



CYBERSOFT

ĐÀO TẠO CHUYÊN GIA LẬP TRÌNH

KHAI TRƯƠNG KHÓA HỌC

LẬP TRÌNH FRONT-END KHÓA 07

15/03/2018

NỘI DUNG BUỔI HỌC

1. Giới thiệu cá nhân
2. Yêu cầu lớp học
3. Yêu cầu tuyển dụng
4. Mindset của một lập trình chuyên nghiệp
5. Kỹ năng của một lập trình front-end (Checklists)
6. Công việc của front-end

NỘI DUNG BUỔI HỌC

7.Công việc của front-end

8.Kỹ năng giải quyết vấn đề

9.Bí quyết của một chuyên gia lập trình

10.2 vấn đề quan trọng của một SẢN PHẨM

11.UX Chuyên sâu

12.Cách xây dựng trang chủ tốt nhất

13.Material Design

GIỚI THIỆU CÁ NHÂN

► Break - ice :Học viên giới thiệu

YÊU CẦU LỚP HỌC

- ▶ Loại bỏ tính ì bản thân, thiếu tập trung
- ▶ Xác định mục tiêu nghề nghiệp
- ▶ Tính kỷ luật và chuyên nghiệp (đúng giờ, ghi chép, viết 2 màu, bút xạ)
- ▶ Kỹ tính khi làm front-end (từng pixel)
- ▶ Đọc nhiều sách và áp dụng
- ▶ Làm....làm....và làm
- ▶ Làm bài tập đầy đủ và làm theo nhóm

YÊU CẦU LỚP HỌC



NỘI QUY LỚP HỌC

• Coding không đúng chuẩn (mỗi lần phát hiện):	góp 5k
• Không sử dụng XMind để note bài học (mỗi lần):	góp 5k
• Thiếu dụng cụ học tập	góp 20k
• Trễ học quá 15 phút	góp 20k
• Nghỉ học không lý do chính đáng	góp 50k
• Nộp bài trễ Deadline	góp 20k
• Nộp thiếu bài	góp 20k
• Không nộp bài	góp 30k
• Email không đúng template	góp 5k

YÊU CẦU TUYỂN DỤNG

TRỢ GIẢNG CHO CYBERSOFT – MYCLASS

KỸ NĂNG CỦA MỘT LẬP TRÌNH FRONT-END

1.Kỹ năng phân tích

2.Nền tảng web

3.Lập trình đối tượng

4.HTML, CSS

5.Javascript

6.Jquery

7. Responsive Website

8. Javascript Framework

9. CSS Framework

10. ES6

11. CSS PreProcessor

12. Kỹ năng & coding style

13. Cross-Browser Development

14. RESTful Services and APIs

15. Tối ưu code và tài nguyên (CSS, JS, Hình ảnh)

16. Testing and Debugging

17. Git and Version Control Systems

18. Teamwork

BẠN SẼ HỌC ĐƯỢC GIÌ
TỪ KHÓA HỌC TẠI
CYBERSOFT ACADEMY ?

NGUYÊN TẮC LÀM VIỆC TRONG CÔNG TY

👉 NGUYÊN TẮC 1: CÔNG VIỆC KHÔNG NUÔI NGƯỜI NHÀN HẠ, TẬP THỂ KHÔNG NUÔI NHỮNG KẺ LƯỜI.

👉 NGUYÊN TẮC 2: VÀO MỘT ĐƠN VỊ LÀM VIỆC, ĐỪNG CHỈ CHĂM CHĂM VÀO VIỆC KIẾM TIỀN, TRƯỚC TIỀN HÃY HỌC SAO CHO MÌNH ĐÁNG TIỀN.

👉 NGUYÊN TẮC 3:

- KHÔNG KIẾM ĐƯỢC TIỀN, THÌ KIẾM ĐƯỢC KIẾN THỨC.
- KHÔNG KIẾM ĐƯỢC KIẾN THỨC THÌ KIẾM ĐƯỢC KINH NGHIỆM.
- KHÔNG KIẾM ĐƯỢC KINH NGHIỆM, THÌ KIẾM ĐƯỢC TRẢI NGHIỆM.
- KHI KIẾM ĐƯỢC NHỮNG THỨ TRÊN RỒI, THÌ KHÔNG SỢ KHÔNG KIẾM ĐƯỢC TIỀN.

👉 NGUYÊN TẮC 4: CHỈ KHI THAY ĐỔI THÁI ĐỘ CỦA BẢN THÂN, TA MỚI CÓ THỂ THAY ĐỔI ĐƯỢC CHỖ ĐỨNG CỦA MÌNH TRONG XÃ HỘI.

CHỈ KHI THAY ĐỔI THÁI ĐỘ LÀM VIỆC CỦA BẢN THÂN, TA MỚI CÓ ĐƯỢC VỊ TRÍ CAO TRONG NGHỀ NGHIỆP.

👉 NGUYÊN TẮC 5: NGUYÊN NHÂN KHIẾN CON NGƯỜI TA CẢM THẤY MƠ HỒ CHỈ CÓ MỘT. ĐÓ CHÍNH LÀ TRONG NHỮNG NĂM THÁNG MÀ ĐÁNG RA TA NÊN PHẤN ĐẤU, NÊN LÀM VIỆC CHĂM CHỈ THÌ TA LẠI NGHĨ QUÁ NHIỀU, NHƯNG LẠI LÀM QUÁ ÍT!

BẠN NÊN LÀM GÌ ĐỂ CÓ THỂ TĂNG THU NHẬP TRONG NGHỀ LẬP TRÌNH ?

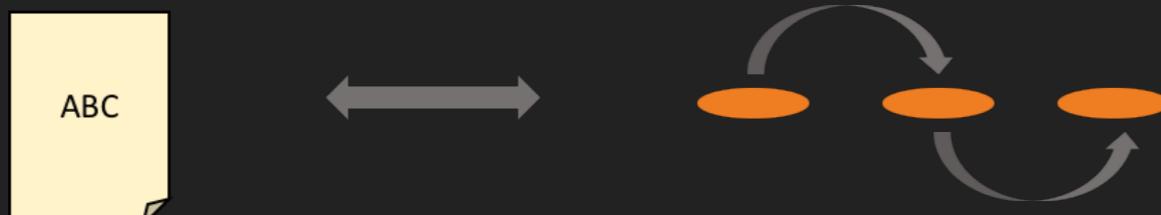
- 1.Tham gia các dự án mã nguồn mở
- 2.Viết các phần mềm, các app và chia sẻ code, chia sẻ kinh nghiệm
- 3.Tạo blog, stackoverflow, medium.org, youtube
- 4.Làm miễn phí để tạo cộng đồng và thương hiệu cá nhân

KỸ NĂNG GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ

- ▶ Hỏi bạn bè ngay?
- ▶ Hỏi Google? Diễn đàn ?
Youtube? Facebook ?



- ▶ Bước 1: Xác định vấn đề đang xử lý
- ▶ Bước 2: Phân tích vấn đề
 - ✓ Chia nhỏ các vấn đề
 - ✓ Có giống 1 vd đã xảy ra
 - ✓ Mô hình hóa text -> kí hiệu



► Bước 3: Giải quyết vấn đề

- ✓ Giải quyết từng vấn đề 1
- ✓ Tìm từ khóa cho vấn đề: tự tìm kiếm
- ✓ Hỏi diễn đàn hoặc group

BÍ QUYẾT CỦA MỘT CHUYÊN GIA LẬP TRÌNH

1. Phân tích kỹ đầu vào: dữ liệu từ đâu, thuật toán, cách xử lý
2. Viết ra giấy & sử dụng XMind để note tất cả ý tưởng & trường hợp
3. Phân tích dạng đối tượng & Chia nhỏ các thành phần -> Lớp, đối tượng, tái sử dụng (js, css, component, template,...)
4. Code phải có comment
5. Luôn luôn đọc sách để cập nhật công nghệ, phát triển bản thân (Sách lập trình, sách kinh doanh, sách khởi nghiệp,...)

THAM SỐ

Đầu vào

XET A
LẬP DELTA
TINH X
TINH

NGHIÊM

Đầu ra

THÔNG TIN BN

Đầu vào

XỬ LÝ : THUẬT TOÁN,
THUẬT GIẢ

**THÔNG BÁO THÀNH
CÔNG, LUU DU LIEU**

Đầu ra

BÍ QUYẾT CỦA MỘT CHUYÊN GIA LẬP TRÌNH (TT)

5. Sử dụng tiết kiệm, tổ chức tốt →
tăng performance

6. Hoàn thành đúng deadline

7. Test kỹ trước khi bàn giao

8. Tối ưu code

-
- ▶ int LaSoNguyenTo(int so) {
 - ▶ return 1;
 - ▶ return 0;
 - ▶ }
 - ▶ int: 4 bytes
 - ▶ bool: 1 bytes, 1 tỷ biến -> 4 ty lần -> chậm 4 tywr lần

2 VẤN ĐỀ QUAN TRỌNG CỦA MỘT SẢN PHẨM

- ▶ Yếu tố thành bại đầu tiên của một sản phẩm trên nền web -> Performance –
 >> Marketing: user 1: 0, user: 1, user 0, user 0, word of mouth
- ▶ Yếu tố thứ 2 là UX (User Experiments):
 Trải nghiệm người dùng

UX (USER EXPERIMENTS)

1. DON'T MAKE ME THINK - FIRST LAW

NOT THINKING

OK. This looks like the product categories...



Memory,
Modems...
There it is:
Monitors.
Click

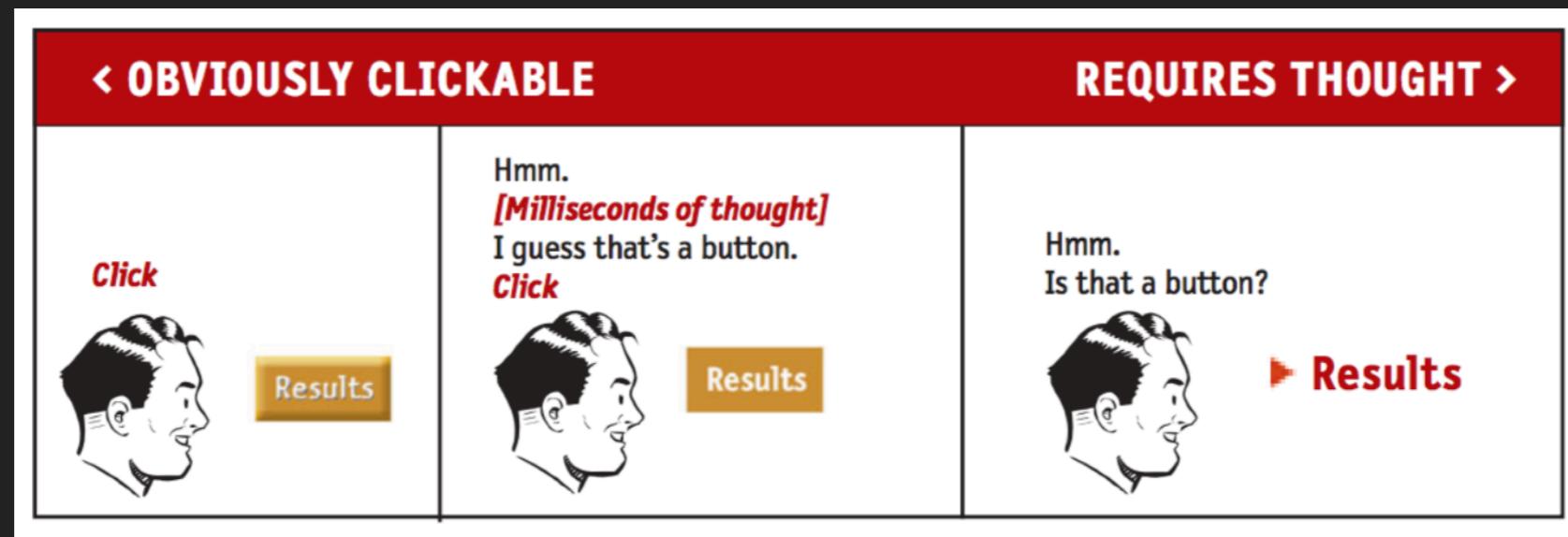
A screenshot of the ACME website, which is an online store for office and personal technology. The page features a navigation bar with links for "GET IT NOW", "ACME", "free shipping", "Build and Buy a Gateway PC", "Talk to Us", and "Store Directory". Below the navigation is a search bar and a link to "Office & Personal Technology Store". The main content area includes sections for "Today's Get It Now Deal" featuring an Intel PC Camera, "Today's Best Buys" featuring SMC and JBL speakers, "Today's Software Special" featuring COMPUTER ASSOCIATES' InculaateIT Advanced Edition VLSI.NET, and a "Back to School" section. The sidebar on the right lists "Enter to Win!" prizes and "SpotLight" offers. The footer contains copyright information: "All contents and software Copyright © 1998-99, NEC Direct, LLC. All Rights Reserved". Red arrows from the text annotations point to the "Monitors" category in the left sidebar and to the "Today's Best Buys" section.

...and these
are today's
special deals.



UX (USER EXPERIMENTS)

1. DON'T MAKE ME THINK - FIRST LAW



1. DON'T MAKE ME THINK - FIRST LAW

- 1.> Where am I?
- 2.> Where should I begin?
- 3.> Where did they put _____?
- 4.> What are the most important things on this page?
- 5.> Why did they call it that?

=> GIAO DIỆN ND DỄ HIỂU, KHÔNG CẦN
GIẢI THÍCH GÌ THÊM

2. CHÚNG TA SỬ DỤNG WEB NHƯ THẾ NÀO?

THE REALITY...

The screenshot shows the homepage of mojo.com. At the top, there's a navigation bar with 'Find it.', 'Rate it.', 'Discuss it.', and 'Help / User Test'. Below the header, there's a search bar with placeholder text 'Search mojo.com' and a dropdown menu. The main content area has several sections: 'mojo forums' (new products, services and people), 'mojo discussions' (post comments on a range of topics), and a sidebar for 'WESTECH High Tech Human Resources'. On the left, there's a sidebar with categories like 'Arts & Entertainment', 'Automotive', 'Computing & Tech', 'Health', 'Money', 'News', 'People', 'Real Estate', 'Sports', and 'Travel'. The central part of the page features various news and discussion threads, such as 'Top Ten Digital Cameras', 'Choosing Bike Tires', and 'The Best Laptops'. A red arrow points from the text 'Look around feverishly for anything that' to the 'mojo forums' section. Another red arrow points from the text 'As soon as you find a halfway-decent match, click.' to the 'Choosing Bike Tires' thread. A third red arrow points from the text 'If it doesn't pan out, click the Back button and try again.' to the 'The Best Laptops' thread.

Look around feverishly for anything that

a) is interesting, or vaguely resembles what you're looking for, and

b) is clickable.

As soon as you find a halfway-decent match, click.

If it doesn't pan out, click the Back button and try again.

2. CHÚNG TA SỬ DỤNG WEB NHƯ THẾ NÀO?

- ▶ FACT OF LIFE #1: Chúng ta không đọc các trang. Chúng ta lướt (scan) qua chúng
- TẠI SAO CHÚNG TA CHỈ SCAN ?**

1. CHÚNG TA LUÔN VỘI VÀNG

2. CHÚNG TA BIẾT RẰNG LÀ KHÔNG
CẦN PHẢI ĐỌC MỌI THỨ

3. CHÚNG TA GIỎI VỀ VIỆC NÀY: LƯỚT
ĐỂ TÌM NHỮNG GÌ CHÚNG TA CẦN

2. CHÚNG TA SỬ DỤNG WEB NHƯ THẾ NÀO?

- ▶ FACT OF LIFE #2: Chúng ta không cần tìm hiểu mọi thứ làm việc như thế nào -> Chỉ cần lướt qua, thử nó và tìm cái chúng ta cần -> tìm không được -> ra khỏi web

THIẾT KẾ ĐỂ SCANNING NOT READING

THỨ 1 : TẠO KIẾN TRÚC TRANG RỘ RÀNG



- ▶ Những thứ càng Quan Trọng chúng ta càng làm Nổi Bật chúng -> Ví dụ Nếu là tiêu đề quan trọng -> Lớn hơn, màu khác, nhiều khoảng trắng so với nội dung hoặc gần trên đầu trang hoặc kết hợp các yếu tố trên

THIẾT KẾ ĐỂ SCANNING NOT READING

THỨ 1 : TẠO KIẾN TRÚC TRANG RỘ RÀNG



- ▶ Những thứ liên quan với nhau về mặt logic cũng nên được sắp xếp tương quan về mặt giao diện: Nhóm dưới chung Heading, cùng style, chia các khu vực rõ ràng

THIẾT KẾ ĐỂ SCANNING NOT READING

THỨ 1 : TẠO KIẾN TRÚC TRANG RỘ RÀNG

- ▶ Việc tổ chức các kiến trúc trang như trên sẽ giúp cho người đọc tiết kiệm thời gian để tìm ra cái mình cần thông qua việc lướt và tìm thay vì đọc.
- ▶ Việc thiết kế giúp user biết phần nào là quan trọng, phần nào kém quan trọng để học focus vào thay vì phải suy nghĩ nếu chúng ta thể hiện nội dung cùng một style.

THIẾT KẾ ĐỂ SCANNING NOT READING THỨ 2 : THUẬN TIỆN CHO NGƯỜI DÙNG

- › Nếu trang chúng ta tổ chức thuận tiện, các khu vực bố trí, các qui định về icon, style, màu sắc sẽ giúp user dễ dàng thực hiện giữa các trang web với nhau mà không cần phải tìm hiểu nó là cái gì, kể cả ngôn ngữ khác nhau.
- › Ví dụ: icon giỏ hàng, danh mục, link trong logo,...

THỨ 3 : CHIA TRANG RA TỪNG PHẦN RÕ RÀNG

THIẾT KẾ ĐỂ SCANNING NOT READING

THỨ 4 : LÀM RÕ RÀNG NHỮNG PHẦN NÀO ĐƯỢC CLICK



THIẾT KẾ ĐỂ SCANNING NOT READING

THỨ 5 : TẠO THÔNG THOÁNG CHO TRANG

The screenshot shows the MSNBC Health front page. A red box highlights the main news headline: "Amazon.com seen posting record loss". Another red box highlights the sidebar text: "ay season that smashed expectations, online com is expected to post s ever Wednesday. Yet are encouraged by a at a plan for profitability secretive Seattle-based".

www.msnbc.com

Health Front Page

Oral sex not safe sex, study confirms
AIDS traced to 1930s
Workouts for the body and brain
Preventive breast cancer surgery may add ye...
Drug holiday eases HIV's burden
Study: Small babies underachievers
Test tailors AIDS therapy to patient
Report blasts diet of U.S. children
Gender bias found in heart exams
FDA OKs first digital mammogram

Before

Health Front Page

Oral sex not safe sex, study confirms
AIDS traced to 1930s
Workouts for the body and brain
Preventive breast cancer surgery may add ye...
Drug holiday eases HIV's burden
Study: Small babies underachievers
Test tailors AIDS therapy to patient
Report blasts diet of U.S. children
Gender bias found in heart exams
FDA OKs first digital mammogram

After

LOẠI BỎ NHỮNG TỪ KHÔNG CẦN THIẾT

The screenshot shows a web page for Verizon's "For Your Home" services. The top navigation bar includes links for "For Your Home", "State Selector", "Area Codes", "Site Survey" (which is highlighted in yellow), "En Español", and "Contact Us". The main content area is titled "Site Survey" and contains the following text:

The following questionnaire is designed to provide us with information that will help us improve the site and make it more relevant to your needs. Please select your answers from the drop-down menus and radio buttons below. The questionnaire should only take you 2-3 minutes to complete.

At the bottom of this form you can choose to leave your name, address, and telephone number. If you leave your name and number, you may be contacted in the future to participate in a survey to help us improve this site.

If you have comments or concerns that require a response please contact Customer Service.

1. How many times have you visited this site?

This is my first visit ▾

LOẠI BỎ NHỮNG TỪ KHÔNG CẦN THIẾT

Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability	
The following questionnaire is designed to provide us with information that will help us improve the site and make it more relevant to your needs.	The first sentence is just introductory happy talk. I know what a survey is for; all I need is the words "help us" to show me that they understand that I'm doing them a favor by filling it out.
Please select your answers from the drop-down menus and radio buttons below.	Most users don't need to be told how to fill in a Web form, and the ones who do won't know what a "drop-down menu" and a "radio button" are anyway.
The questionnaire should only take you 2-3 minutes to complete.	At this point, I'm still trying to decide whether to bother with this questionnaire, so knowing that it's short is useful information.
At the bottom of this form you can choose to leave your name, address, and telephone number. If you leave your name and number, you may be contacted in the future to participate in a survey to help us improve this site.	This instruction is of no use to me at this point. It belongs at the end of the questionnaire where I can act on it. As it is, its only effect is to make the instructions look daunting.
If you have comments or concerns that require a response please contact Customer Service.	The fact that I shouldn't use this form if I want an answer is useful and important information. Unfortunately, though, they don't bother telling me <i>how</i> I contact Customer Service—or better still, giving me a link so I can do it from right here.

LOẠI BỎ NHỮNG TỪ KHÔNG CẦN THIẾT

AFTER: 41 WORDS

Please help us improve the site by answering these questions. It should only take you 2-3 minutes to complete this survey.

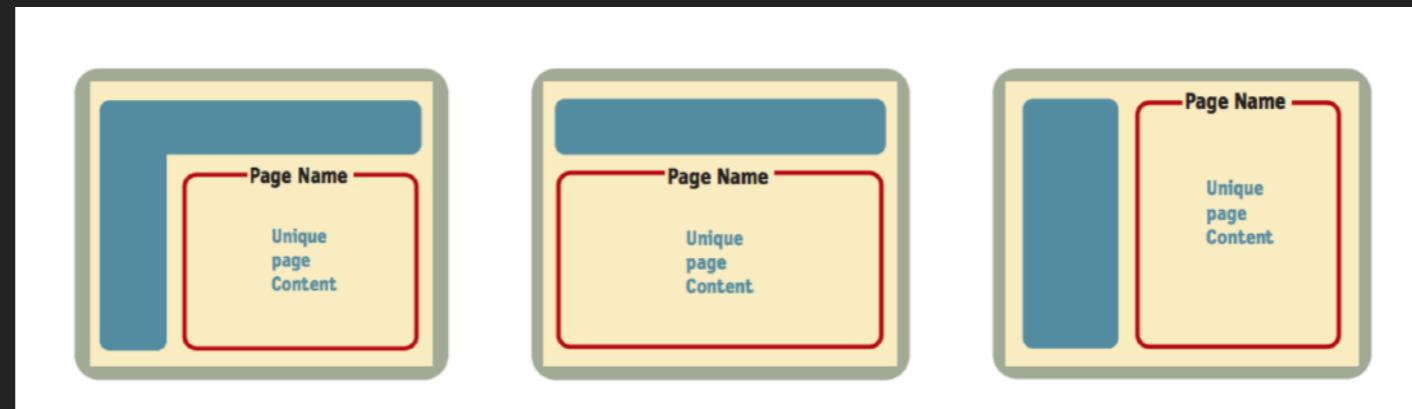
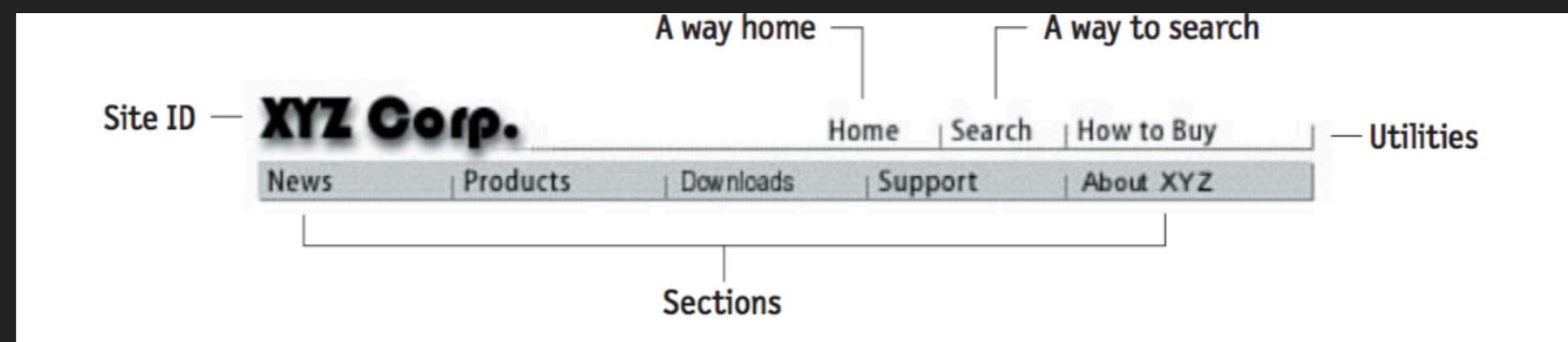
NOTE: If you have comments or concerns that require a response don't use this form. Instead, please contact [Customer Service](#).

SIGNAL, NAVIGATION, CONSISTENT



BẠN SẼ LÀM GÌ NẾU BẠN CẦN MUA MỘT CÁI
'ĐÈN BÀN' TẠI BIG MALL ?

SIGNAL, NAVIGATION, CONSISTENT



1. NGƯỜI DÙNG KHÔNG CÓ NHIỀU TIME -> THIẾT KẾ ĐỂ SCANNING KHÔNG PHẢI ĐỂ ĐỌC
2. USER KHÔNG THÍCH ĐỘNG NÃO HOẶC SUY NGHĨ, MUỐN TÌM NHANH, LỰA CHỌN DỄ DÀNG
3. KHÔNG CẦN VIẾT DÀI DÒNG, RƯỜM RÀ, ĐƠN GIẢN NHƯNG HIỆU QUẢ
4. ĐỊNH HƯỚNG NGƯỜI DÙNG DỄ DÀNG, NÚT TÌM KIẾM, LOGO, TIÊU ĐỀ TRANG, BỐ TRÍ THUẬN TIỆN

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE



Home Products News Resources Marketing Blog Demo Company

B2B Inbound Marketing Software

- Attract more visitors using SEO, social media and blogs.
- Capture more leads with landing pages, lead intelligence and marketing analytics.

Website Redesign eBook & Webinar



Thinking about a website redesign? Did you know that a website redesign can actually **lower your traffic and reduce your lead flow?** Don't take another step without learning about the pitfalls and best practices around redesigning your website.

Download our [Free Website Redesign Kit](#) and learn everything you need to know for a successful website redesign.

Inbound Marketing Software

HubSpot is an inbound marketing system to help your small or medium sized business get found on the Internet by the right prospects and convert more of them into leads and customers for maximum [marketing ROI](#).

HubSpot inbound marketing software helps your company get found by the qualified prospects that are looking for the products or services that you sell. Search engines, blogs and the blogosphere, and media. Once these qualified visitors are on your website, HubSpot helps you convert more of them into leads and paying customers through landing pages, intelligence and marketing analytics.

HubSpot is web-based, does not require any IT and is designed to be used by a marketing person, not a techie. Our company, our blog and our products have been featured in the Wall Street Journal Online, MarketingSherpa, PC Magazine, AdAge, and MarketingProfs.

HubSpot Company & Product Blog

[Be Interviewed by HubSpot \(and @repcor\) at SXSWI](#)
Thursday, Feb 26, 2009

[MC Hammer Drops by for Camera Time on HubSpot.tv](#)

English | Sales +32 2 808 4733

Sign In

GET STARTED

SOFTWARE ABOUT PARTNERS PRICING BLOGS



GENERATE LEADS, CLOSE DEALS & MANAGE YOUR PIPELINE WITH THE HUBSPOT GROWTH STACK

With HubSpot's marketing, sales, and CRM software, you can grow like a company twice your size while connecting like a real human being.

GET STARTED

FREE versions of every HubSpot product.
Start now and upgrade as you grow ↗



★ 2009

♦ Tập trung chủ yếu nội dung

The screenshot shows the HubSpot homepage from 2009. The top navigation bar includes Home, Products, News, Resources, Marketing Blog, Demo, and Company. A prominent orange banner at the top left highlights "B2B Inbound Marketing Software" with bullet points about SEO, social media, and lead capture. Below this, there are two video thumbnails: "Marketing Pros Watch Video" and "Small Businesses Watch Video". The main content area features sections for "Website Redesign eBook & Webinar", "Inbound Marketing Software" (with a detailed description), "HubSpot Company & Product Blog" (listing an interview and a video appearance by MC Hammer), and "Software" (with links to About, Partners, Pricing, and Blogs). A large central call-to-action section with a brown background and white text reads: "GENERATE LEADS, CLOSE DEALS & MANAGE YOUR PIPELINE WITH THE HUBSPOT GROWTH STACK". It includes a "GET STARTED" button and a note about free product versions. Two LEGO figures are shown interacting with a stack of colorful LEGO bricks in the bottom right corner.

▶ <https://medium.com/@simomagazz/homepage-design-for-2018-15-epic-ux-tips-9a9f5004c540>

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

- 1) TELL ME WHAT YOUR SITE IS ABOUT AND WHAT IT IS FOR
- 2) SHOW ME FROM WHERE DO YOU WANT ME TO START
- 3) TELL ME WHY I SHOULD BE HERE AND NOT SOMEWHERE ELSE

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

TIP #1 MAKE YOUR HEADLINE UNIQUE AND AUTHENTIC AKA “NO-BULLSHIT”

1) SAY WHAT IT IS
WHENEVER WE SEE SOMETHING NEW, OUR BRAIN ASKS “WHAT IS IT?”

The screenshot shows the Dropbox Business homepage. The background is blue with various document icons. On the left, there's a sidebar with icons for Business home, Overview, Uses, Resources, Customers, Pricing, and Contact. The main content area features the headline "Securely share, sync, and collaborate" and the subtext "Dropbox Business is the secure file sharing and storage solution that employees love and IT admins trust." Below this are two buttons: "Try it free" and "or purchase now". At the bottom, there's a call-to-action "Join the 130,000 businesses using Dropbox Business" followed by logos for News Corp, macmillan publishers, UNDER ARMOUR, YAHOO!, HYATT, intuit, IDEO, Sur la Table, and NATIONAL GEOGRAPHIC.

The screenshot shows the Uber homepage. The top navigation bar includes "WANT TO DRIVE WITH UBER?", "BECOME A DRIVER", "LOG IN", and "SIGN UP". The main visual is a woman leaning into a white car. The headline "YOUR RIDE, ON DEMAND" and subtext "TRANSPORTATION IN MINUTES WITH THE UBER APP" are displayed. There's also a "SIGN UP" button.

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

TIP #1 MAKE YOUR HEADLINE UNIQUE AND AUTHENTIC AKA “NO-BULLSHIT”

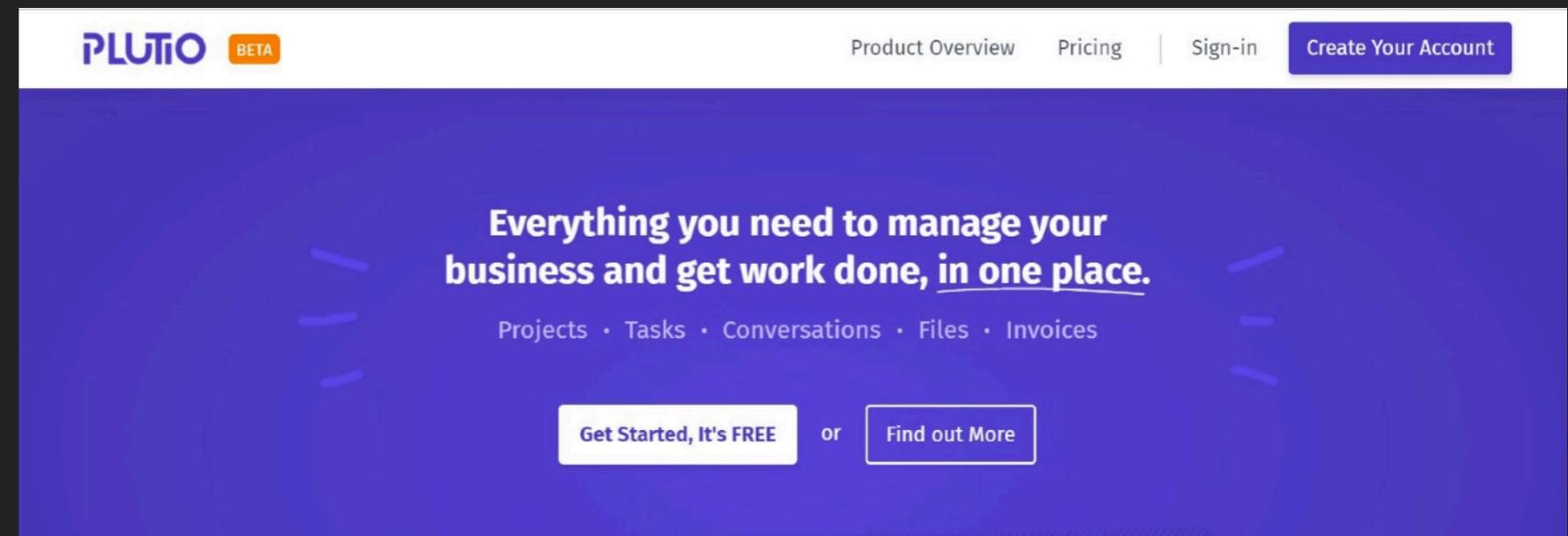
1) SAY WHAT YOU GET
STATE CLEARLY WHAT THE USER GETS WHEN HE/SHE SIGNS UP.



XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

TIP #1 MAKE YOUR HEADLINE UNIQUE AND AUTHENTIC AKA “NO-BULLSHIT”

1) SAY WHAT YOU'RE ABLE TO DO (WITH IT)

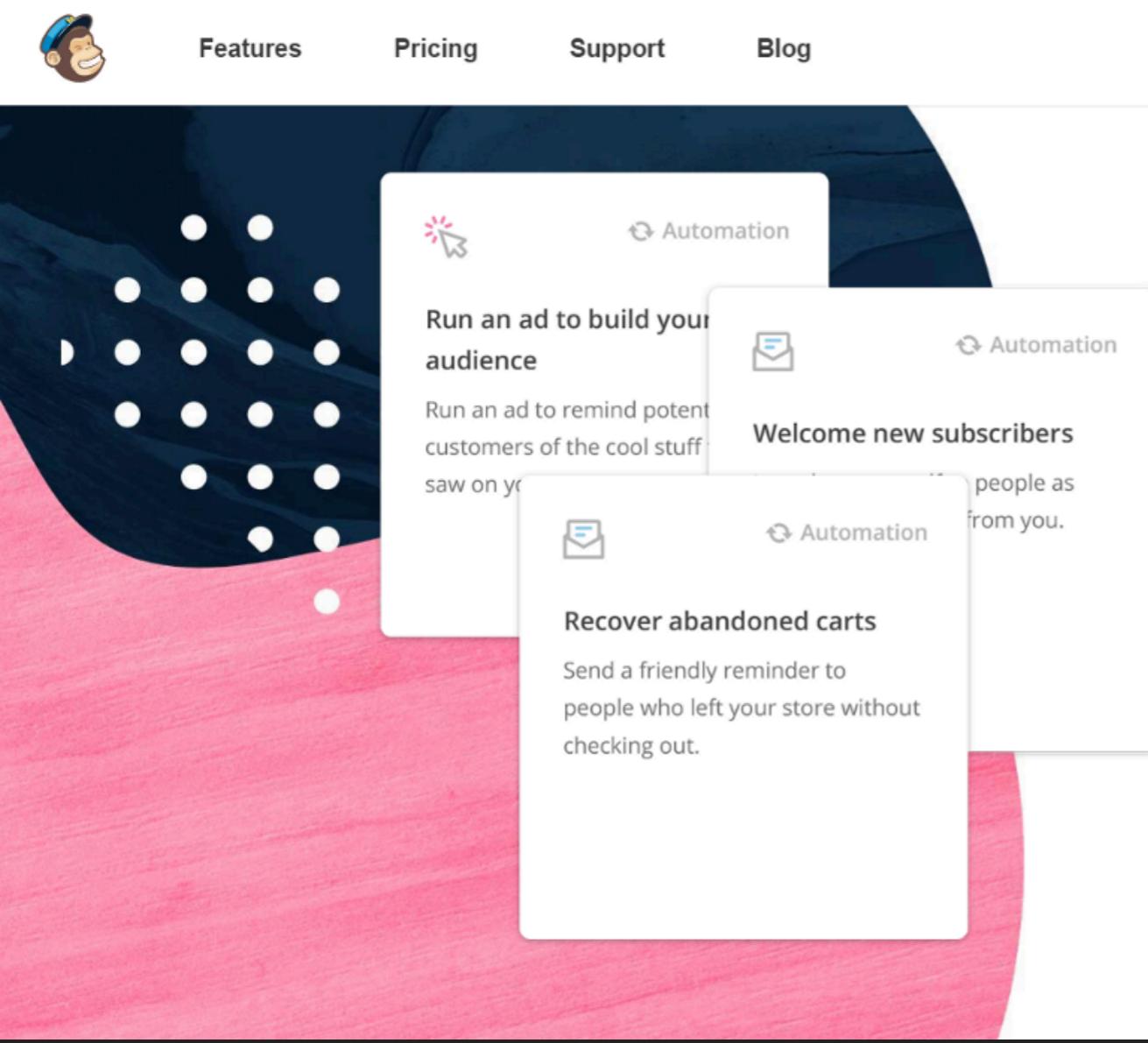


The screenshot shows the SurveyMonkey homepage with a green header. The logo 'SurveyMonkey®' is on the left, followed by 'Sign In' and 'Help' buttons. Below the header is a large green banner with the text 'Create Surveys, Get Answers' and two buttons: 'Pro Sign Up' (yellow) and 'Sign Up FREE' (white). Below the banner is the text 'The basics are always free. Upgrade for more powerful features.' At the bottom, there are three circular icons: a speech bubble, two people, and a document, each with a 'NEW' badge.

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

TIP #2 MAKE YOUR HEADLINE USER CENTRIC

TRY REPLACING WE/OUR WITH YOU/YOURSELF



The image shows a portion of a website's homepage. At the top, there is a navigation bar with a monkey icon, 'Features', 'Pricing', 'Support', 'Blog', 'Sign Up Free' (in a blue button), 'Log In', and a search icon. Below the navigation, there is a large green call-to-action button with white text that reads 'TRY REPLACING WE/OUR WITH YOU/YOURSELF'. To the left of the main content area, there is a sidebar featuring several marketing automation options: 'Automation' (Run an ad to build your audience, Run an ad to remind potent customers of the cool stuff saw on yo...), 'Welcome new subscribers' (people as from you.), and 'Recover abandoned carts' (Send a friendly reminder to people who left your store without checking out.). The main content area contains a large heading 'Automate **your** marketing' followed by a descriptive paragraph about keeping a personal touch while removing manual tasks from the user's to-do list using pre-built marketing automations.

Automate **your marketing**

Keep a personal touch while removing manual tasks from **your** to-do list. Pre-built **marketing automations** create room to focus on strategy. Welcome, re-engage, and follow up with the people who matter to **you**.

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

TIP #3 MAKE YOUR HEADLINE CLEAR – BENEFITS OF YOUR VALUE PROPOSITION

The screenshot shows the Crazy Egg homepage. At the top right is a "Log In" button. The main logo features a lightbulb icon with a 'c' inside, followed by the word "crazyegg™". Below the logo is a large headline: "What's making your visitors leave?". Underneath it is a subtext: "Find out by seeing how users click and scroll through your website.". A search bar contains the placeholder "Your website URL" and a blue button labeled "Show Me My Heatmap".

The screenshot shows the Potato in the Post website. At the top left is the logo "POTATO IN THE POST" with a cartoon potato character. To its right is a navigation menu with links: HOME, ABOUT, BLOG, FAQS, and CONTACT. On the far left is a sidebar with social media sharing icons: Facebook (694), Twitter, Email, Pinterest, and Google+ (53). The main content area features a headline: "BECAUSE CARDS ARE BORING, ANONYMOUSLY SEND YOUR MESSAGE ON A POTATO.". Below this are three steps: "STEP 1" (PICK A PERSON), "STEP 2" (WE POST YOUR POTATO.), and "STEP 3" (IT ARRIVES.).

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

TIP #4 MAKE YOUR HEADLINE TARGETED

The screenshot shows the homepage of the Crazy Egg website. At the top right is a "Log In" button. The Crazy Egg logo, featuring a lightbulb icon with a 'c' inside, is centered above the tagline "What's making your visitors leave?". Below the tagline is a subtext: "Find out by seeing how users click and scroll through your website." A search bar contains the placeholder "Your website URL" and a blue button labeled "Show Me My Heatmap". The main content area has a blue header with the text "POTATO IN THE POST" and a cartoon potato character. Below the header, social sharing icons for Facebook, Twitter, Email, Pinterest, and Google+ are shown with their respective counts (694, 53, etc.). The main headline reads: "BECAUSE CARDS ARE BORING, ANONYMOUSLY SEND YOUR MESSAGE ON A POTATO." Below this are three steps: "STEP 1" (PICK A PERSON), "STEP 2" (WE POST YOUR POTATO.), and "STEP 3" (IT ARRIVES.). To the right of the main content is a stylized illustration of a green hill against a blue sky.

Log In

crazyegg™

What's making your visitors leave?

Find out by seeing how users click and scroll through your website.

Your website URL

Show Me My Heatmap

POTATO IN THE POST

HOME ABOUT BLOG FAQS CONTACT CART

f 694
t 53
e 123
p 45
+

BECAUSE CARDS ARE BORING,
ANONYMOUSLY SEND YOUR MESSAGE ON A POTATO.

STEP 1

PICK A PERSON,

STEP 2

WE POST YOUR POTATO.

STEP 3

IT ARRIVES.

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

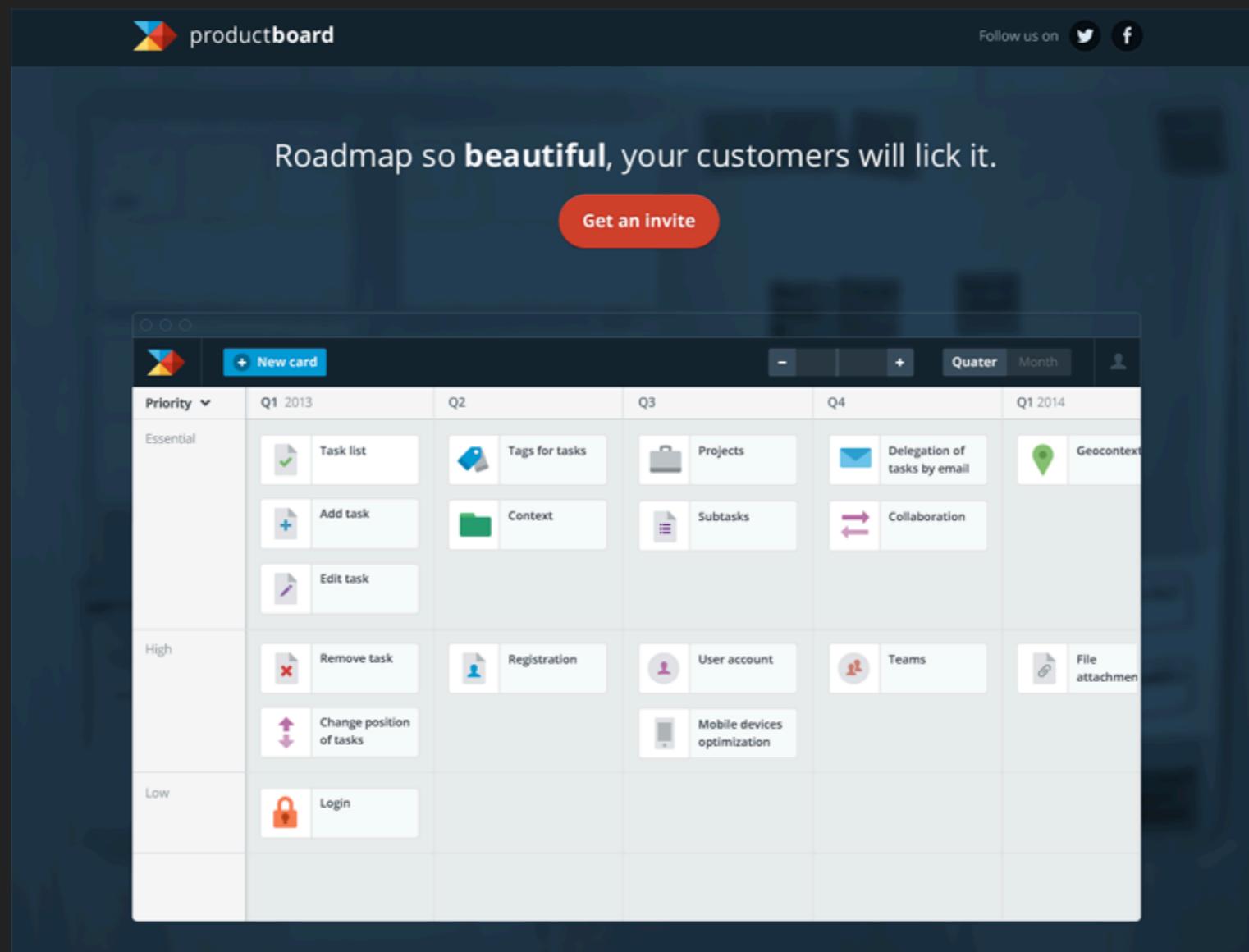
TIP #5: NAVIGATION TRỰC QUAN

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

TIP #6 FOCUS ON WHAT IS MORE IMPORTANT

XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

TIP #7 CALL-TO-ACTIONS



XÂY DỰNG UX CHO TRANG CHỦ WEBSITE

TIP #8 MAKE IT OBVIOUS WHERE YOU WANT YOUR USERS TO CLICK



MATERIAL DESIGN - COLOR

1. Công cụ hỗ trợ Color của Google: <https://material.io/color/>
2. Bảng màu (Color Palette)
3. Hệ thống màu
4. Khả năng sử dụng (Usability)

1. Công cụ hỗ trợ Color của Google: <https://material.io/color/>

2. Bảng màu (Color Palette):

- ▶ Bảng màu này bao gồm các màu chính (primary) và màu nổi bật để tạo ra màu cho các UI và thương hiệu (secondary)
- ▶ Google đề xuất sử dụng các màu 500 để làm primary color và các màu còn lại để làm màu nhấn

MATERIAL DESIGN - COLOR

2. Bảng màu (Color Palette):

Red		Pink		Purple	
500	#F44336	500	#E91E63	500	#9C27B0
50	#FFEBEE	50	#FCE4EC	50	#F3E5F5
100	#FFCDD2	100	#F8BBBD	100	#E1BEE7
200	#EF9A9A	200	#F48FB1	200	#CE93D8
300	#E57373	300	#F06292	300	#BA68C8
400	#EF5350	400	#EC407A	400	#AB47BC
500	#F44336	500	#E91E63	500	#9C27B0
600	#E53935	600	#D81B60	600	#8E24AA
700	#D32F2F	700	#C2185B	700	#7B1FA2
800	#C62828	800	#AD1457	800	#6A1B9A
900	#B71C1C	900	#880E4F	900	#4A148C

<https://material.io/guidelines/style/color.html#color-color-palette>

MATERIAL DESIGN - COLOR

3. Hệ thống màu của Material Design

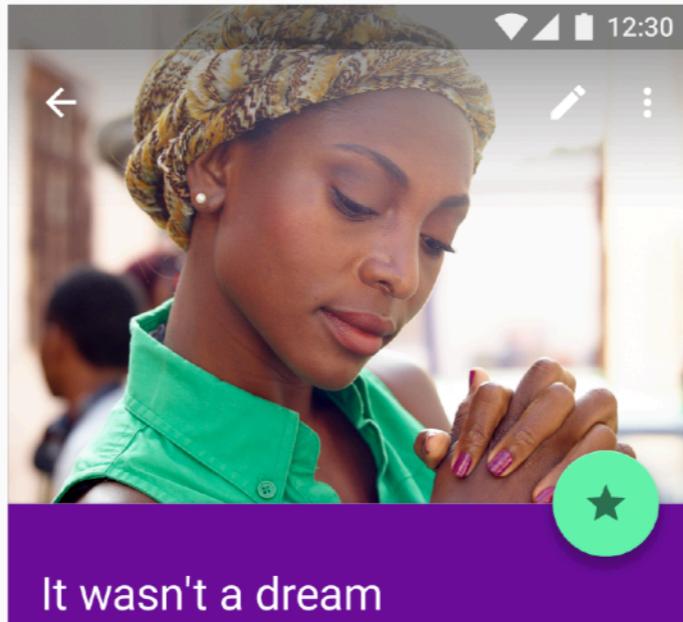
Primary – Purple

500	#9B26AF
700	#7A1EA1
800	#691A99

Secondary – Green

A200	#68EFAD
------	---------

This color scheme has a primary color, lighter and darker versions of that color, and a secondary color.



12:30

← ⌛ ⚡ ...

It wasn't a dream

Far far away

Notes

A small river named Duden flows by their place and supplies it with the necessary regelialia. It is a paradisematic country, in which roasted parts of

3. Hệ thống màu của Material Design

- ▶ Trong Material Design,
- ▶ Primary Color dùng để thực hiện cho những phần thường xuyên xuất hiện.
- ▶ Secondary Color sử dụng cho những thành phần nổi bật trong app.

● Primary Color

- ▶ Được sử dụng trong hầu hết các màn hình và các thành phần
- ▶ Cũng có thể được sử dụng làm màu nổi bật nếu ko có Secondary Color
- ▶ Để tạo sự tương phản chúng ta có thể sử dụng tông màu sáng hoặc tối hơn so với màu chính.
- ▶ Sự tương phản giữa tông màu sáng và tối giúp hiển thị sự phân chia giữa các vùng rõ hơn.



- Secondary Color: Màu thứ cấp
 - ▶ Màu thứ cấp được sử dụng để nhấn mạnh các phần của giao diện người dùng.
 - ▶ Nó có thể được bổ sung hoặc tương tự như màu chính của bạn, nhưng nó không phải chỉ đơn giản là một biến thể ánh sáng hoặc tối của màu sắc chính của bạn.
 - ▶ Nó nên tương phản với các yếu tố bao quanh nó và được áp dụng khi cần nhấn mạnh

MATERIAL DESIGN - COLOR

● Secondary Color: Màu thứ cấp

Secondary – Pink

A200	#FF4081
Fallback	
A100	#FF80AB
A400	#F50057

A secondary color scheme with varied tones.

Secondary – Blue Grey

700	#455A64
Fallback	
300	#90A4AE
900	#263238

Secondary color schemes do not have to be colorful. They only need to contrast with surrounding elements and be used sparingly throughout your UI.

MATERIAL DESIGN - COLOR

- Secondary Color: Màu thứ cấp

- ▶ Buttons, floating action buttons, and button text
- ▶ Text fields, cursors, and text selection
- ▶ Progress bars
- ▶ Selection controls, buttons, and sliders
- ▶ Links
- ▶ Headlines

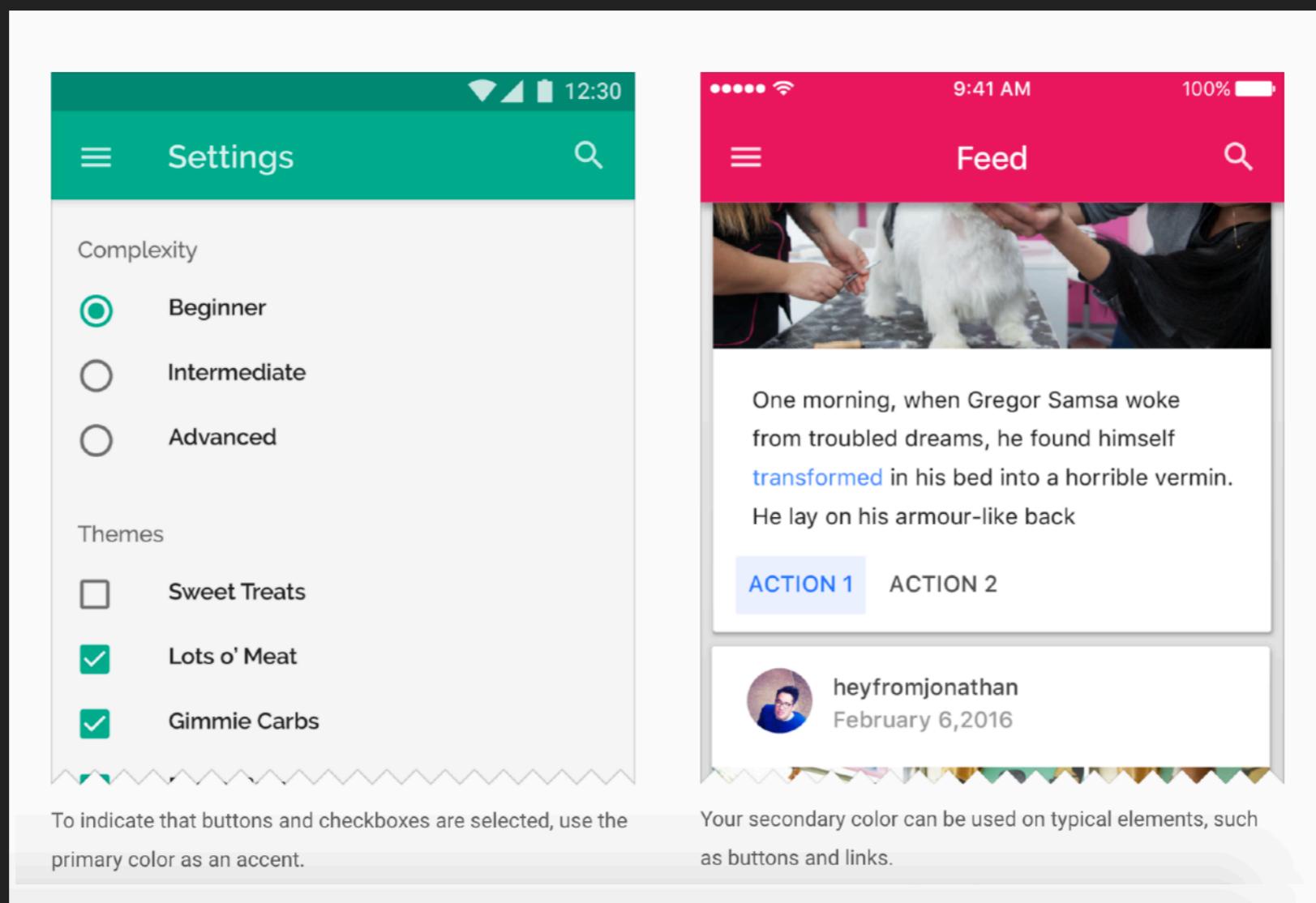
Using a secondary color is optional. It's not necessary if you use variations of your primary color to accent elements.

MATERIAL DESIGN - COLOR

- Việc sử dụng màu trong ứng dụng
 - ▶ Large UI areas and elements should be colored with your primary color.
 - ▶ A secondary color can be used to accent smaller areas.
 - ▶ If you don't have a secondary color, you can use your primary color instead for these areas.

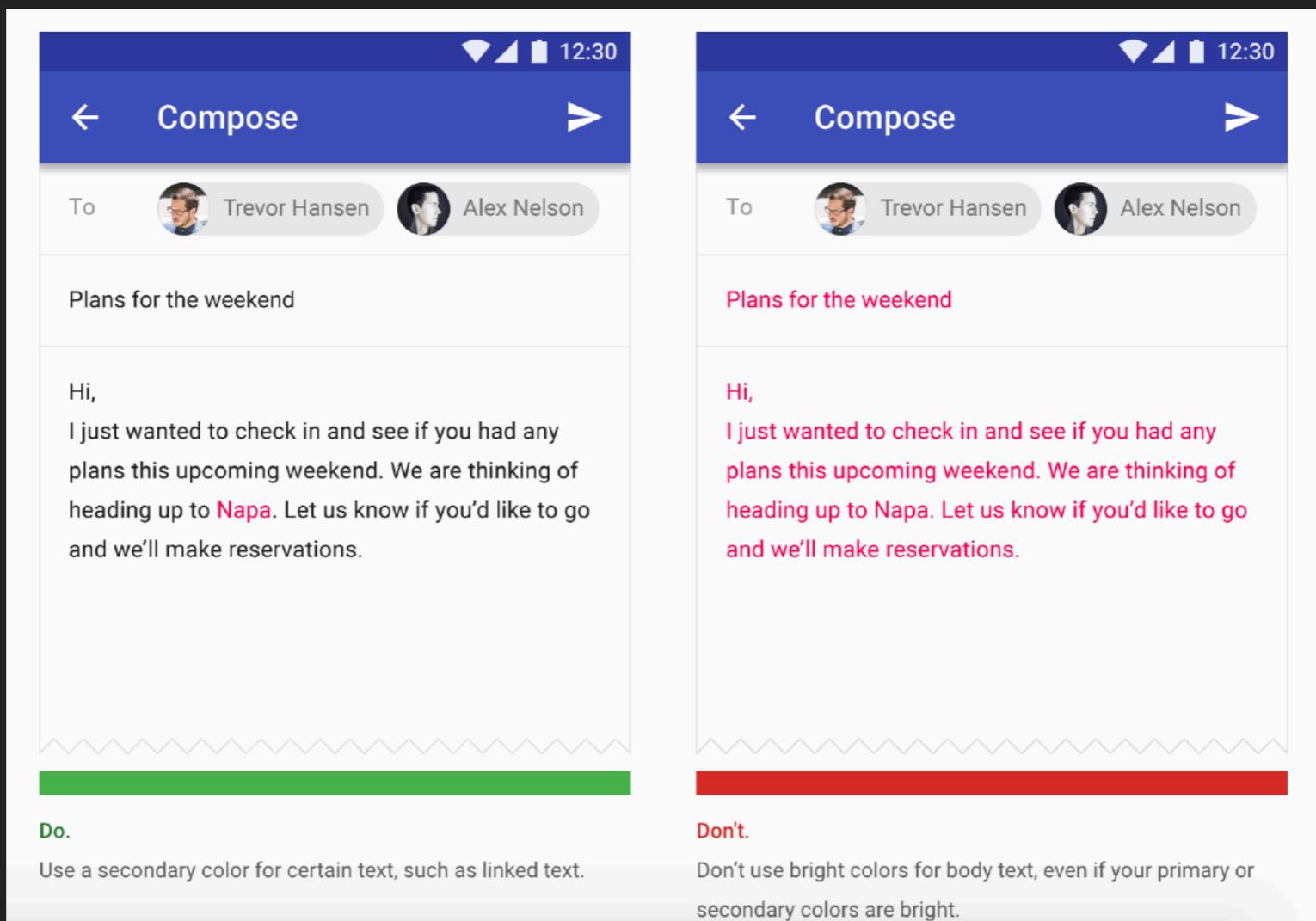
MATERIAL DESIGN - COLOR

Việc sử dụng màu trong ứng dụng



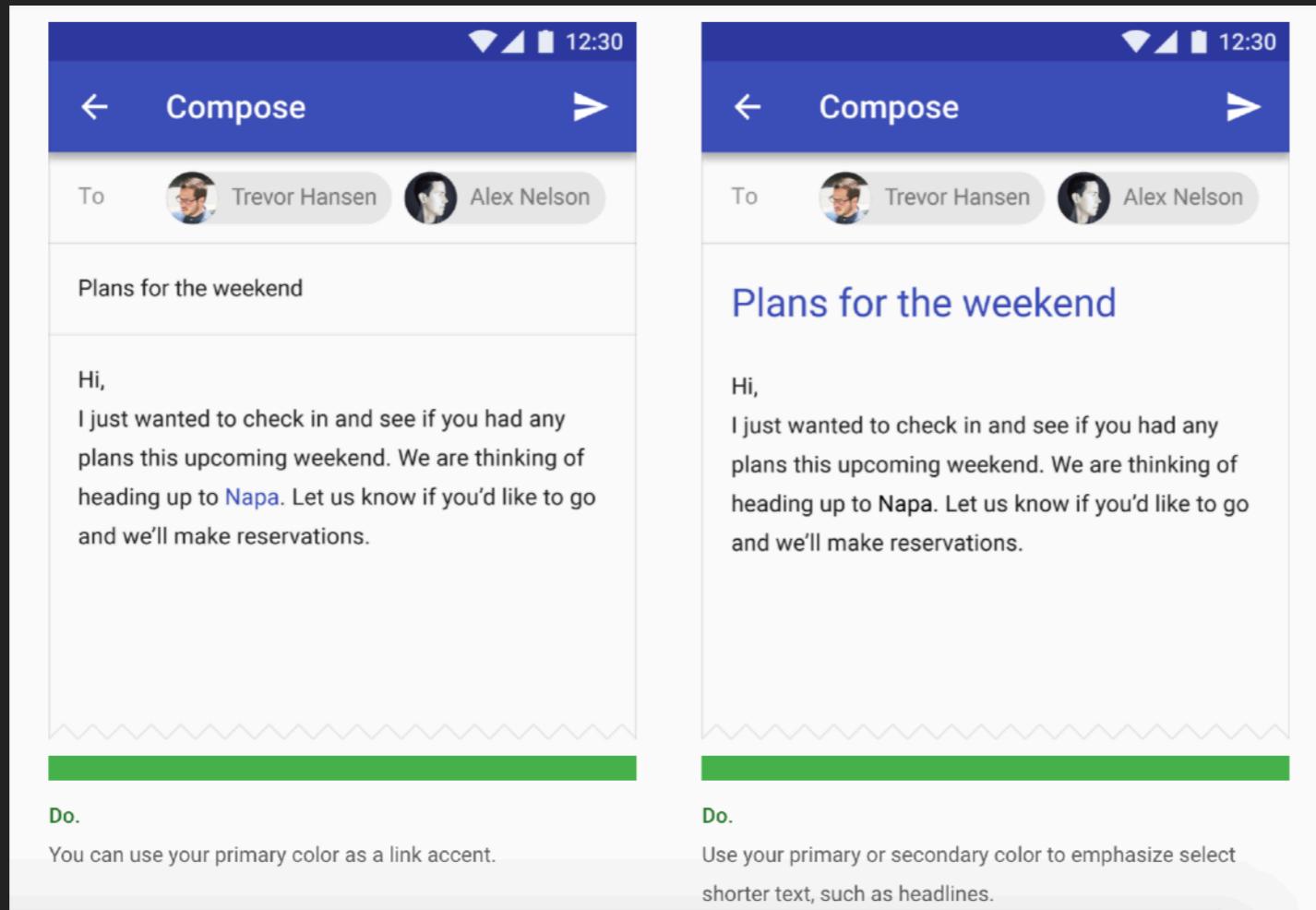
MATERIAL DESIGN - COLOR

- Sử dụng Secondary khi cần làm nổi bật



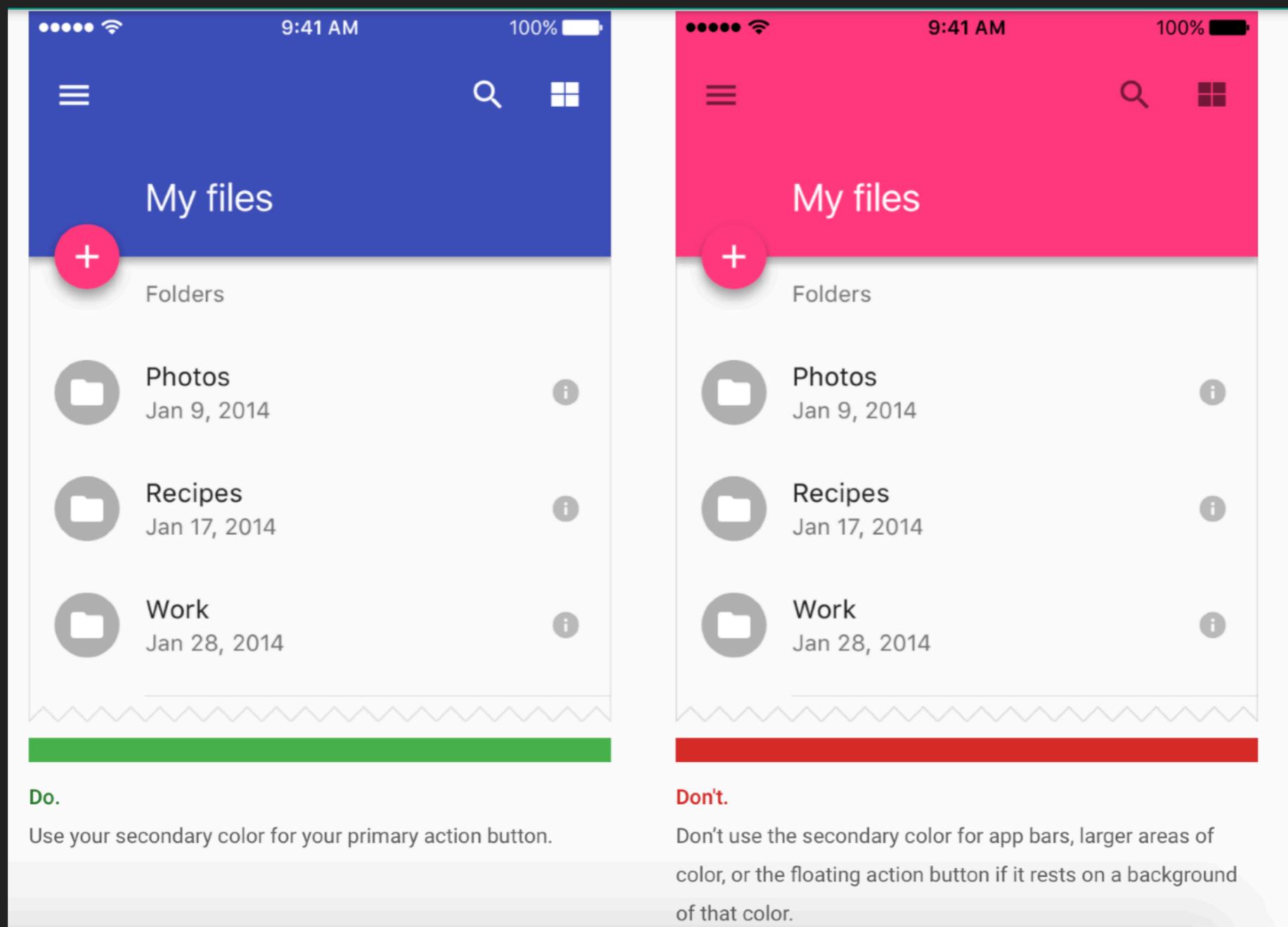
MATERIAL DESIGN - COLOR

- Sử dụng Secondary khi cần làm nổi bật



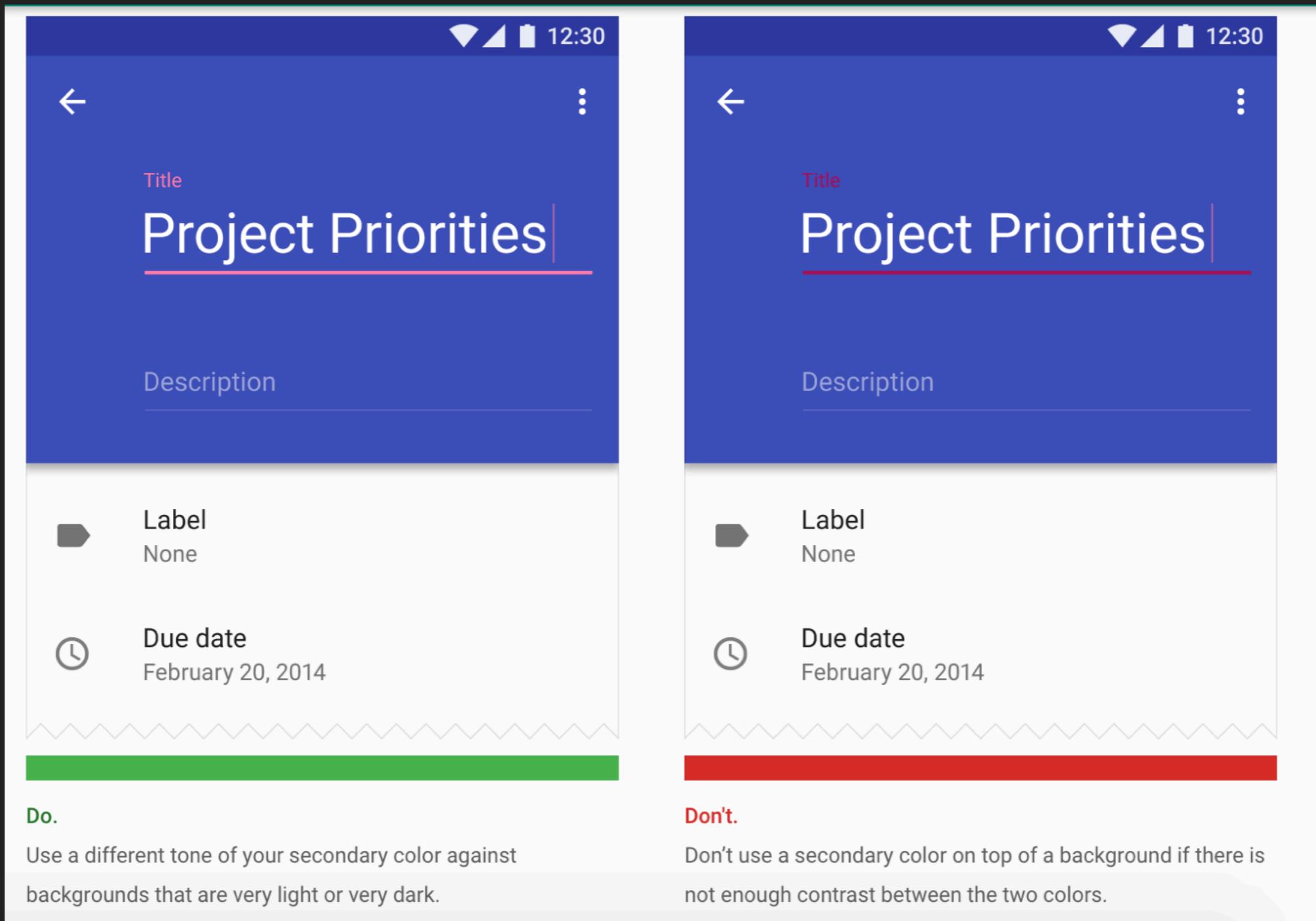
MATERIAL DESIGN - COLOR

- Không nên sử dụng Secondary cho những vùng UI lớn



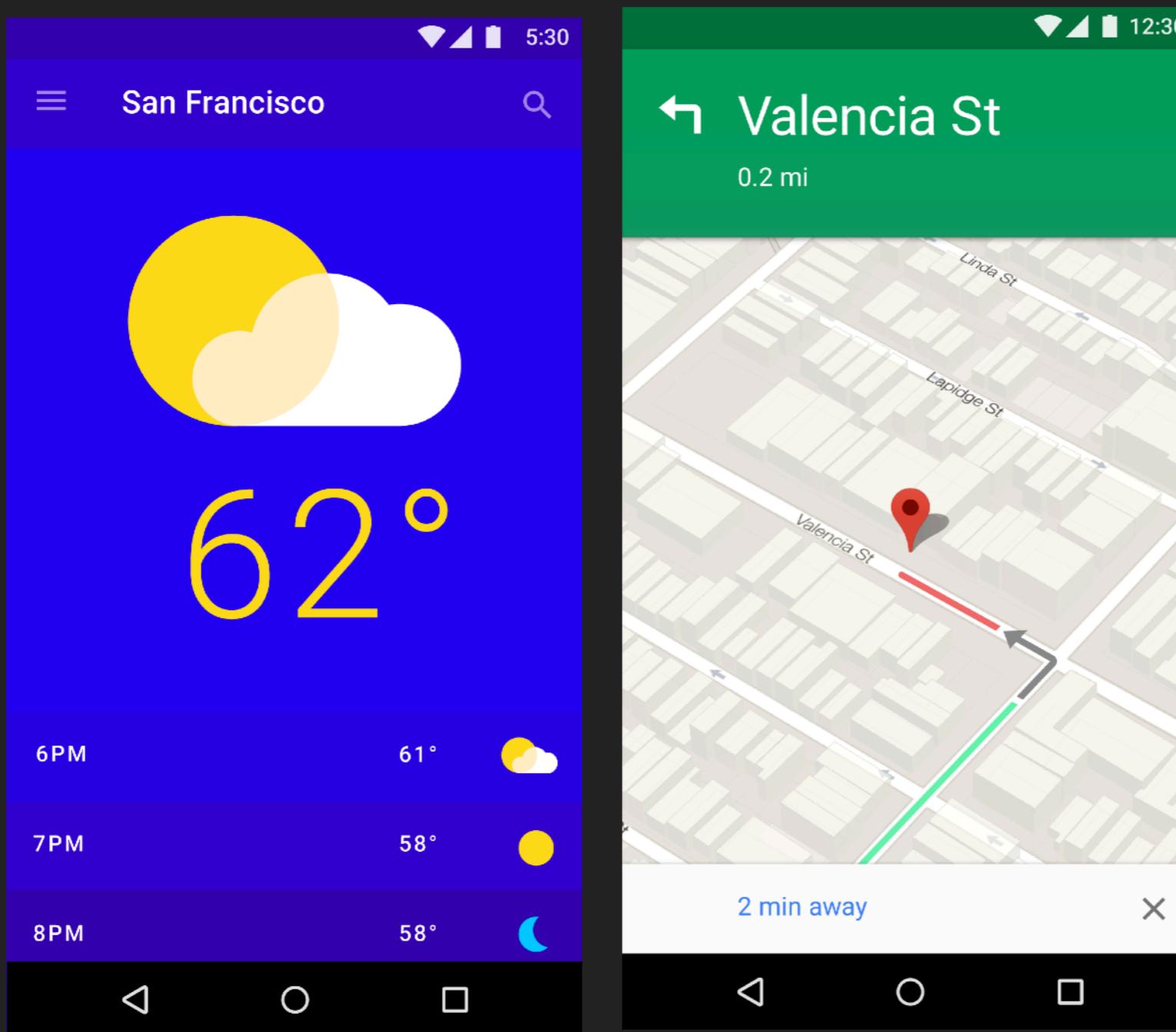
MATERIAL DESIGN - COLOR

- Sử dụng Secondary có độ tương phản cao (Color Tool)



MATERIAL DESIGN - COLOR

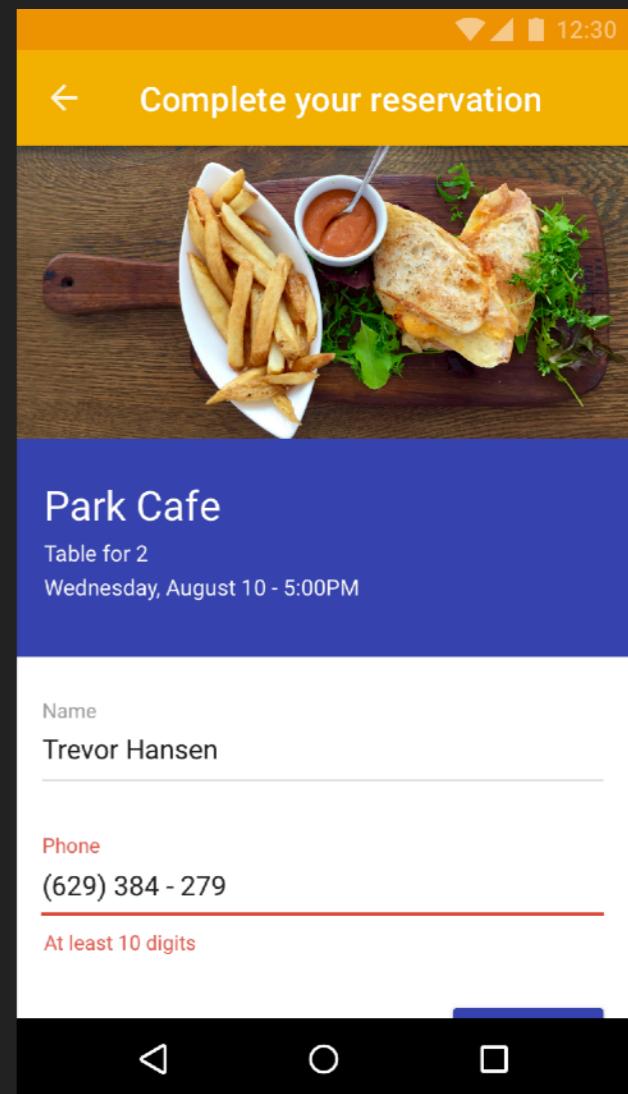
- Sử dụng màu có ngữ nghĩa phù hợp ngữ cảnh



MATERIAL DESIGN - COLOR

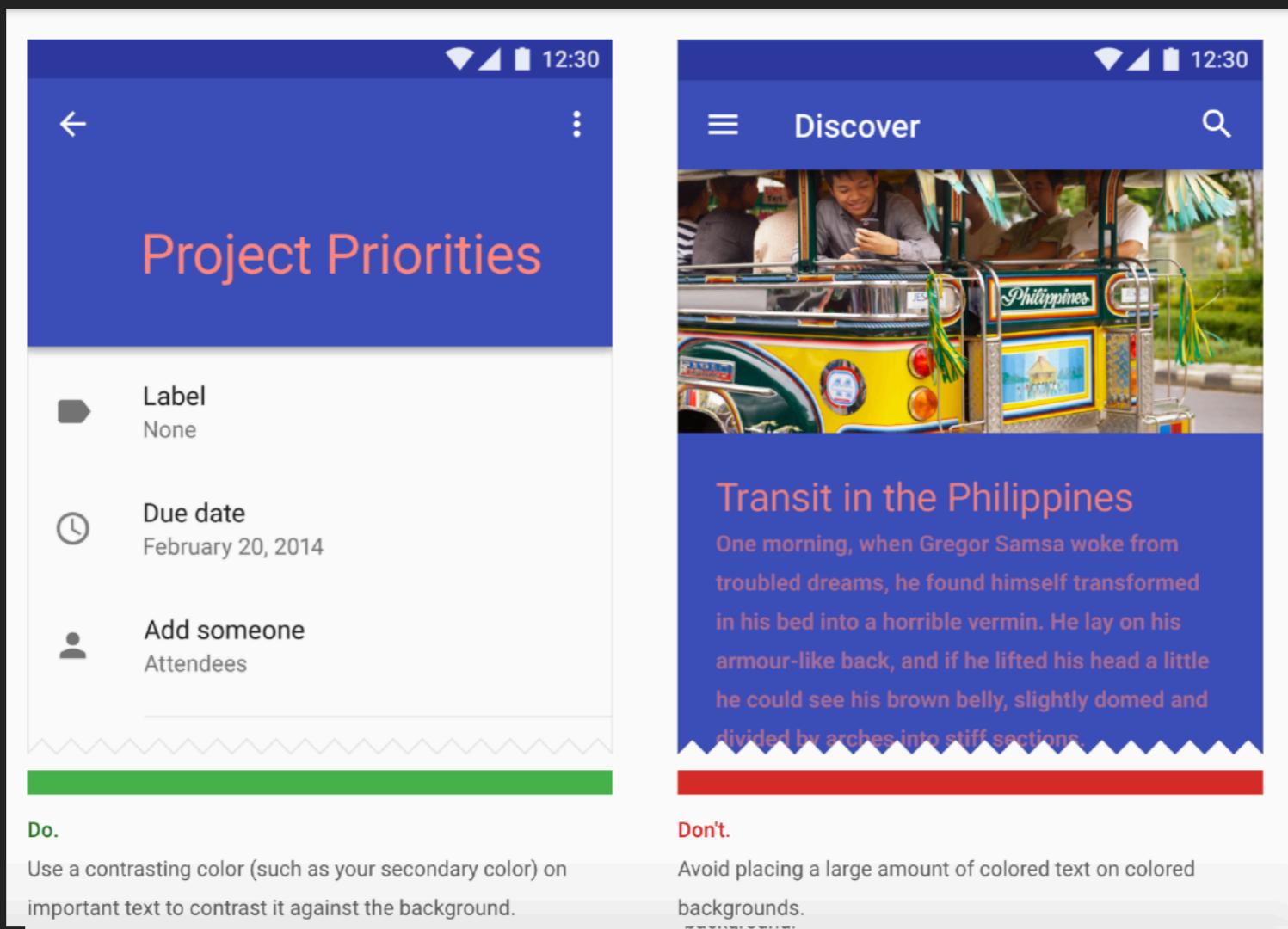
- Sử dụng màu cung cấp thêm thông tin TRẠNG THÁI

- ▶ An element's current state, such as if a button is enabled or disabled
- ▶ An app or element's change of state



MATERIAL DESIGN - COLOR

- Độ tương phản text trên background



MATERIAL DESIGN - COLOR

- Việc sử dụng màu trong ứng dụng
 - ▶ Buttons, floating action buttons, and button text
 - ▶ Text fields, cursors, and text selection
 - ▶ Progress bars
 - ▶ Selection controls, buttons, and sliders
 - ▶ Links
 - ▶ Headlines

Using a secondary color is optional. It's not necessary if you use variations of your primary color to accent elements.