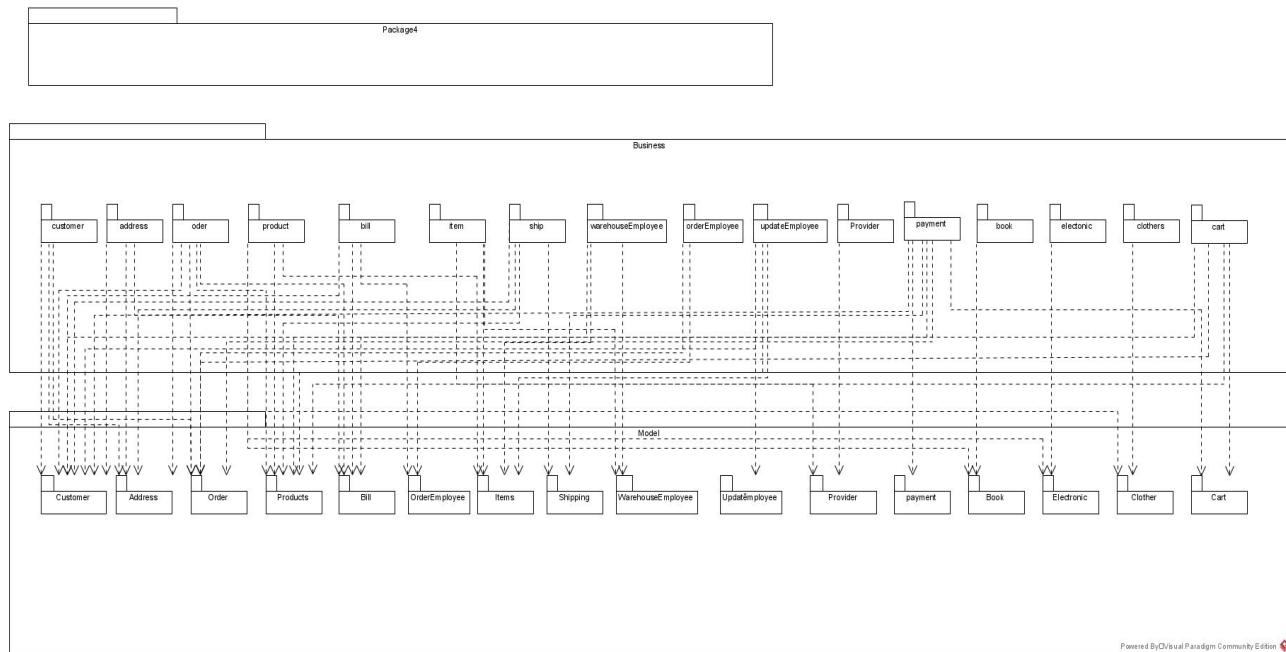


3. Sinh logical data model

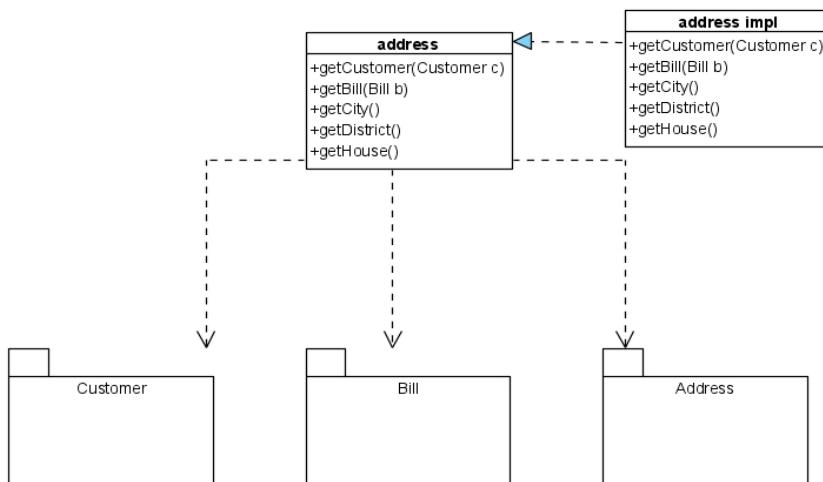


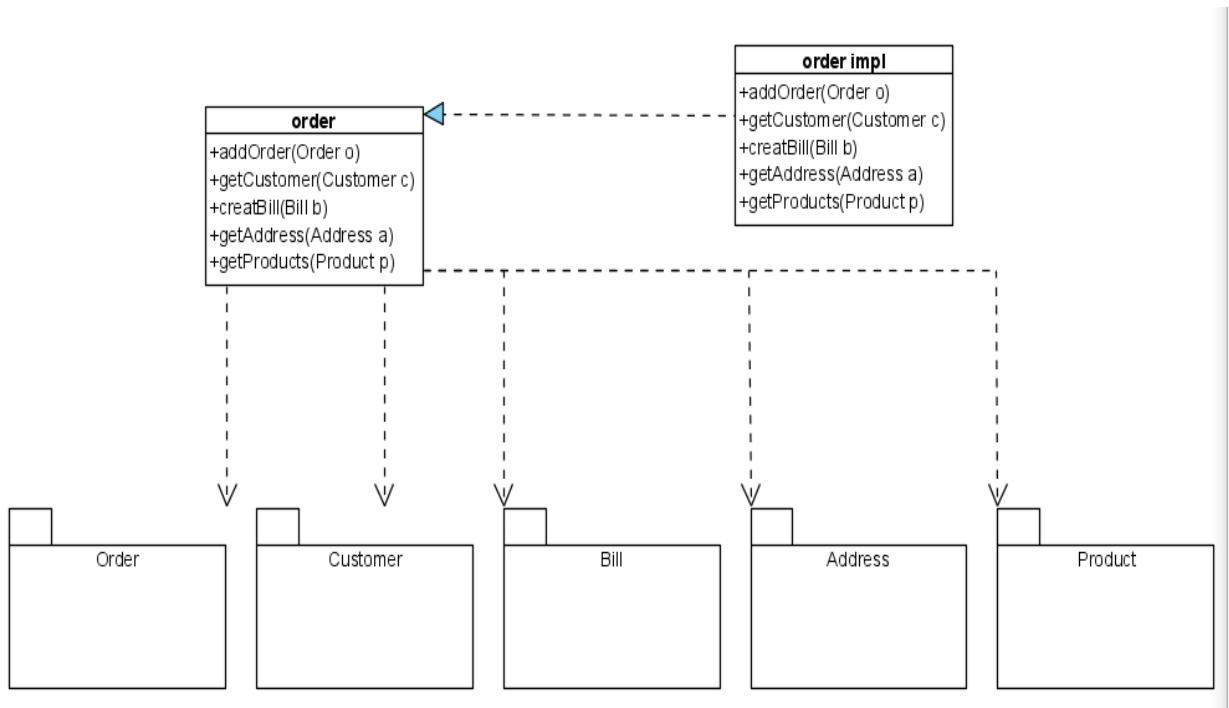
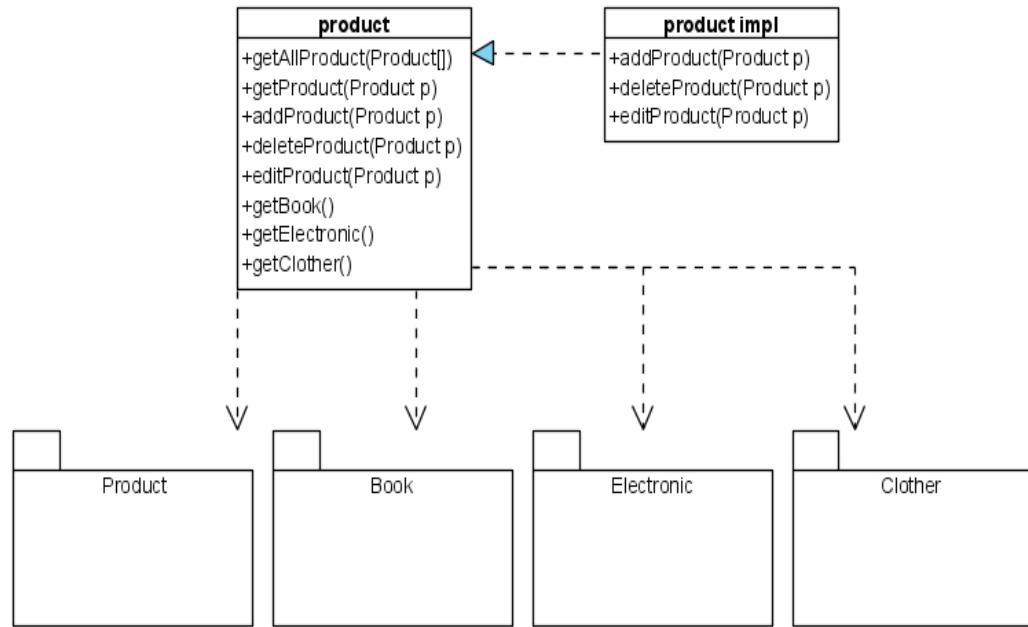
3 Pha thiết kế

1. Thiết kế Package

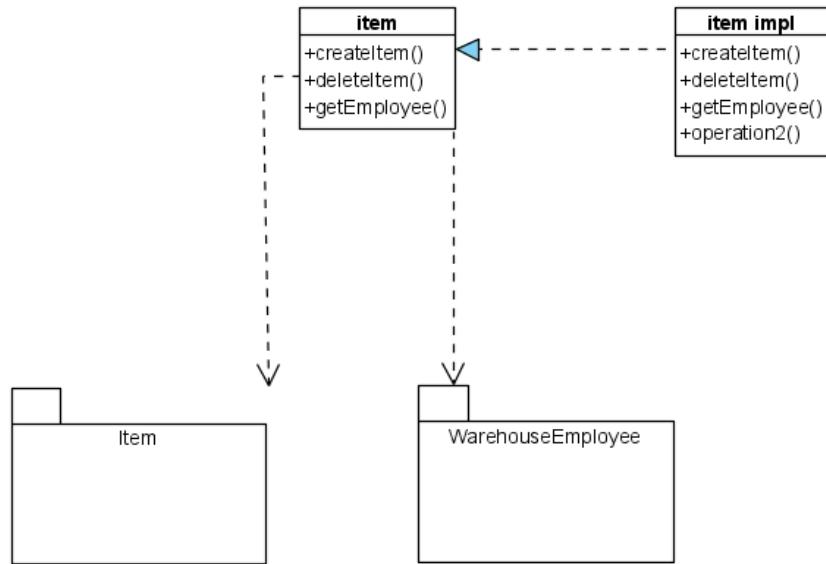


POPPIN KHIEM BEYOND THE SAVAGE

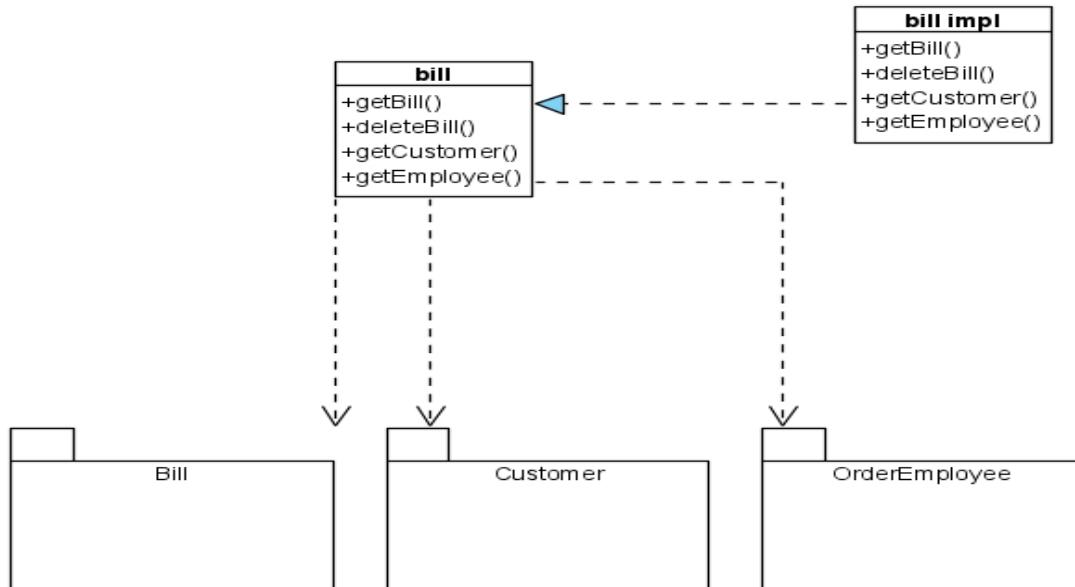


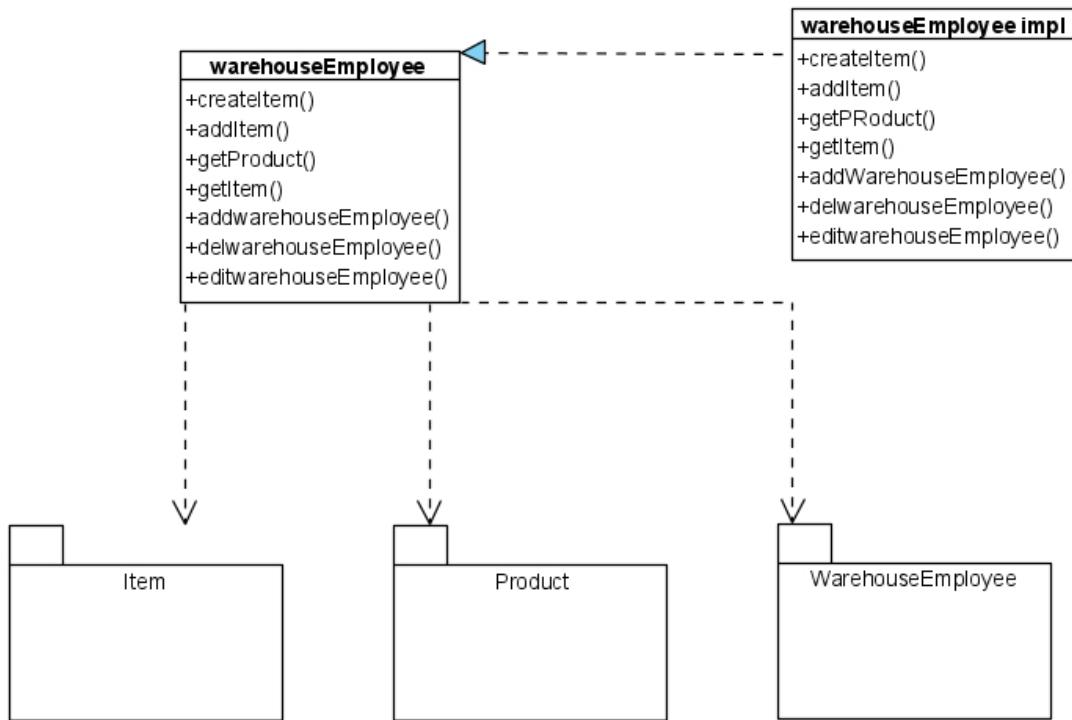


Youtube

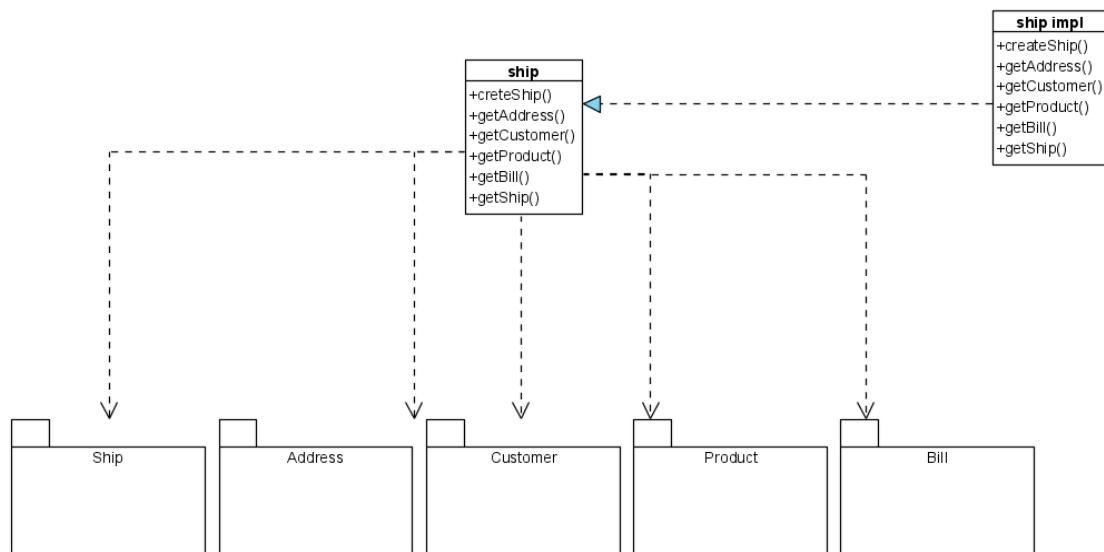


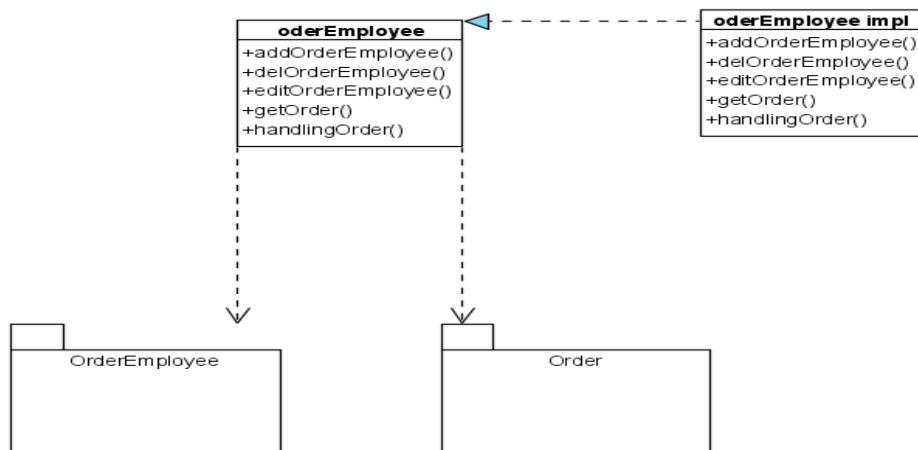
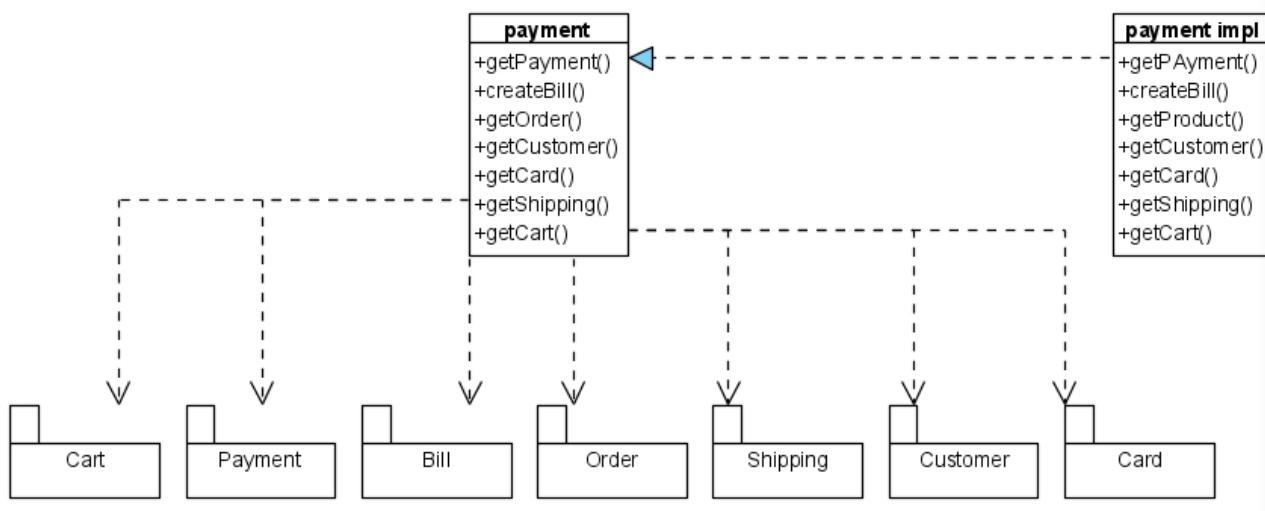
POPPIN KHIEM BEYOND THE SAVAGE



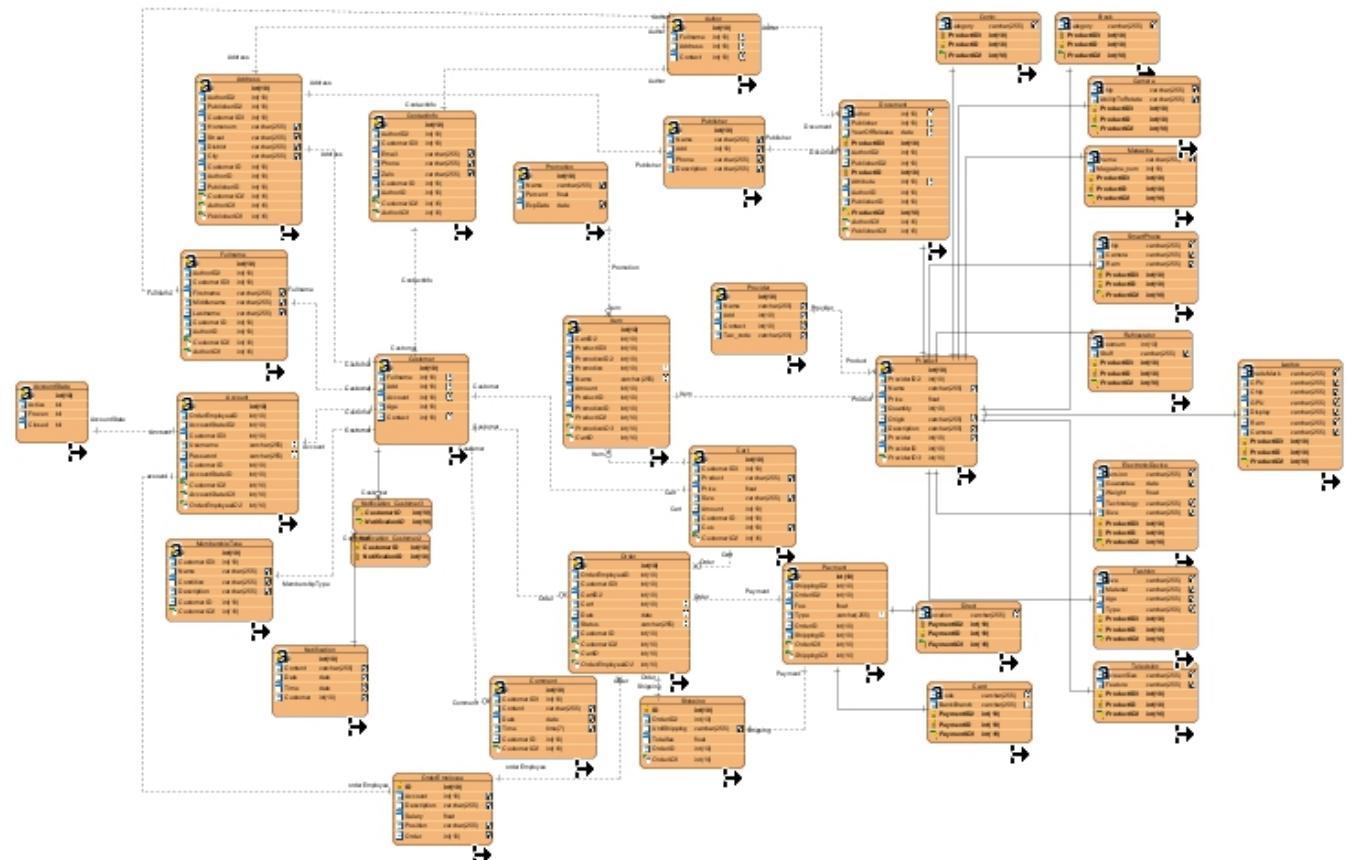


FƠI ĐIỂM NHÌN VỀ CÔNG NGHỆ JAVA VÀ





4. Xây dựng mô hình dữ liệu (physical data model) và thiết kế CSDL



Phần 4 . Lập trình

Product	Price	Total	Quantity	Action
unicorn bag	\$100.0	Total : 942	<input type="text"/> quantity	<button>ADD</button>
rose	\$10.0	Total : 945	<input type="text"/> quantity	<button>ADD</button>
Dragon sticker	\$2.0	Total : 954	<input type="text"/> quantity	<button>ADD</button>
coach	\$10.0	Total : 993	<input type="text"/> quantity	<button>ADD</button>
			view comment	
			view comment	
			view comment	

Youtube.com./PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT

Last: June 5, 2021

[detail](#)

Bill ID : 16

Total : 516.0

Date: June 5, 2021

[detail](#)

Bill ID : 17

Total : 300.0

Date: June 12, 2021

[detail](#)

Bill ID : 18

Total : 100.0

Date: June 12, 2021

[detail](#)

Bill ID : 19

Total : 74.5

Warehouse

[New Item](#)



ID :1

NAME :unicorn

PRICE :100.0



ID :2

NAME :hamster =))

PRICE :2.0



ID :3

NAME :coach

PRICE :9.0



ID :4

NAME :Dragon sticker

PRICE :1.0



ID :5

NAME :rose

PRICE :1.0

unicorn
100.0
0
<input type="button" value="submit"/>

hamster
2.0
0
<input type="button" value="submit"/>

coach
9.0
0
<input type="button" value="submit"/>

Dragon
1.0
0
<input type="button" value="submit"/>

rose
1.0
0
<input type="button" value="submit"/>



Youtube.com/PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT

```
class Customer(models.Model):
    id = models.AutoField(primary_key=True)
    userName = models.CharField(max_length = 100)
    passWord = models.CharField(max_length=100)
    name = models.CharField(max_length=200)
    email = models.EmailField(max_length=200)

    def __str__(self):
        return self.userName + ' : ' + self.name

class Employee(models.Model):
    id = models.AutoField(primary_key=True)
    userName = models.CharField(max_length = 100)
    passWord = models.CharField(max_length=100)
    position = models.CharField(max_length=100)

class Address(models.Model):
    Member_id = models.ForeignKey(Customer, on_delete=models.CASCADE)
    city = models.CharField(max_length = 100)
    district = models.CharField(max_length = 100)
    house = models.CharField(max_length = 100)
    def __str__(self):
        return str(self.Member_id) + ' City : ' + str(self.city) + " - " + self.district + " - "

class funds(models.Model) :
    id = models.AutoField(primary_key = True)
    Member_id = models.ForeignKey(Customer, on_delete=models.CASCADE)
    fund = models.FloatField()
    def __str__(self):
        return str(self.Member_id) + ' fund : ' + str(self.fund)

class Items(models.Model):
    item_id = models.AutoField(primary_key=True)
    item_name = models.CharField(max_Length=100)
    item_price = models.FloatField()
    item_quantity = models.IntegerField()
    item_note = models.CharField(max_Length=1000,null=True)
    item_tags= models.CharField(max_length=1000 , default=None , null=True)
    item_img = models.CharField(max_length=200, default=None, null=True)
    def __str__(self):
        return str(self.item_id) + ': ' + self.item_name + ' - ' + str(self.item_price)
```

Phần 5. Tối ưu hóa cơ sở dữ liệu

Sử dụng đối tượng truy nhập dữ liệu Data Access Object (DAO) để trùu tượng và đóng gói các truy cập tới nguồn dữ liệu. DAO quản lý kết nối với nguồn dữ liệu để lấy và lưu trữ dữ liệu và cài đặt cơ chế truy cập cần thiết để làm việc với nguồn dữ liệu.

Cấu trúc của DAO:

- **BusinessObject** : đại diện cho Client, yêu cầu truy cập vào nguồn dữ liệu để lấy và lưu trữ dữ liệu.
- **DataAccessObject (DAO)**: là một interface định nghĩa các phương thức trùu tượng việc triển khai truy cập dữ liệu cơ bản cho BusinessObject để cho phép truy cập vào nguồn dữ liệu (DataSource).
- **DataAccessObjectConcrete** : cài đặt các phương thức được định nghĩa trong DAO, lớp này sẽ thao tác trực tiếp với nguồn dữ liệu (DataSource).
- **DataSource** : là nơi chứa dữ liệu, nó có thể là database, xml, json, text file, webservice, ...
- **TransferObject** : là một POJO (Plain old Java object) object, chứa các phương thức get/set được sử dụng để lưu trữ dữ liệu và được sử dụng trong DAO class.

DAO Pattern dựa trên các nguyên tắc thiết kế abstraction và encapsulation. Nó bảo vệ phần còn lại của ứng dụng khỏi mọi thay đổi trong lớp lưu trữ, ví dụ: thay đổi database từ Oracle sang MySQL, thay đổi công nghệ lưu trữ từ file sang database.

Hệ quản lý dữ liệu khách hàng

Sử dụng chiến lược Factory Method:

- Tạo ra danh sách DAO được hỗ trợ trong factory
- Hiện thực hóa cài đặt DAOFactory cho Cloudscape
- Cài đặt DAO Interface cho Customer
- Cài đặt Cloudscape DAO cho Customer
- Sử dụng DAO và DAOFactory ở client code

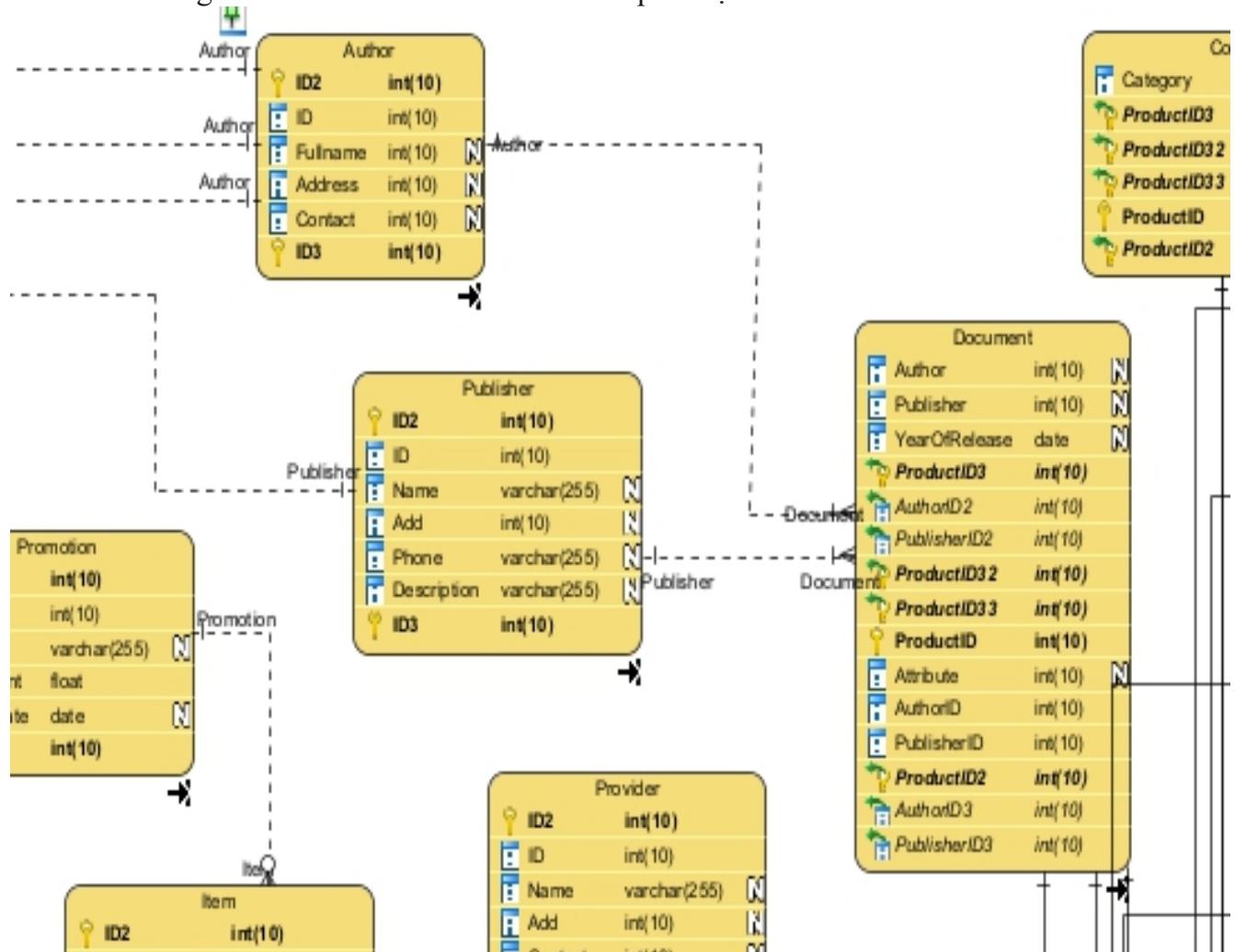
Hệ quản lý bán sách trực tuyến Bookstore

Phần này trình bày áp dụng một số mẫu Facade, Observer và Factory để thiết kế một số chức năng của Hệ Quản lý bán sách Bookstore

=> Áp dụng vào trong cơ sở dữ liệu BOEC

Ví dụ bảng Publisher - Document:

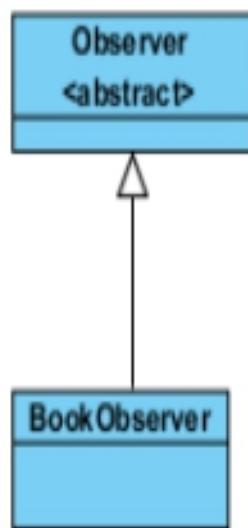
Tách thêm 1 bảng có Id là Publisher-Document vì quan hệ N-N:



+ Tách các thuộc tính đa trị ra thành một bảng riêng phù hợp với hệ thống

- + Loại bỏ các bảng tạm , tránh dư thừa , có thể dữ liệu bảng tạm tuy nhiên phải phù hợp hệ thống .
- + Tối ưu memory , CPU , Disk ...

Áp dụng Observer



Sử dụng Đối tượng Truy nhập Dữ liệu khi:

- Cần truy cập bộ nhớ liên tục nhiều lần, đặc biệt nếu bạn muốn trao đổi nguồn dữ liệu sau này.
- Muốn tách giao diện máy khách của tài nguyên dữ liệu khỏi các cơ chế truy cập dữ liệu của nó
- Muốn điều chỉnh API truy cập của một tài nguyên dữ liệu cụ thể với giao diện máy khách chung trong một dự án lớn hơn

PHẦN 6. PHÂN TÍCH Ý KIẾN VÀ HÀNH VI KHÁCH

1. Định nghĩa Social Marketing:

Social Marketing hay *tiếp thị qua mạng xã hội* là hình thức quảng cáo thông qua việc tạo và chia sẻ nội dung trên các mạng xã hội như Facebook, Twitter, LinkedIn và phát triển các fanpages để tăng sự nhận biết thương hiệu, đạt mục tiêu marketing, gồm các hoạt động như đăng bài, hình ảnh, video, chạy quảng cáo trả phí, ... nhằm thu về các hiệu quả nhất định như lượt tương tác với người dùng, gia tăng nhận thức của người dùng về dịch vụ, sản phẩm, đặc biệt là thúc đẩy hành vi mua hàng và sở hữu sản phẩm của người dùng thông qua mạng xã hội.

2. Phân tích ý kiến cho social Marketing

A. Tại sao cần phân tích tâm lý xã hội để tìm hiểu thêm về dịch vụ khách hàng của

mình trên mạng xã hội?

Nghiên cứu tiếp thị trước đây cho thấy, người tiêu dùng xem xét đánh giá từ những người tiêu dùng khác khá nghiêm túc. Những gì khách hàng của bạn phải nói là quan trọng nhất vào cuối ngày.

Nếu một nhà hàng bị xếp hạng kém trên Google Maps, rất có thể bạn sẽ không đến đó vì rất nhiều người không thích dịch vụ này. Không có ý nghĩa gì khi giao tiền của bạn cho một doanh nghiệp không mang lại kết quả chất lượng. Vì vậy, làm thế nào bạn có thể biết khi nào mọi thứ đang diễn ra tốt đẹp cho bạn? Sẽ không đủ để bạn kiểm tra dữ liệu từ các công cụ truyền thông xã hội gốc. Chắc chắn, tỷ lệ tương tác của bạn có thể cho bạn biết rằng nhiều người đã tương tác với hồ sơ hoặc nội dung của bạn, nhưng họ có bị xúc phạm hay không? Cách duy nhất để tìm ra điều đó là thông qua phân tích tình cảm xã hội.

B. Làm cách nào để sử dụng phân tích tình cảm xã hội cho dịch vụ khách hàng trên

mạng xã hội?

Trên thực tế, phân tích tình cảm có thể hữu ích trong nhiều tình huống khác nhau. Chúng tôi sẽ cung cấp cho bạn một vài ví dụ về cách phân tích tình cảm xã hội có

thể được sử dụng trong tiếp thị và PR trên hồ sơ truyền thông xã hội của bạn.

Bất kỳ nhận xét nhất định nào về bài đăng của bạn có thể bao gồm:

- Phản hồi của khách hàng về sản phẩm

Youtube.com/PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT

- Sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ của bạn
- Hoặc khả năng khách hàng quảng bá thương hiệu của bạn cho người khác như thế nào

3. Phân tích hành vi khách hàng cho social marketing

Theo Hiệp hội marketing Hoa Kỳ, hành vi khách hàng chính là sự tác động qua lại giữa các yếu tố kích thích của môi trường với nhận thức và hành vi của con người mà qua sự tương tác đó, con người thay đổi cuộc sống của họ.

Hay nói cách khác, hành vi khách hàng bao gồm những suy nghĩ và cảm nhận mà con người có được và những hành động mà họ thực hiện trong quá trình tiêu dùng. 60Những yếu tố như ý kiến từ những người tiêu dùng khác, quảng cáo, thông tin về giá cả, bao bì, bè ngoài sản phẩm... đều có thể tác động đến cảm nhận, suy nghĩ và hành vi của khách hàng.

Ví dụ: Nghiên cứu hành vi tiêu dùng sản phẩm dầu gội đầu để biết được những vấn đề sau: Tại sao khách hàng mua dầu gội đầu (để làm sạch tóc hay để trị gàu)? Họ mua nhãn hiệu nào (Clear hay Sunsilk...)? Tại sao họ mua nhãn hiệu đó (họ tin rằng nhãn hiệu đó chất lượng tốt hơn hay đang được bán giảm giá)?

4. Trình bày các kỹ thuật trong Machine Learning cho social marketing

1. Giám sát phương tiện truyền thông xã hội

Giám sát mạng xã hội là một trong những công cụ truyền thống hơn cho các doanh nghiệp muốn quản lý tài khoản mạng xã hội của họ. Một số nền tảng như Twitter và Instagram có các công cụ phân tích tích hợp có thể đo lường mức độ thành công của các bài đăng trước đây, bao gồm số lượt thích, nhận xét, số lần nhấp vào liên kết hoặc lượt xem cho video. Các công cụ của bên thứ ba như Iconosquare (* dành cho Instagram và Facebook) cũng có thể cung cấp các dịch vụ quản lý và thông tin chi tiết về phương tiện truyền thông xã hội tương tự. Những công cụ này cũng có thể cho các doanh nghiệp biết nhiều điều về khán giả của họ, bao gồm thông tin nhân khẩu học và thời gian cao điểm khi những người theo dõi của họ hoạt động tích cực nhất trên nền tảng. Các thuật toán truyền thông xã hội thường ưu tiên các bài đăng gần đây hơn các bài đăng cũ hơn, vì vậy với dữ liệu này, các doanh nghiệp có thể lên lịch cho các bài đăng của họ vào hoặc một vài phút trước thời gian cao điểm.

Trong tương lai, các doanh nghiệp có thể dựa vào AI để đưa ra các đề xuất về người dùng nào nên nhắn tin trực tiếp hoặc đăng bài nào để nhận xét, điều đó có thể dẫn đến tăng doanh số bán hàng. Những khuyến nghị này một phần sẽ dựa trên thông tin thu thập được thông qua các công cụ phân tích hiện có để theo dõi mạng xã hội.

2. Phân tích cảm xúc

Phân tích cảm xúc, còn được gọi là AI khai thác ý kiến hoặc cảm xúc, đang đánh giá ý kiến của một văn bản. Quy trình sử dụng cả xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) và học máy để ghép nối dữ liệu truyền thông xã hội với các nhãn được xác định trước như tích cực, tiêu cực hoặc trung tính. Sau đó, máy có thể phát triển các tác nhân học cách hiểu được

Youtube.com/PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT

cảm xúc bên trong các thông điệp mới.

Các doanh nghiệp có thể áp dụng phân tích tình cảm trên phương tiện social marketing và hỗ trợ khách hàng để thu thập phản hồi về một sản phẩm hoặc thiết kế mới. Tương tự, các doanh nghiệp có thể áp dụng phân tích tình cảm để khám phá cảm nhận của mọi người về đối thủ cạnh tranh của họ hoặc các chủ đề thịnh hành của ngành.

3. Nhận dạng hình ảnh

Tính năng nhận dạng hình ảnh sử dụng công nghệ máy học để đào tạo máy tính nhận

dạng logo thương hiệu hoặc ảnh của một số sản phẩm nhất định mà không cần bất kỳ văn bản nào đi kèm. Điều này có thể hữu ích cho các doanh nghiệp khi khách hàng của họ tải lên ảnh sản phẩm mà không đề cập trực tiếp đến thương hiệu hoặc tên sản phẩm trong văn bản. Khách hàng tiềm năng cũng có thể tải lên ảnh sản phẩm của bạn với chủ thích “Tôi có thể mua cái này ở đâu?”. Nếu các doanh nghiệp có thể nhận thấy thời điểm điều đó xảy ra, họ có thể sử dụng nó như một cơ hội để gửi các khuyến mãi được nhắm mục tiêu đến người đó hoặc chỉ cần bình luận trên bài đăng để nói lời cảm ơn vì đã mua hàng của họ, điều này chắc chắn có thể dẫn đến sự trung thành của khách hàng tăng lên. Ngoài ra, khách hàng có thể cảm thấy được khuyến khích đăng nhiều ảnh hơn về sản phẩm của bạn trong tương lai, điều này dẫn đến việc quảng bá thương hiệu hơn nữa. Các doanh nghiệp có thể được lợi khi chú ý lắng nghe khi mọi người đăng ảnh sản phẩm của họ, bởi vì các bài đăng trên mạng xã hội có hình ảnh thường nhận được sự tương tác của người dùng cao hơn so với các bài đăng hoàn toàn là văn bản. Người dùng Facebook có khả năng thích hoặc bình luận trên các bài đăng có hình ảnh cao gấp 2,3 lần và người dùng Twitter có khả năng đăng lại một bài đăng có hình ảnh cao hơn 1,5 lần. Điều này quan trọng đối với hoạt động tiếp thị vì các thuật toán truyền thông xã hội thường được thiết kế để các bài đăng có mức độ tương tác cao, được đo lường bằng số lượng người dùng đã tương tác với một bài đăng, chẳng hạn như bằng cách thích, nhận xét hoặc chia sẻ bài đăng đó với những người dùng khác, hiển thị ở đầu nguồn cấp dữ liệu của người dùng.

4. Chatbots

Chatbots là một ứng dụng của AI để bắt chước các cuộc trò chuyện thực. Chúng có thể

được nhúng vào các trang web, chẳng hạn như cửa hàng trực tuyến hoặc thông qua nền tảng nhắn tin của bên thứ ba như Facebook messenger và nhắn tin trực tiếp của Twitter và Instagram.

Chatbots cho phép các doanh nghiệp tự động hóa dịch vụ khách hàng mà không yêu cầu sự tương tác của con người, trừ khi khách hàng yêu cầu cụ thể nói chuyện hoặc trò chuyện với đại diện của con người. Đối với các doanh nghiệp có cơ sở khách hàng nói chung là trẻ, chatbot có nhiều khả năng làm tăng sự hài lòng của khách hàng. 60% thế hệ millennials đã sử dụng chatbots và 70% trong số họ đã báo cáo những trải nghiệm tích cực.

5. Nhận dạng văn bản

Tin nhắn âm thanh và video đã hoàn toàn chiếm lĩnh thế giới, tuy nhiên, phần lớn tin nhắn được gửi trên mạng xã hội vẫn ở dạng văn bản. Như thường lệ, lần này Facebook đi tiên phong trong lĩnh vực này - tạo ra mạng DeepText để nhận dạng văn bản. Đây là một chương trình dựa trên Deep Learning mạnh mẽ không chỉ nhận dạng các ký tự và đặt chúng thành từ mà còn nghiên cứu ngữ cảnh của những gì đã được nói. Sau đó, dữ liệu thô do DeepText khai thác được sử dụng cho các đề xuất nội dung, hình

Youtube.com/PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT

thành nguồn cấp dữ liệu, các biện pháp an toàn và phân tích hành vi.

6. Nhận dạng hình ảnh

Các ứng dụng thị giác máy tính đã được sử dụng trong nhiều ngành công nghiệp từ ô tô đến xây dựng, và theo thời gian, chúng đã trở thành ngành truyền thông xã hội. Công nghệ gây tranh cãi nhất của bộ Facebook AI là mạng DeepFace nổi tiếng về nhận dạng khuôn mặt. Mạng nơ-ron chín lớp với hơn 120 triệu trọng số kết nối đã được đào tạo với hàng tỷ mẫu dữ liệu, nó theo dõi hình ảnh người được số hóa và giúp tìm kiếm một người bằng một bức ảnh rất nhanh và chính xác.

7. Nội dung đề xuất

Các đề xuất về nội dung được cá nhân hóa là nguyên nhân cho bản chất gây nghiện của mạng xã hội. Các mạng đầu tư ngân sách khổng lồ vào các công nghệ Máy học tạo nguồn cấp dữ liệu phương tiện dựa trên những gì người dùng thích, tìm kiếm và quan trọng nhất có thể thích.

8. Neural translation

Để cố gắng làm cho các phương tiện truyền thông xã hội cởi mở và thông nhât hơn, vào năm 2017, Facebook đã giới thiệu một cách tiếp cận mới đối với Neural translation (nơ-ron thế giới chỉ ra sự tham gia của Học máy trong toàn bộ sự việc). Kiến trúc dịch mới mà họ cung cấp, đại diện cho việc dịch theo ngữ cảnh, không giống như các phương pháp hoạt động trước đó. Ngày nay, người dùng thường thức nhiều bài đăng trên mạng xã hội bằng ngôn ngữ mẹ đẻ của họ và có tùy chọn giao tiếp với bất kỳ ai trực tuyến với mức độ hiểu biết ấn tượng.

9. Mật độ dân số

Dựa trên dữ liệu vị trí địa lý của người dùng theo thời gian thực, Facebook tạo ra các bản đồ hiển thị mật độ dân số chính xác và cập nhật nhất. Các bản đồ được sử dụng cho các vấn đề an toàn và chăm sóc sức khỏe, như các hoạt động cứu hộ trong trường hợp thiên tai hoặc lập kế hoạch và thực hiện tiêm chủng.

Mức 2:

Đường dẫn tới bài báo: [Chính xác thì Tri tuê nhân tạo cho phương tiên truyền thông xã hội là gì? \(marketingaiinstitute.com\)](http://Chính_xác_thì_Tri_tuê_nhân_tạo_cho_phương_tiên_truyền_thông_xã_hội_là_gì?_(marketingaiinstitute.com))

Nội dung chính:

Về cơ bản, chúng ta có thể dạy máy móc giống như con người. Chúng ta có thể cho họ khả năng nhìn, nghe, nói, di chuyển và viết.

Bạn sử dụng AI mỗi ngày, bất kể bạn làm việc ở đâu hay làm gì.

Điện thoại thông minh của bạn có hàng tá khả năng gốc được hỗ trợ bởi AI, chẳng hạn như trợ lý giọng nói và điều hướng thời gian thực.

Các dịch vụ yêu thích của bạn, như Amazon và Netflix, sử dụng AI để cung cấp đề xuất sản phẩm. Và các ứng dụng email như Gmail thậm chí còn sử dụng AI để tự động viết các phần email cho bạn.

Nhiều khả năng ấn tượng nhất của AI được hỗ trợ bởi machine learning, một tập hợp con của AI cho phép các hệ thống máy móc đưa ra dự đoán chính xác dựa trên các bộ dữ liệu lớn. Các công cụ AI thông minh nhất sau đó thực sự cải thiện độ chính xác của các dự

Youtube.com/PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT

đoán của họ theo thời gian bằng cách sử dụng machine learning và deep learning, một loại máy học tiên tiến.

Chính phần cuối cùng này làm cho AI và machine learning khác với các nền tảng phần mềm hoặc công nghệ truyền thống. Phần mềm phi AI điển hình của bạn được mã hóa bởi con người, sau đó làm theo các hướng dẫn mà con người đã đưa ra. Những hệ thống này chỉ trở nên tốt hơn khi con người tự làm cho chúng tốt hơn.

Mặt khác, các công cụ AI có thể tự cải thiện, dựa trên cả hiệu suất lịch sử của riêng họ và dữ liệu mới được cung cấp cho việc mở khóa hệ thống có khả năng tăng hiệu suất không giới hạn. Điều đó có nghĩa là mọi phần mềm tiếp thị bạn sử dụng ngày nay, từ mua quảng cáo đến phân tích đến tự động hóa đến chiến lược nội dung đến xã hội, có thể được thực hiện thông minh hơn bằng cách sử dụng AI và machine learning.

Các công cụ này sau đó có thể được đào tạo để tận dụng các hành vi, sở thích, niềm tin và sở thích cá nhân hóa trải nghiệm. Họ có thể hiểu bạn đã ở đâu, bạn đang đi đâu, bạn đã viết gì trong email, những gì bạn đã hỏi trợ lý giọng nói của mình, những nhóm bạn thuộc về, cửa hàng bạn mua sắm gì và hơn thế nữa.

Và nó cung cấp cho các công cụ AI một số khả năng tuyệt vời mà công nghệ truyền thống không có. AI có thể đọc và viết bằng cách sử dụng tạo ngôn ngữ tự nhiên và xử lý ngôn ngữ tự nhiên. Nó có thể phát hiện và bắt chước giọng nói bằng cách sử dụng phân tích cảm xúc. Nó có thể phát hiện hình ảnh, video và khuôn mặt bằng cách sử dụng nhận dạng hình ảnh và khả năng thị giác máy tính. AI thậm chí có thể dự đoán hiệu suất và đề xuất các hành động.

Những khả năng này có thể được sử dụng để cung cấp cho các siêu cường tiếp thị truyền thông xã hội của bạn.

AI được sử dụng trong phương tiện truyền thông xã hội như thế nào?

Facebook sử dụng công nghệ máy học nâng cao để làm mọi thứ từ phân phát nội dung đến nhận diện khuôn mặt của bạn trong ảnh để nhắm mục tiêu người dùng bằng quảng cáo. Instagram (thuộc sở hữu của Facebook) sử dụng AI để xác định hình ảnh.

LinkedIn sử dụng AI để cung cấp đề xuất công việc, đề xuất những người bạn có thể muốn kết nối và phân phát cho bạn các bài đăng cụ thể trong nguồn cấp dữ liệu của bạn.

Snapchat tận dụng sức mạnh của thị giác máy tính, công nghệ AI, để theo dõi các tính năng và bộ lọc lớp phủ di chuyển cùng khuôn mặt của bạn trong thời gian thực.

Trên tất cả các nền tảng truyền thông xã hội, AI và machine learning đang điều chỉnh cách nội dung bạn tạo và quảng cáo bạn mua được đặt trước người dùng thường xuyên theo những cách không hoàn toàn minh bạch với các nhà tiếp thị. Tất cả điều này là để nói rằng AI là một phần cơ bản của cách các mạng xã hội ngày nay hoạt động. Nhưng, AI thường hoạt động đằng sau hậu trường của các nền tảng phổ biến và hoàn toàn theo quyết định của công ty sở hữu nền tảng này.

Youtube.com./PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT

Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là các nhà tiếp thị không thể tận dụng AI cho phương tiện truyền thông xã hội. Trên thực tế, có nhiều công cụ giám sát và tiếp thị phương tiện truyền thông xã hội trí tuệ nhân tạo có sẵn trên một số trường hợp sử dụng.

Dưới đây là một vài cách hàng đầu mà các nhà tiếp thị truyền thông xã hội có thể bắt đầu sử dụng AI, học máy và công nghệ tự động hóa thông minh.

Sáng tạo và quản lý xã hội

Các nhà tiếp thị dành rất nhiều thời gian để tạo nội dung để phân phối phương tiện truyền thông xã hội, sau đó quản lý phân phối và tương tác trên các kênh. Một công cụ quản lý phương tiện truyền thông xã hội truyền thống giúp điều này, bằng cách hợp lý hóa việc lên lịch và giám sát phương tiện truyền thông xã hội. Nhưng các công cụ AI đưa nó đi xa hơn.

Các công cụ tồn tại để tự động tạo nội dung truyền thông xã hội trên các kênh, đi xa đến mức tự động bao gồm hashtag và liên kết rút ngắn. Các công cụ cũng tồn tại để tự động lên lịch hàng loạt các cổ phiếu này. Nhìn chung, một công cụ AI có thể xử lý một số loại hình tạo và quản lý phương tiện truyền thông xã hội nhất định trong vài phút.

Trí thông minh truyền thông xã hội và nghe phương tiện truyền thông xã hội

Một công cụ giám sát xã hội hoặc công cụ lắng nghe xã hội được hỗ trợ bởi AI có thể cung cấp thông tin chi tiết từ hồ sơ truyền thông xã hội và đối tượng của thương hiệu của bạn. Điều này thường liên quan đến việc sử dụng sức mạnh của AI để phân tích dữ liệu xã hội trên quy mô lớn, hiểu những gì đang được nói trong đó, sau đó trích xuất thông tin chi tiết dựa trên thông tin đó.

Những hiểu biết có thể hành động này được cung cấp trong thời gian gần như theo thời gian thực, mang lại cho các thương hiệu một chân chống lại đối thủ cạnh tranh.

Quảng cáo truyền thông xã hội

Hầu như bất kỳ nền tảng truyền thông xã hội nào cũng cung cấp cho các nhà tiếp thị khả năng chưa từng có để chạy quảng cáo trả phí cho người dùng nền tảng dựa trên nhắm mục tiêu theo nhân khẩu học và hành vi chi tiết cao. Nhưng các nhà tiếp thị vẫn cần viết hoặc tạo nội dung quảng cáo... hay họ?

Các công cụ trí tuệ nhân tạo tồn tại ngày nay sẽ thực sự viết quảng cáo Facebook và Instagram cho bạn. Quảng cáo được tối ưu hóa cho nhấp chuột và chuyển đổi, nhờ khả năng dự đoán của AI ở quy mô lớn ngôn ngữ nào sẽ cải thiện kết quả.

Tìm người có ảnh hưởng phù hợp

Tìm đúng người có ảnh hưởng có thể đưa một thương hiệu lên bản đồ. Nhưng làm thế nào để bạn làm như vậy một cách hiệu quả? AI có thể giúp một tay.

Các nền tảng nghiên cứu người có ảnh hưởng được hỗ trợ bởi AI phân tích nhiều phân tích truyền thông xã hội để hiểu tài khoản nào có thể cung cấp mức độ tương tác, phạm vi tiếp cận và ảnh hưởng nhiều nhất cho một ngành cụ thể.

Nếu bạn là một nhà tiếp thị truyền thông xã hội, rất có thể AI có thể giúp bạn tăng doanh thu và giảm chi phí trên các kênh xã hội khác nhau. Điều đó có nghĩa là bây giờ là lúc để bắt đầu với AI, bắt kể trình độ kỹ năng hay mức độ thoải mái của bạn.

Để làm như vậy có nghĩa là bạn xây dựng một lợi thế cạnh tranh có khả năng không thể vượt qua.

Kết.

PHẦN 7: KẾT LUẬN

1. Những kiến thức và kỹ năng mà em đã học được từ môn này:

Trước hết chính là kiến thức quý báu giúp chúng em nâng cao tri thức trong cuộc sống hiện tại và sau này về ngành một cách khái quát và rõ hơn bao giờ hết; chúng em hiểu hơn về lợi ích quý giá mà môn học đem lại:

Về kiến thức, chúng em được tìm hiểu về lịch sử cội nguồn của kỹ nghệ phần mềm; được bổ sung lại các kiến thức về usecase, scenario, các class, entity, được làm quen với ngôn ngữ mới, framwork Django, hiểu được cơ chế hoạt động của những trang thương mại điện tử mà vẫn dùng để mua hàng...

Có kiến trúc phần mềm giúp chúng ta ưu tiên các mục tiêu xung đột. Nó tạo điều kiện giao tiếp với các bên liên quan, góp phần vào một hệ thống đáp ứng tốt hơn nhu cầu của họ. Truyền đạt về các hệ thống phức tạp từ quan điểm của các bên liên quan giúp họ hiểu hậu quả của các yêu cầu đã nêu và các quyết định thiết kế dựa trên chúng. Kiến trúc cung cấp khả năng giao tiếp về các quyết định thiết kế trước khi hệ thống được triển khai khi chúng vẫn tương đối dễ thích nghi.

Kiến trúc phần mềm cho thấy cấu trúc của hệ thống và ẩn chi tiết thực hiện, tập trung vào cách các thành phần của hệ thống tương tác với nhau. Ngược lại, thiết kế phần mềm tập trung vào việc triển khai hệ thống, thường đi sâu vào chi tiết đáng kể.

Sử dụng sơ đồ khối dễ dàng, không chính thức, hiển thị các thực thể và mối quan hệ, kiến trúc phần mềm được thể hiện thường xuyên nhất.

Ưu điểm: đơn giản, hữu ích để giao tiếp với các bên liên quan, tuyệt vời cho các dự án lập kế hoạch. Nhược điểm: thiếu sự giống nhau, các loại mối quan hệ giữa các thực thể, tài sản có thể nhận dạng của các thực thể kiến trúc.

Thứ hai, môn học này đã giúp cho sinh viên chúng em rèn luyện được nhiều đức tính quý báu, góp phần xây dựng phát triển đất nước, tu dưỡng bản thân trở thành con người có ích cho xã hội:

Đó chính là kỹ năng làm việc nhóm, một kỹ năng mà nhà trường đã dành riêng bộ môn để giảng dạy; mỗi thành viên trong nhóm đều phải hành động vì mục tiêu chung của cả nhóm.

Youtube.com/PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT

Ngoài ra, trong quá trình làm việc nhóm cũng không thể tránh được những bất đồng của một tập thể nhưng lại giúp cho sinh viên chúng em tìm cách để khắc phục và tiến bộ.

Thứ ba, chúng em được học dưới sự hướng dẫn của thầy Trần Đình Quế - Người thầy rất tâm huyết, tạo điều kiện hết mức cho sinh viên phát triển và đặc biệt là thầy rất trẻ trung hòa nhập vào cộng đồng sinh viên.

2. Cảm tưởng của mình khi chuẩn bị kết thúc 4.5 năm học

Lời đầu tiên em xin gửi tới thầy giáo lời kính chúc sức khỏe và lời chào trân trọng nhất!

Vừa ngày nào em còn chân ướt chân ráo bước tới nhà xe tìm chỗ đỗ, giờ đã là năm cuối của đời sinh viên. Thời gian trôi nhanh quá!

Đối với em, thời sinh viên thực sự rất trọn vẹn và đầy đủ cảm xúc thăng trầm. Được trải nghiệm đủ cuộc sống sinh viên PTIT; tham gia tổ chức các sự kiện, tham gia thi một số cuộc thi trong Học viện: ITS GotTalent, Hội Thao PTIT, được làm việc với tư cách là một đoàn viên thanh niên của Học viện, được thấy “trường P” trong những ngày nắng đẹp, cũng như lội nước từ sân B5 ra lán xe Học viện... Những ký ức này e nghĩ sẽ không thể nào quên.

Có một điều làm em cảm thấy mình không hề sai lầm khi chọn Học viện Công nghệ Bưu chính Viên thông, là môi trường học tập tự do sáng tạo với đội ngũ giảng viên tâm huyết có kinh nghiệm với nghề, tạo điều kiện nhất cho sinh viên học viện “Cháy” hết mình.

Ý tại ngôn ngoại, một câu không thể nói hết những tâm sự trong lòng, một lần nữa em xin chân thành cảm ơn các thầy cô giáo của PTIT nói chúng, em xin cảm ơn thầy nói riêng về tất cả những gì tốt đẹp nhất mà các thầy cô đã trao cho chúng em!



Youtube.com./PoppinKhiem - Sân chơi giới trẻ PTIT
Em xin trân trọng biết ơn!
Thsnk you so much!

POPPIN KHIEM BEYOND THE SAVAGE