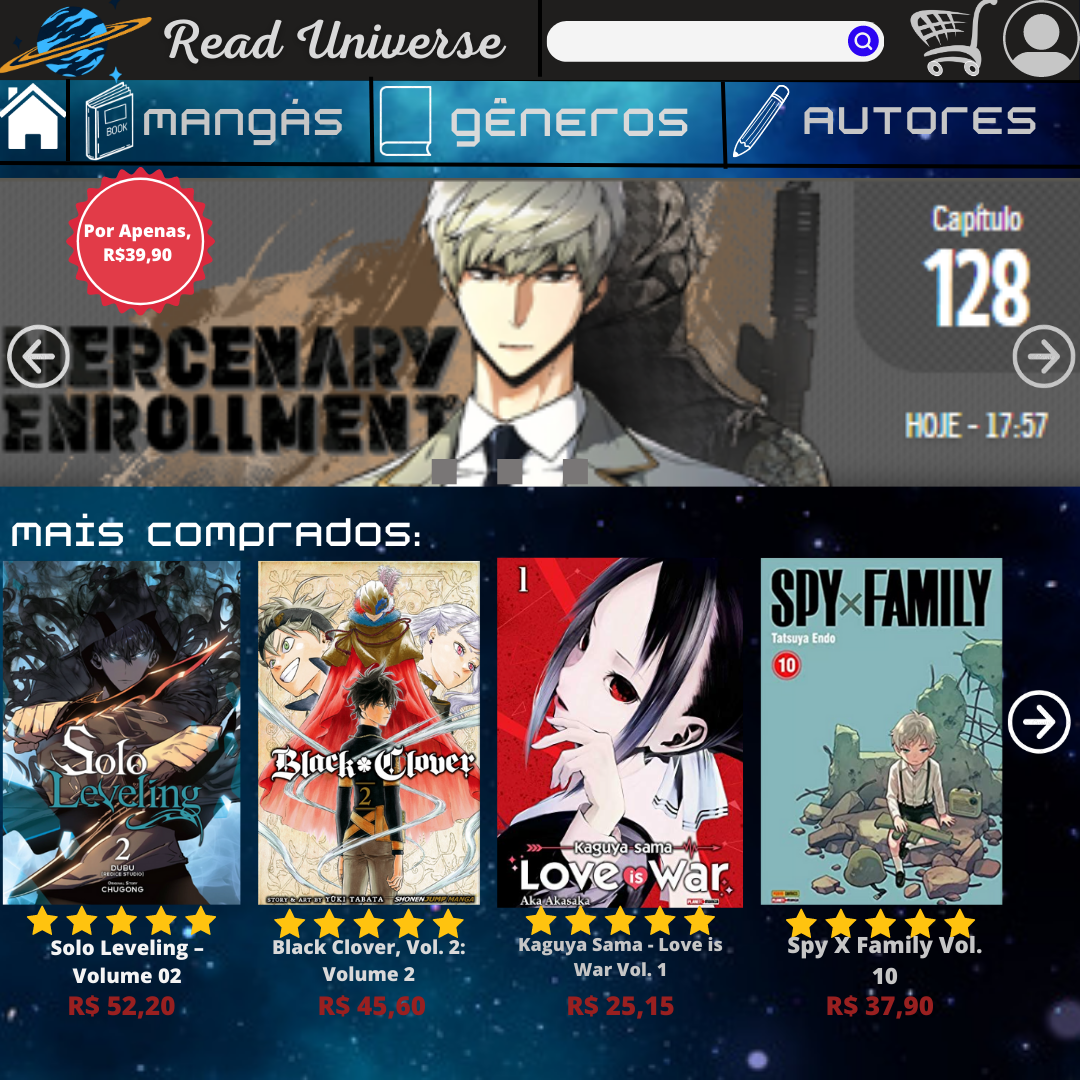
|  |
| --- |
| **PRÉ-PROJETO 2023** |

|  |
| --- |
| NOME: Christyan Iegor Daltoé Nº 3 |
| NOME: Yan de Oliveira Minamitani Nº 33 |
| TELEFONE (S) (45) 99953-1942   1. 99910-8384 |
| 1. MAIL [christyan.daltoe@escola.pr.gov.br](mailto:christyan.daltoe@escola.pr.gov.br)   [yan.minamini@escola.pr.gov.br](mailto:yan.minamini@escola.pr.gov.br) |
| CURSO Técnico em Informática |
| TURMA: 4º A |

**HOME:**

****

TITULO

|  |
| --- |
| READ UNIVERSE |

INTRODUÇÃO

|  |
| --- |
| O E-commerce é uma transação comercial online realizada por meio de uma plataforma virtual. Todo o processo de compra e venda acontece digitalmente: sendo desde a escolha do produto desejado ou serviço até a realização do pagamento pelo cliente. Diferentemente da venda offline - que acontece por meio de um ponto de venda, horário pré-estabelecido de atendimento e limitação de área de abrangência, a venda e-commerce oferece inúmeras possibilidades de fechar negócio, já que não se restringe à localização geográfica nem ao horário comercial. É um fato que em nossa cidade há muitos leitores do gênero literário Mangá (nome dado a histórias em quadrinhos japonesas), mesmo sendo possível obter uma leitura normal online, em um determinado momento também ocorrera o desejo de possuir o mangá físico, seja para ler, colecionar ou até mesmo como decoração na prateleira de sua casa, porém não há garantia que encontrar o mangá especifico em loja física. Assim surgiu esse site E-Commerce focado na venda de livros (Mangás Japoneses), para o cliente melhorar a facilidade e visibilidade na compra de seu mangá favorito, ajudando quem procura comprar mangás com mais segurança e conforto sem sair de casa.  Vários bens culturais do Japão· se tornaram comuns ao cotidiano dos ocidentais, seja desde o conhecidíssimo macarrão instantâneo, o miojo; as lutas marciais; os preceitos budistas; os bonsais; os ideogramas em diversos objetos; e até mesmo os desenhos animados que passam na TV (aberta e paga). Precisamente, nos ˙últimos vinte anos, foi possível perceber no Brasil a chegada de um grande número de Histórias em Quadrinhos nipônicas. Os Mangás, precedidos das animações japonesas, estão invadindo revistarias e livrarias nacionais, mais e mais a cada dia. Hoje é possível afirmar que esse cenário se constitui num fenômeno comunicacional em consolidação.  O impacto cultural dos quadrinhos, mídia barata e de grande alcance de público, foi tanto imediato quanto duradouro. As histórias em quadrinhos foram, e só ainda, importante ferramenta na construção do imaginário coletivo dos povos ocidentais e orientais. Hoje, diversas HQs3 só consumidas em escala de massa, com larga variedade de opões temáticas e de tratamentos, embora nenhuma nas escalas gigantescas do passado (PATATI; BRAGA, 2006, p. 12).  As Histórias em Quadrinhos perpassam por diversas disciplinas (como a literatura, arte, história, psicologia, comunicação), possuem suportes variados (jornal, livro, revista, internet) e podem ter múltiplos estilos e temas. Portanto, sua grande força se encontra no aspecto visual, exigindo uma leitura, ou seja, o que no processo de comunicação. O surgimento desse veículo de comunicação no Ocidente, segundo alguns especialistas, remete ‡s pinturas rupestres feitas em paredes de cavernas. Com o passar dos séculos outros tipos de narrativas figuradas surgiram. Na Idade Média, por exemplo, as igrejas católicas foram uma das precursoras do uso das imagens sequenciadas, através dos vitrais da via-sacra e dos livros ilustrados.  A origem da arte sequencial japonesa remonta ao final do século VII em caricaturas profanas de animais e pessoas chamados Ê-makimono. Nos séculos XI e XII, eram abundantes os Ê-kimono, desenhos feitos em um grande rolo cuja história ia se desenvolvendo ao desenrol·-lo. Dentre esses, o que mais se destacou foi o conjunto de rolos chamados Chojugiga, sendo dois feitos pelo sacerdote budista Kakuyu Toba. Conservado como tesouro nacional, trata-se de desenhos de animais antropomorfizados que com humor satirizam as condíeis daquela Época. No Período Edo (1600 a 1867), manifestaríeis de entretenimento, como o teatro e a gravura, popularizam-se. Assim, apareceram os Ukiyo-Í, que consistiam em gravuras feitas a partir de madeira. No início, de acordo com Sonia B. Luyten (2000, p. 98).  O Japão detém atualmente o maior público leitor e a maior produção de Histórias em Quadrinhos do mundo. Em uma pesquisa feita em 2002, pelo Instituto de Pesquisa de Publica do Japão, 38,1% do que foi publicado no país correspondia a Mangás, no caso das revistas foram 281 títulos diferentes no mercado. Destas, 37,7% eram revistas masculinas; 38,4% eram de revistas para meninos; 8,8%, para meninas e 6,7%, para as mulheres. (GRAVETT, 2006, p. 18). |

HIPÓTESE / SOLUÇÃO

|  |
| --- |
| Comprar mangás no Brasil não é algo para amadores, principalmente agora que constantemente esse gênero literário se torna cada vez mais popular entre os mais jovens e tendo uma dificuldade massiva para acompanhar os lançamentos do volume, pois um grande problema é se deparar com a decepção e quebras de expectativas ao notar que desapareceu seu volume desejado das prateleiras. Sabendo disso, surgiu a motivação da criação de um site neste tema, originando da dificuldade de encontrar o mangá e volumes específicos ao ir as lojas físicas e as mesmas não conter o produto desejado. Com este site, o usuário terá uma imagem clara dos produtos disponíveis serem vendidos a seus preços, como ter a possibilidade do usuário poder vender seus volumes de seus mangás. |

DISCIPLINAS ENVOLVIDAS

|  |
| --- |
| Análise de projetos e sistemas: é a atividade que tem como finalidade a realização de estudos de processos a fim de encontrar o melhor caminho racional para que a informação possa ser processada. Os analistas de sistemas estudam os diversos sistemas existentes entre hardwares (equipamentos), softwares (programas) e o usuário final.  Banco de dados: O banco de dados é a organização e armazenagem de informações sobre um domínio específico. De forma mais simples, é o agrupamento de dados que tratam do mesmo assunto, e que precisam ser armazenados para segurança ou conferência futura.  Web design: Uma página da internet - ou website - é desenvolvida pela web designer. Esse profissional é responsável tanto pelo projeto estético de um site quanto por seu projeto funcional. Ou seja, o web designer se preocupa com a aparência e com a funcionalidade de um website, pensando na navegabilidade e na interação que os usuários terão com a página da internet criada. |

OBJETIVO GERAL

|  |
| --- |
| Com a realização deste site o cliente terá a facilidade em encontrar seus mangás desejados sem dificuldades, Luyten (2003), pois o comum é ter problemas como: falta de volumes do mesmo, dificuldade para encontrar uma loja que tenha a venda de mangás, etc... Sendo assim resolvido com uma interface que tenha uma imagem do mangá/volume e logo abaixo seu nome e seu preço, que ao clicar será enviado a página de especificações do produto e a partir de lá o usuário irá decidir comprar o produto ou não. Porem ele só poderá fazer compras se ele tiver login no site, ou seja, ele terá de preencher o formulário de cadastro e logo em seguida logar para que assim libere a possibilidade do usuário fazer compras no site. |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

|  |
| --- |
| Criação de uma interface no site com foco em demonstrar os mangás que o cliente está a procurar para compra, afirma assim quando clicar na área específica, sera direcionado a ela, lhe demonstrando uma imagem do mangá, o seu nome e seu preço, assim o cliente decide se vai querer comprar. Terá um formulário de cadastro para o cliente criar um usuário no site e um formulário de login para logar-se no site. Um carrinho de compras para acumular os mangás que deseja comprar, assim efetuando a compra de todos os pedidos de uma só vez. Um carrossel para mostrar os mangás que são mais os mais populares, assim sendo os mais vendidos. |

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

|  |
| --- |
| O que é metodologia comparativa: compara a loja fisica com a do site  O Método Comparativo procura compreender e estabelecer paralelos entre dois ou mais objetos de estudos e tem como foco procurar as semelhanças e diferenças do objeto de estudo, nesse processo de comparação o objetivo é identificar as semelhanças e que lhe permitem organizar e relacionar o novo conceito(site) com o que já existe (loja física), e por outro lado ajuda também a encontrar diferenças entre ambas que possam entrar em conflito e evitar causar confusão. Em outras palavras, o objetivo do Método Comparativo é usar a comparação seja através de semelhanças ou diferenças para no fim chegar em novos conhecimentos, assim, chegando em correlações e criando novos conceitos.  Com base nisso, comparando a loja física com a do site, pode-se perceber que a loja física necessita de um endereço, e o mesmo precisa que o local seja de grande circulação de pessoas, pois se não, obviamente que não venderá, e a vantagem por se ter uma loja virtual é que não necessariamente precisa se prender a ter uma boa localização, outra diferença e também pode-se ser uma desvantagem, é que a loja física só abre apenas dentre do horário comercial, diferentemente da loja virtual (E-Commerce) que pode estar aberta 24 horas por dia, sete dias por semana e até em feriados, além disso, o e-commerce permite ao cliente mais comodidade, pois o mesmo pode ter acesso a sua loja virtual a qualquer momento do dia, e efetuar suas compras sem precisar-se dirigir a um estabelecimento físico.  Não pode-se esquecer que para se ter uma loja física, claramente terá custos, sendo eles com funcionários, aluguel (caso o local em que está estabelecido não lhe pertence), energia e etc. Já a loja virtual não tem necessidade de precisar de todos esses atributos. E o melhor do E-Commerce é devido a sua divulgação, que pode abusar do marketing digital para atrair novos clientes.  O que é metodologia cientifica  A Metodologia Científica é o conjunto de processos de um trabalho acadêmico, partindo-se dessa metodologia, tem como objetivo pesquisar e ganhar autenticidade, confiabilidade e valor científico. Fazendo a abordagem que é praticamente analisar dados coletados para o trabalho, é um passo para compreender o objeto de pesquisa, que pode-se ter características quantativas, qualificativas ou até a junção de ambas, que são ambas formas de abordagem para utilizar. Qualitativa que busca a compreensão de fenômenos a partir de explicações e motivos. Quantitativa busca compreender os fenômenos a partir da análise feita pela quantificação dos dados.  O que é modelagem  No contexto do site, a utilização da modelagem é conceituada em um processo deadição de material, aonde é a quantidade de material é constantemente aumentada para produzir a forma desejada e que satisfaça pelos menos as necessidades necessárias. Da para considerar Modelagem como um grande ‘guarda-chuva’, onde cabe quase tudo, pois em termos genéricos, Modelagem pode ter uma aplicação de matemática em outrás áreas do conhecimento. Com isso, não quero dizer que exista a necessidade de se ter fronteiras claras, mas de se ter maior clareza sobre o que chamamos de Modelagem.  Porém, eu gostaria de colocar a ênfase que ele está diretamente conectado com o interesse de formar sujeitos para atuar ativamente na sociedade e, em particular, capazes de analisar a forma e questiona através nos debates sociais. Com essa perspectiva, creio que Modelagem pode potencializar a intervenção das pessoas nos debates e nas tomadas de decisões sociais, o que me parece ser uma contribuição para alargar as possibilidades de construção e consolidação de sociedades democráticas.  Além que toca temas importantes como creatividade, a dimensão afetivo-cognitiva das ações do sujeito, a relação da estrutura/funcionamento congnitivo, interação entre a teoria e a prática, etc. |
|  |

BIBLIOGRAFIA

|  |
| --- |
| CARLOS, GiovanaSantana. Mangá: o fenômeno comunicacional no Brasil. **INTERCOM SUL**, v. 10, 2009.  LUYTEN, Sônia. Mangá produzido no Brasil: pioneirismo, experimentação e produção. In: **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da INTERCOM–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Belo Horizonte (MG)**. 2003.  PILEGGI, Gisele Castro Fontanella; DE OLIVEIRA ROSA, Renata. Avaliação da logística de distribuição de produtos em uma empresa de e-commerce. **Gepros: Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, v. 2, n. 1, p. 149, 2007.  LUYTEN, Sonia B. Mang·: o poder dos quadrinhos japoneses. 2. ed. S„o Paulo: Hedra, 2000  PATATI, Carlos; BRAGA, Fl·vio. Almanaque dos quadrinhos: 100 anos de uma mÌdia popular. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.  BARBOSA, Jonei Cerqueira. Modelagem matemática: O que é? Por quê? Como. **Por que**, p. 73-80, 2004.  ALLESSANDRINI, Cristina Dias. **Análise microgenética da oficina criativa: projeto de modelagem em argila**. Casa do Psicólogo, 2004.  Mill, John Stuart. Sistema de Lógica Dedutiva e Indutiva. São Paulo: Abril Cultural (Coleção Os Pensadores), 1974.  SILVEIRA, E. C. C. Metodologia Comparada: repensando sua relevância na construção da identidade latino-americana. Disponível em: www.sbec.org.br/evt2003/trab36.doc. |

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Autorizado** | **Professor(a)** | **Data** |
| Análise de projetos e sistemas:  Banco de dados:  Web design: | **Aparecida**  **Célia**  **Reinaldo** |  |