

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG  
KHOA KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ**



# **KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC**

**NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ  
SINH VIÊN: HOÀNG THỊ THU HẰNG**

**ĐỀ TÀI:  
XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN KHO DỮ LIỆU SÁCH  
QUA NỀN TẢNG WEBSITE**

Sinh viên thực hiện : Hoàng Thị Thu Hằng  
Mã sinh viên : DTC19H340122DT0027  
Lớp : TMĐTK18CĐT  
Giáo viên hướng dẫn : Hoàng Xuân Vương

*Thái Nguyên, năm 2024*

## MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU .....	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	4
1.1 Tổng quan về thương mại điện tử .....	4
1.1.1 Khái niệm .....	4
1.1.2 Lợi ích .....	4
1.1.3 Các vấn đề của TMĐT .....	5
1.2 Mô hình B2C.....	6
1.2.1 Khái niệm .....	6
1.2.2 Lợi ích của B2C marketing .....	7
1.2.3 Các mô hình B2C phổ biến .....	7
1.2.4 Phân biệt mô hình B2C và B2B .....	9
1.3 Tổng quan về website.....	11
1.3.1 Khái niệm .....	11
1.3.2 Ưu điểm của website với doanh nghiệp.....	12
1.3.3 Nhược điểm của website với doanh nghiệp.....	13
CHƯƠNG 2: KHẢO SÁT VÀ PHÂN TÍCH THIẾT KẾ HỆ THỐNG.....	15
2.1 Khảo sát bài toán .....	15
2.1.1 Giới thiệu nhà sách.....	15
2.1.2 Khảo sát hiện trạng.....	16
2.2 Xác định các tác nhân.....	18
2.3 Biểu đồ use case .....	18
2.4 Đặc tả use case .....	22
2.5 Biểu đồ lớp .....	34
2.6 Biểu đồ tuần tự .....	35
2.7 Biểu đồ cơ sở dữ liệu.....	39

CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN KHO DỮ LIỆU SÁCH .....	40
3.1 Nền tảng công nghệ sử dụng .....	40
3.1.1 PHP.....	40
3.1.2 Laravel.....	41
3.1.3 HTML.....	45
3.1.4 CSS.....	46
3.1.5 JavaScript .....	47
3.1.6 Bootstrap .....	49
3.1.7 MySQL.....	50
3.2 Kết quả đạt được .....	50
KẾT LUẬN .....	58
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	60

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Giải thích
1	TMĐT	Thương mại điện tử
2	B2C	Business To Consumer
3	B2B	Business To Business
4	KH	Khách hàng
5	SP	Sản phẩm
6	CSDL	Cơ sở dữ liệu

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1: Bảng so sánh B2B và B2C .....	9
Bảng 2.1: Bảng mô tả các tác nhân trong hệ thống.....	18
Bảng 2.2: Đặc tả use case “Đăng nhập” .....	22
Bảng 2.3: Đặc tả use case “Thay đổi mật khẩu” .....	23
Bảng 2.4: Đặc tả use case “Đăng xuất”.....	24
Bảng 2.5: Đặc tả use case “Thêm sản phẩm” .....	24
Bảng 2.6: Đặc tả use case “Xóa sản phẩm” .....	25
Bảng 2.7: Đặc tả use case “Kích hoạt/ ngưng hoạt động sản phẩm” .....	27
Bảng 2.8: Đặc tả use case “Xem chi tiết giao dịch” .....	28
Bảng 2.9: Đặc tả use case “Phê duyệt giao dịch” .....	29
Bảng 2.10: Đặc tả use case “Xác nhận giao dịch thành công” .....	30
Bảng 2.11: Đặc tả use case “Hủy giao dịch” .....	31
Bảng 2.12: Đặc tả use case “Xem biểu đồ thống kê” .....	32
Bảng 2.13: Đặc tả use case “Đặt hàng”.....	33

## DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 1.1: Thương mại điện tử.....	4
Hình 1.2: Minh họa mô hình B2C trong TMĐT.....	6
Hình 1.3: Sự khác biệt giữa B2C với B2B.....	10
Hình 2.1: Biểu đồ use case tổng quan.....	18
Hình 2.2: Biểu đồ phân rã use case “Báo cáo thống kê”.....	19
Hình 2.3: Biểu đồ phân rã use case “Quản lý tài khoản”.....	19
Hình 2.4: Biểu đồ phân rã use case “Quản lý sản phẩm”.....	20
Hình 2.5: Biểu đồ phân rã use case “Quản lý giao dịch”.....	20
Hình 2.6: Biểu đồ phân rã use case “Quản lý giỏ hàng”.....	21
Hình 2.7: Biểu đồ phân rã use case “Tìm kiếm”.....	21
Hình 2.8: Biểu đồ lớp.....	34
Hình 2.9: Biểu đồ tuần tự “Đăng ký”.....	35
Hình 2.10: Biểu đồ tuần tự “Đăng nhập”.....	35
Hình 2.11: Biểu đồ tuần tự “Tìm kiếm sản phẩm”.....	36
Hình 2.12: Biểu đồ tuần tự “Đặt hàng”.....	36
Hình 2.13: Biểu đồ tuần tự “Thêm sản phẩm”.....	37
Hình 2.14: Biểu đồ tuần tự “Cập nhật sản phẩm”.....	37
Hình 2.15: Biểu đồ tuần tự “Thống kê”.....	38
Hình 2.16: Biểu đồ tuần tự “Thêm nhân viên”.....	38
Hình 2.17: Biểu đồ cơ sở dữ liệu.....	39
Hình 3.1: PHP.....	40
Hình 3.2: Laravel.....	42
Hình 3.3: Biểu đồ tăng trưởng của Laravel.....	42
Hình 3.4: Sơ đồ hoạt động của MVC.....	45
Hình 3.5:HTML.....	45

Hình 3.6: CSS.....	47
Hình 3.7: JavaScript .....	48
Hình 3.8: Bootstrap .....	49
Hình 3.9: MySQL.....	50
Hình 3.10: Trang chủ của website kho dữ liệu sách .....	52
Hình 3.11: Trang quản lý sách .....	53
Hình 3.12: Trang thêm dữ liệu sách.....	54
Hình 3.13: Số lượng đăng ký tài khoản mới .....	55
Hình 3.14: Đối tượng khách hàng của nhà sách .....	55
Hình 3.15: Phân loại sản phẩm của nhà sách.....	55
Hình 3.16: Thống kê đơn hàng thành công.....	56
Hình 3.17: Báo cáo doanh thu của nhà sách .....	56
Hình 3.18: Danh sách sản phẩm được quan tâm nhiều nhất.....	57
Hình 3.19: Danh sách sản phẩm được mua nhiều nhất.....	57

# LỜI MỞ ĐẦU

## 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong thập kỷ qua, sự biến đổi mạnh mẽ của nền kinh tế thế giới dưới tác động của toàn cầu hóa, sự bùng nổ phát triển của công nghệ và sự mở cửa của các thị trường mới đã tạo nên một bức tranh mới cho hoạt động kinh doanh trên toàn cầu. Trong bối cảnh này, sự phát triển vô song của Internet đóng vai trò quan trọng, tạo ra một nguồn lực tài nguyên không ngừng và kèm theo đó là sự phát triển đa dạng của các hoạt động kinh doanh trực tuyến, trong đó marketing online nổi lên như một phương tiện quảng bá hiệu quả.

Ở nhiều quốc gia trên thế giới, marketing online không chỉ là xu hướng mà còn là sự lựa chọn phổ biến, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong tình hình kênh marketing truyền thống dần trở nên quá tải, sự tương tác cao với người sử dụng Internet, tính linh hoạt trong triển khai cũng như sự đa dạng về hình thức đã giúp marketing online trở nên hấp dẫn và mạnh mẽ.

Tại Việt Nam, nhu cầu này càng trở nên trầm trọng khi một số doanh nghiệp, đặc biệt là các cửa hàng vừa và nhỏ, bắt đầu nhận thức được lợi ích của marketing online trong việc quảng bá và phát triển doanh nghiệp của họ. Mặc dù nhiều doanh nghiệp đã chuyển đổi sang sử dụng marketing online, nhưng vẫn còn một số ít tiếp tục duy trì phương tiện truyền thống.

Trong trường hợp cụ thể của Nhà sách Ánh Hoàng, việc chưa áp dụng các chiến lược marketing online mà chỉ giữ lại phương thức tiếp thị truyền thống là một cơ hội để cải thiện và mở rộng tầm ảnh hưởng của họ. Chính vì vậy, em quyết định chọn đề tài **“Xây dựng và phát triển kho dữ liệu sách qua nền tảng website”** là một bước quan trọng để thúc đẩy hoạt động quảng bá, giới thiệu sản phẩm và thu hút khách hàng mới.

Trong quá trình thực hiện đề tài, việc xây dựng một trang web chuyên nghiệp và thân thiện với người dùng là chìa khóa quan trọng. Hệ thống tìm kiếm thông minh và kho dữ liệu sách phong phú cùng với khả năng đặt hàng trực tuyến sẽ giúp tạo ra một trải nghiệm mua sắm thuận lợi cho khách hàng.

Ngoài ra, việc tận dụng các kênh truyền thông xã hội để quảng bá và tương tác với độc giả, cùng việc xây dựng cộng đồng trực tuyến quanh sách, sẽ giúp Nhà



sách Ánh Hoàng tạo ra một môi trường trực tuyến tích cực và hấp dẫn. Đồng thời, việc đánh giá hiệu suất thông qua các công cụ phân tích sẽ cung cấp thông tin quan trọng để điều chỉnh chiến lược marketing online và nâng cao hiệu suất kinh doanh.

Tóm lại, đề tài “**Xây dựng và phát triển kho dữ liệu sách qua nền tảng website**” không chỉ là một cơ hội để Nhà sách Ánh Hoàng tiến lên với xu hướng mới mẻ của kinh doanh trực tuyến, mà còn là chìa khóa để mở rộng thị trường, tăng cường mối quan hệ với khách hàng và phát triển doanh nghiệp một cách bền vững trong thời đại số ngày nay.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

- Thực hiện phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh, các hoạt động marketing đã áp dụng trong thời gian qua.
- Nghiên cứu phương pháp marketing online.
- Đề xuất giải pháp marketing online phù hợp cho Nhà sách Ánh Hoàng.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu: Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động marketing Nhà sách Ánh Hoàng và đưa ra những giải pháp marketing online phù hợp với nhà sách.
- Phạm vi nghiên cứu: Nghiên cứu hoạt động marketing của các nhà sách.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

Dựa trên các nền tảng lý luận về marketing, kết hợp với điều tra khảo sát, thu thập số liệu sơ cấp, thứ cấp, tham khảo ý kiến của các chuyên gia, tham khảo số liệu từ các tài liệu về kho dữ liệu sách. Áp dụng các phương pháp so sánh, thống kê, phân tích và tổng hợp từ đó đưa ra giải pháp marketing phù hợp với tình hình thực tế.

## **5. Ý nghĩa khoa học và ý nghĩa thực tiễn của đề tài nghiên cứu**

- Qua số liệu thu thập được phân tích thực trạng marketing online tại Nhà sách Ánh Hoàng.
- Đề xuất giải pháp marketing online phù hợp với thực trạng của nhà sách.

- Thúc đẩy hoạt động bán hàng của doanh nghiệp.

## **6. Bộ cục đề tài**

Đề án tốt nghiệp bao gồm 3 chương sau:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết

Chương 2: Khảo sát và phân tích thiết kế hệ thống

Chương 3: Xây dựng và phát triển kho dữ liệu sách