**HUMAN COMPUTER INTERACTION**

**SE215**

**COLOR IN DESIGN**

**WEBSITE DU LỊCH PHÚ QUỐC**

Group ID: 09

* 15520656 – Phạm Trương Tiểu Phụng
* 15520715 – Nguyễn Phạm Nguyên Sa
* 15520978 – Nguyễn Quốc Tuyến

Contents

[I. Summary of results 3](#_Toc496877155)

[II. Details 4](#_Toc496877156)

[1. Compile text objects inventory 4](#_Toc496877157)

[2. Plan for management of users’ attention 4](#_Toc496877158)

[3. Design perceptual layers 4](#_Toc496877159)

[4. Decide where typeface will be used and why 4](#_Toc496877160)

[5. Choose typography - Consider possible constraints: 5](#_Toc496877161)

[III. Conclusions and Recommendations 5](#_Toc496877162)

[1. Conclusions 5](#_Toc496877163)

[2. Recommendations 5](#_Toc496877164)

# **Summary of results**

## **Typoface**

Sử dụng 2 typoface chính là:

* *Oswald*
* *Segoe UI*

## **Font**

|  |  |
| --- | --- |
| **Object** | **Font** |
| Menu | Font-size: 1rem. |
| Thanh tìm kiếm | Font – size: 14px |
| Tiêu đề | Sử dung font-size: 48px cho tiêu đề chính và sử dụng font – size: 14px cho tiêu đề phụ |
| Giá cả | Sử dụng font-size: 36px cho giá cả và font-size: 18px cho thời gian thuê phòng |
| Văn bản | Sử dụng font-size: 18px cho nội dung |

## **Tell us why you chose your typeface and font**

* ***Oswald****:* Đây là một trong những font được sử dụng nhiều nhất trên các trang web. Chúng tôi sử dụng nó cho các tiêu để của trang web với yếu tố đầu tiên là nó miễn phí. Yếu tố thứ 2 đó là font chữ thuộc san-serif,thể hiện nội dung rõ ràng hơn đổi với người dùng, mang cái nhìn độc đáo hơn cho tiêu đề. Đồng thời áp dụng được trên nhiều màn hình mà không gây ra sự bất tiện.
* ***Segoe UI*:** Đây là font chữ khá quen thuộc cho những ai sử dụng Microsoft.Việc sử dụng phông chữ này mang lại một thiết kế dễ dọc, dễ sử dụng và người dùng không cần phải làm quen lại từ đầu

# **Details**

## **Compile text objects inventory**

* 1. What text objects need to be displayed?
* Menu
* Thanh tìm kiếm (Bộ lọc)
* Tiêu đề
* Tên địa điểm. khách sạn, món ăn
* Giá cả, thông tin
* Footer
  1. Who is going to read them and for what tasks?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **Task** | **Người dùng** |
| 1 | Menu | Như Ngọc |
| 2 | Thanh tìm kiếm (Bộ lọc) | Mọi người dùng |
| 3 | Tiêu đề | Nhật Uyên |
| 4 | Tên địa điểm, khách sạn, món ăn | Nhật Uyên, Ngọc Lợi, Thu Nguyệt |
| 5 | Giá cả | Thu Nguyệt |
| 6 | Footer | Mọi người dùng |

* 1. What text data might be added in the lifetime of the design?
* Thông tin tìm kiếm

## **Plan for management of users’ attention**

1. Create actions urgency hierarchy – how important are the actions mostly be performed?

|  |  |
| --- | --- |
| **Hành động** | **Cách thể hiện** |
| Menu | Đặt một slideshow hoặc thể hiện dạng layout lưới gồm các hình ảnh về các địa điểm du lịch mới và hot nhất, có kích thước lớn trên đầu trang web có hiệu ứng đẹp, để gây sự chú ý và giúp người dùng có thể xem các phim đó nhanh nhất |
| Thanh tìm kiếm | Đặt một bộ lọc tìm kiếm ngay dưới slideshow (trang chủ) với các tùy chọn lọc phổ biến và nút lọc phim tương phản nổi bật lên so với nền |
| Tiêu đề | Đặt một bộ lọc tìm kiếm ngay dưới slideshow (trang chủ) với các tùy chọn lọc phổ biến và nút lọc phim tương phản nổi bật lên so với nền |
| Thông tin | Đặt các danh sách poster đại diện cho các thông tin du lịch phân theo category, tại trang chủ. Sử dụng các hình ảnh thể hiện được chủ đề một cách đặc sắc. |

1. Create text data urgency hierarchy – how important are the data to the activities that the users will be conducting/reading?

|  |  |
| --- | --- |
| **Phân cấp** | **Hành động** |
| 1 | Menu |
| 2 | Thanh tìm kiếm |
| 3 | Tiêu đề |
| 4 | Thông tin |

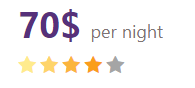
## **Design perceptual layers**

1. Choose contrast polarity – design with dark colors against a white background

*(Check for Clashing Colors or Backgrounds - Kiểm tra xung đột màu và màu nền)*



* Các tiêu đề chính là màu đen được đặt trên nền trắng. Các tiêu đề phụ là màu xám với kích thước nhỏ hơn (Nhằm tạo sự phân cấp)



* Giá cả khách sạn được hiển thị với màu tím, nét chữ đậm nhằm nổi bật thông tin người dùng quan tâm nhất





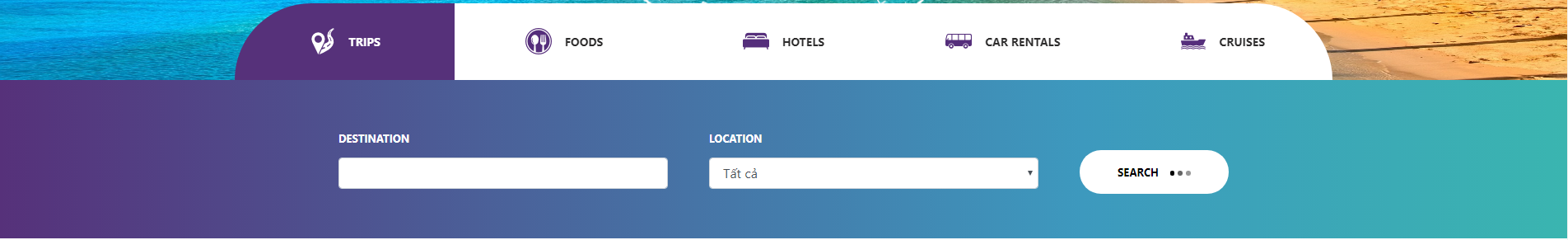
* Tên các địa điểm và khách sạn được hiển thị với màu trắng trên nền hình ảnh nhiều màu

1. Match the salience (prominence) of the data layers to their hierarchy

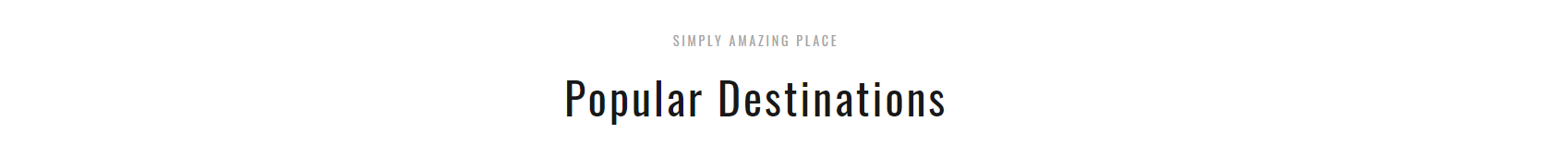
* **Menu:** Được đặt trên cùng với nền màu trong đen và font size 1rem



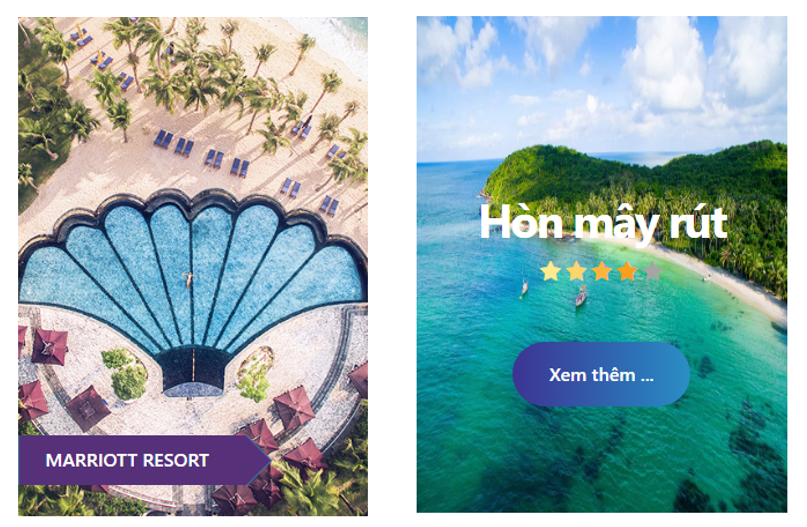
* **Thanh tìm kiếm:** Có font-size là 14px, với màu tím chủ đạo. Riêng bộ lọc ở dưới là màu trắng nhằm tạo sự tương phản



* **Tiêu đề:** Tiêu đề chính màu đen có font-size là 48px và tiêu để phụ màu xám có font-size là 14px (tạo sự phân cấp nội dung)



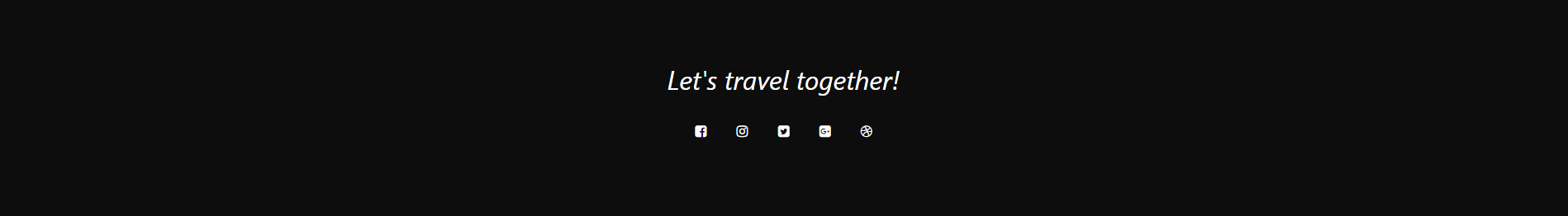
* **Tên địa điểm, khách sạn:** Màu trắng, nổi bật



* **Giá cả, thông tin:** Giá cả màu tím với font-size 36px là thông tin cần được highlight. Các thông tin còn lại có font-size là 14px



* **Footer:** Thông điệp với màu trắng trên nền đen



1. Match the Mood to the Message

Việc sử dụng sự tương phản nền trắng chữ đen mang lại tính thư giãn cho người dùng. Những đối tượng được nhấn mạnh với màu sắc và kích cỡ khác nhau cũng tạo cho người dùng cảm giác chuyên nghiệp, dễ gần nhưng không lỗi thời.

1. Match the Mood to Your Audience

Sử dụng font chữ như Segoe UI phù hợp với mọi đối tượng sử dụng trang web vì nó xuất hiện nhiều ở các ứng dụng hay sử dụng của người dùng.

1. Match the Font’s Point Size to the Design Context

Trang web sử dụng các font chữ khác nhau cho từng đối tượng

* Các tiêu đề chính được in đậm và có kích thước > 30px
* Thông tin về giá cả và tên được sử dụng màu khác với tiêu đề, có kích thước > 14px

1. Neglect Spacing and Alignment

*(đừng bỏ qua khoảng trắng và canh lề)*

Các đối tượng như tiêu đề có khoảng trắng giữa các chữ là 0,2em làm tăng tốc độ chú ý và sự dễ hiểu từ người dùng, điều này giúp trang web truyền đạt ý tưởng một cách tốt hơn.

Các đối tượng còn lại như thông tin thì khoảng trắng giữa các text là mặc định, được căn lề trái

1. Learn to Kern

Khoảng trắng cố định giữa 2 từ luôn là 1 (trừ các đối tượng cần được nổi bật)

1. Limit Your Number of Typefaces & Weights / Styles

*(Giới hạn số kiểu chữ và độ dày / phong cách của bạn)*

1. Avoid Common “Type Crimes”

*(Tránh các “Type Crimes” thông thường)*

1. Manipulate salience by adjusting contrast, symbol/font size, line weight, screen pattern, etc.

## **Decide where typeface will be used and why**

1. Identify the places that typeface is needed
2. Typography can make data “pop out” but overuse of typography can dilute its impact. Therefore, use typography only for the things it does well:
   * 1. Grouping related text elements
     2. Labeling data with typography
     3. Creating pop-out to distinguish elements

## **Choose typography - Consider possible constraints:**

1. Cultural constraints
2. Standards – Deviations from legacy practices can induce errors
3. Consistency – typography use should be consistent with other applications in the user’s working environment
4. Identifiability – The identification requirements of the typography may restrict the set of usable typography

# **Conclusions and Recommendations**

## Conclusions

## Recommendations