TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

NINH KHẮC QUỐC DŨNG

XÂY DỰNG HỆ THỐNG MARKETING CHO CỬA HÀNG ĐỒ GỖ DŨNG ĐỒNG

ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

NGÀNH KỸ THUẬT PHẦN MỀM

Thái Nguyên – 2024

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

ĐỒ ÁN

TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

NGÀNH KỸ THUẬT PHẦN MỀM

Đề tài:

XÂY DỰNG HỆ THỐNG MARKETING CHO CỬA HÀNG ĐỒ GỖ DŨNG ĐỒNG

Sinh viên thực hiện: **Ninh Khắc Quốc Dũng**

Lớp: **KTPM - K18B**

Giảng viên hướng dẫn: **Th.S Trần Hải Thanh**

Thái Nguyên – 2024

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập tại trường, em đã được học hỏi và tiếp thu nhiều kiến thức chuyên ngành nhằm nâng cao vốn hiểu biết và là hành trang quý báu giúp em vững bước vào đời. Chúng em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến tất cả quý thầy cô tại Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông Thái Nguyên nói chung, quý thầy cô khoa Công nghệ thông tin, chuyên ngành Công nghệ thông tin nói riêng đã cùng với tri thức và tâm huyết của mình để truyền đạt vốn kiến thức quý báu cho chúng em trong suốt thời gian học tập tại trường.

Em xin chân thành cảm ơn Th.S Trần Hải Thanh đã tận tâm hướng dẫn em trong quá trình hoàn thành bài báo cáo này. Nếu không có những lời hướng dẫn, dạy bảo của thầy thì em nghĩ bài báo cáo này của em rất khó để hoàn thiện. Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn thầy.

Tuy nhiên, dù rất cố gắng nhưng do thời gian có hạn nên chắc rằng báo cáo khó tránh khỏi thiếu sót. Em rất mong nhận được sự thông cảm và đóng góp kiến của quý Thầy Cô và các bạn để báo cáo của chúng em được hoàn chỉnh hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên,ngày ... tháng ... năm 2024

Sinh viên

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi và được sự hướng dẫn tận tình của Ths. Trần Hải Thanh. Các nội dung nghiên cứu, kết quả trong đề tài này là trung thực và chưa công bố dưới bất kỳ hình thức nào trước đây. Các số liệu trong bài báo cáo được sử dụng trung thực, nguồn trích dẫn có chú thích rõ ràng, minh bạch, có tính kế thừa, phát triển từ các tài liệu, các công trình nghiên cứu đã được công bố, các website.

Nếu phát hiện có bất kỳ sự gian lận nào tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung bài báo cáo của mình.

Thái Nguyên, tháng 5 năm 2024

Sinh viên

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN i
LỜI CAM ĐOAN ii
MỤC LỤC iii
DANH MỤC HÌNH ẢNH vi
LỜI NÓI ĐẦU 1
CHƯƠNG I. TỔNG QUAN VỀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT 3
1.1 Tổng quan về Wordpress 3
1.1.1 Wordpress là gì? 3
1.1.2 Một vài nét nổi bật của wordpress 3
1.1.3. Cấu trúc của một Theme wordpress 4
1.2. Tìm hiểu về html, css, php trong lập trình website. 5
1.2.1 Tìm hiểu HTML 5
1.2.2 CSS căn bản 6
1.2.3 PHP căn bản. 7
1.3. Hệ quản trị CSDL MySQL 8
1.3.1 Cở sở dữ liệu là gì? 8
1.3.2 Hệ quản trị CSDL MySql 9
1.4 Ngôn ngữ mô hình hóa thống nhất (UML - Unified Modeling Language) 10
1.4.1 Giới thiệu về UML 10
1.4.2 UML trong phân tích thiết kế hệ thống 10
1.5 Tìm hiểu hosting domain. 11
1.5.1 Hosting là gì? Domain là gì? 11
1.6 Tìm hiểu về SEO 12
1.6.1 Seo là gì? Tại sao lại cần SEO? 12
1.6.2 Phương pháp SEO. 12
CHƯƠNG II. KHẢO SÁT HỆ THỐNG 14
2.1 Khảo sát hiện trạng 14

2.1.1 Giới thiệu về Cửa hàng Đồ gỗ Dũng Đồng, H.Ý Yên, Tỉnh. Nam Định 14
2.1.2 Hiện trạng hệ thống 15
2.1.3 Bài toán đặt ra 16
2.1.4 Mô tả các chức năng hệ thống marketing 16
2.1.5 Mô tả các chức năng của website 18
2.1.6 Yêu cầu hệ thống website 19
2.2 Phân tích hệ thống website 19
2.2.1 Biểu đồ Usecase của hệ thống 19
2.2.2 Biểu đồ trình tự 22
2.2.3 Biểu đồ hoạt động 25
2.2.4 Biểu đồ lớp 28
2.2.5 Các bảng dữ liệu 28
2.2.6 Mô hình thực thể liên kết 31
2.3 Phác thảo giao diện và thiết kế giao diện bằng photoshop 32
2.3.1 Phác Thảo giao diện 32
2.3.1 Thiết kế giao diện bằng photoshop 36
CHƯƠNG III. XÂY DỰNG HỆ THỐNG MARKETING QUẢNG BÁ SẢN PHẨM CHO CỬA HÀNG ĐỒ GỖ DŨNG ĐỒNG 38
3.1 Giao diện chính trên fanpage 38
3.1.1 Giao diện cho khách hàng 38
3.2.2 Giao diện admin quản trị Fanpage 39
3.2 Giao diện chính trên website 40
3.2.1 Giao diện cho khách hàng 40
3.2.2 Giao diện admin quản trị website 47
3.3 Quảng bá sản phẩm cho cửa hàng 52
3.3.1 Upload website lên hosting? 52
3.3.2 Quảng bá sản phẩm bằng phương pháp SEO 56
3.3.3 Đăng sản phẩm và viết bài quảng bá sản phẩm cho cửa hàng. 63

KẾT LUẬN 66
* *Kết quả đạt được:* 66
* *Hạn chế:* 66
* *Hướng phát triển:* 66
TÀI LIỆU THAM KHẢO 67

DANH MỤC HÌNH ẢNH

HÌNH 1.1 LOGO WORDPRESS 3
HÌNH 1.2 LOGO HTML 6
HÌNH 1.3 LOGO CSS 7
HÌNH 1.4 LOGO PHP 8
HÌNH 1.5 QUẢN LÝ CSDL TRONG WORDPRESS 10
HÌNH 1.6 LOGO UML 10
HÌNH 1.7 WEB HOSTING 11
HÌNH 1.8 SEO “SEARCH ENGINE OPTIMIZATION” 12
HÌNH 2.1 XƯỞNG SẢN XUẤT ĐỒ GỖ DŨNG ĐỒNG 14
HÌNH 2.2 SẢN PHẨM NỔI BẬT CỦA ĐỒ GỖ DŨNG ĐỒNG 15
HÌNH 2.2.1 BIỂU ĐỒ USECASE TỔNG QUÁT 20
HÌNH 2.2.2 BIỂU ĐỒ PHÂN RÃ TÁC NHÂN KHÁCH HÀNG 21
HÌNH 2.2.3 BIỂU ĐỒ PHÂN RÃ TÁC NHÂN ADMIN 21
HÌNH 2.2.4 BIỂU ĐỒ TRÌNH TỰ ĐĂNG NHẬP CHO ADMIN 23
HÌNH 2.2.5 BIỂU ĐỒ TRÌNH TỰ THÊM SẢN PHẨM CHO ADMIN 24
HÌNH 2.2.6 BIỂU ĐỒ TRÌNH TỰ XEM CHI TIẾT SẢN PHẨM 25
HÌNH 2.2.7 BIỂU ĐỒ HOẠT ĐỘNG ĐĂNG NHẬP HỆ THỐNG 26
HÌNH 2.2.8 BIỂU ĐỒ HOẠT ĐỘNG QUẢN LÝ SẢN PHẨM 26
HÌNH 2.2.9 BIỂU ĐỒ HOẠT ĐỘNG XEM CHI TIẾT SẢN PHẨM 27
HÌNH 2.2.10 DANH SÁCH CÁC BẢNG DỮ LIỆU TRONG PHPMYADMIN 28
HÌNH 2.2.11 BẢNG DỮ LIỆU NGƯỜI DÙNG 29
HÌNH 2.2.12 BẢNG CÁC THUỘC TÍNH THÊM CỦA NGƯỜI DÙNG 29
HÌNH 2.2.13 BẢNG CÁC THUỘC TÍNH PHÂN LOẠI NỘI DUNG 29
HÌNH 2.2.14 BẢNG THỂ HIỆN MỐI QUAN HỆ GIỮA CÁC THUỘC TÍNH 29
HÌNH 2.2.15 BẢNG BÀI ĐĂNG 30
HÌNH 2.2.16 BẢNG THỂ HIỆN CÁC THUỘC TÍNH CỦA BÀI ĐĂNG 30
HÌNH 2.2.17 BẢNG BÌNH LUẬN CHO NGƯỜI DÙNG 30
HÌNH 2.2.18 BẢNG CÁC THUỘC TÍNH BÌNH LUẬN 31
HÌNH 2.2.19 MÔ HÌNH THỰC THỂ LIÊN KẾT 31
HÌNH 2.3.1 PHÁC THẢO GIAO DIỆN TRANG CHỦ 32
HÌNH 2.3.2 PHÁC THẢO GIAO DIỆN TRANG SẢN PHẨM 33
HÌNH 2.3.3 PHÁC THẢO GIAO DIỆN TRANG GIỚI THIỆU 34
HÌNH 2.3.4 PHÁC THẢO GIAO DIỆN TRANG LIÊN HỆ 35
HÌNH 2.3.5 THIẾT KẾ GIAO DIỆN TRANG CHỦ 36
HÌNH 2.3.6 THIẾT KẾ GIAO DIỆN TRANG SẢN PHẨM 36
HÌNH 2.3.7 THIẾT KẾ GIAO DIỆN TRANG GIỚI THIỆU 37
HÌNH 2.3.8 THIẾT KẾ GIAO DIỆN TRANG LIÊN HỆ 37
HÌNH 3.1.1 GIAO DIỆN CHÍNH CỦA FANPAGE 38
HÌNH 3.1.2 GIAO DIỆN CỦA QUẢN TRỊ VIÊN 39
HÌNH 3.1.3 GIAO DIỆN BẢNG ĐIỀU KHIỂN CHUYÊN NGHIỆP 39
HÌNH 3.2.1 GIAO DIỆN CHÍNH CỦA WEBSITE – TRANG CHỦ 40
HÌNH 3.2.2 MODUL GIỚI THIỆU VỀ CỬA HÀNG ĐỒ GỖ 41

HÌNH 3.2.3 MODUL SẢN PHẨM 42
HÌNH 3.2.4 MODUL CHI TIẾT SẢN PHẨM 43
HÌNH 3.2.5 MODUL TIN TỨC 44
HÌNH 3.2.6 MODUL CHI TIẾT TIN TỨC 45
HÌNH 3.2.7 MODUL LIÊN HỆ 46
HÌNH 3.2.8 MODUL GIỎ HÀNG 46
HÌNH 3.2.9 MODUL THANH TOÁN 47
HÌNH 3.2.10 MODUL ĐĂNG NHẬP DÀNH CHO ADMIN 47
HÌNH 3.2.11 TRANG QUẢN TRỊ WEBSITE 48
HÌNH 3.2.12 MỤC THÊM SẢN PHẨM MỚI 49
HÌNH 3.2.13 MỤC THÊM BÀI VIẾT MỚI 49
HÌNH 3.2.14 MỤC QUẢN LÝ ĐƠN HÀNG 50
HÌNH 3.2.15 GIAO DIỆN TRANG THỐNG KÊ 50
HÌNH 3.2.16 MỤC QUẢN LÝ THÀNH VIÊN 51
HÌNH 3.2.17 MỤC QUẢN LÝ SẢN PHẨM 51
HÌNH 3.2.18 MỤC QUẢN LÝ DANH MỤC SẢN PHẨM 52
HÌNH 3.3.1 NÉN CODE THÀNH FILE .ZIP 53
HÌNH 3.3.2 UPLOAD FILE LÊN HOSITNG VÀ EXTRACT 53
HÌNH 3.3.3 XUẤT DATABASE TỪ LOCALHOST 54
HÌNH 3.3.4 TRUY CẬP PHPMYADMIN CỦA HOSTING 54
HÌNH 3.3.5 NHẬP DATABASE TỪ MÁY TÍNH VÀO HOSITNG 55
HÌNH 3.3.6 CẤU HÌNH LẠI LINK TRANG CHỦ 55
HÌNH 3.3.6 CẤU HÌNH LẠI FILE WP-CONFIG.PHP 56
HÌNH 3.3.7 TRANG TIN TỨC TẠI WEBSITE ĐỒ GỖ 58
HÌNH 3.3.8 DANH SÁCH BACKLINK CỦA TRANG ĐỒ GỖ 60
HÌNH 3.3.9 ĐƯA MÃ XÁC MINH CỪA GOOGLE VÀO WEBSITE 61
HÌNH 3.3.10 TRÌNH QUẢN LÝ TÌM KIẾM GOOGLE 61
HÌNH 3.3.11 THIẾT LẬP SEO CHO TRANG WEB 62
HÌNH 3.3.12 KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC SAU MỘT THỜI GIAN THIẾT LẬP SEO 62
HÌNH 3.3.13 TRÌNH QUẢN LÝ CỦA MICROSOFT BING 63
HÌNH 3.3.14 ĐĂNG BÀI VIẾT VÀ SẢN PHẨM LÊN FANPAGE QUẢNG BÁ CHO CỬA HÀNG 63
HÌNH 3.3.15 HIỆU QUẢ CỦA BÀI VIẾT 64
HÌNH 3.3.16 CÁC BÀI ĐĂNG VÀ CÁC THỐNG KÊ HIỆU QUẢ CỦA BÀI ĐĂNG 64
HÌNH 3.3.17 ĐĂNG SẢN PHẨM LÊN WEBSITE 65
HÌNH 3.3.18 THIẾT LẬP SEO CHO SẢN PHẨM 65
ĐÁNH GIÁ CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN 68

LỜI NÓI ĐẦU

Ngày nay, Internet Thương mại điện tử ngày càng phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam nói riêng và Thế giới nói chung, nó đóng vai trò không nhỏ trong trong sự thành công hay thất bại của một cá nhân hay một doanh nghiệp. Hầu hết cá nhân hay doanh nghiệp ngày nay đều xây dựng cho mình một hệ thống marketing riêng trên mạng nhằm giới thiệu, quảng bá thương hiệu, trao đổi mua bán,… phục vụ lợi ích riêng của mình. Các ứng dụng thương mại điện tử thường được thiết kế đựa trên giải pháp mạng Internet, cho phép doanh nghiệp và cá nhân giới thiệu sản phẩm của mình, đồng thời tương tác với khách hàng trực tuyến thông qua hệ thống, khách hàng có thể truy cập trang web, fanpage bất cứ lúc nào và ở bất cứ nơi đâu.

Nhưng, để đưa được website của các công ty, doanh nghiệp hay quảng bá được một sản phẩm thương mại nào đó đến được với người tiêu dùng thì không hẳn là một việc dễ dàng. Ngay khi website hoạt động, nếu không có sự tác động đến website đó thì nó sẽ không bao giờ xuất hiện trong các công cụ tìm kiếm, đặc biệt là công cụ tìm kiếm lớn như Google. Vậy, làm thế nào đưa website lên Google? Đó là nhờ vào việc tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO), tức là chúng ta sẽ tối ưu website theo các chuẩn của các thuật toán mà Google đưa ra. Từ đó, Google sẽ đánh giá website theo các tiêu chí nhất định và dần đần đưa website lên trang nhất của Google. Do vậy, người tiêu dùng hay khách hàng sẽ dễ dàng tìm thấy website khi tìm kiếm trên các công cụ tìm kiếm lớn.

Nắm bắt được những lợi thế đó và với mong muốn hiểu biết thêm kiến thức về thiết kế web, tối ưu website và tối ưu hóa công cụ tìm kiếm em đã chọn đề tài "**xây dựng hệ thống Marketing cho cửa hàng đồ gỗ dũng đồng**" huyện Ý Yên, tỉnh Nam Định." qua sự đồng ý và hướng dẫn tận tình của thầy Trần Hải Thanh

Nội dung đề tài:

- Tìm hiểu kiến thức thiết kế web và SEO
- Xác định ngôn ngữ lập trình, thiết kế hệ thống, xây dựng website
- Tối ưu website chuẩn SEO
- SEO quảng bá thương hiệu, sản phẩm.