**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**ESTUDIOS PROFESIONALES PARA EJECUTIVOS**



**Trabajo Final**

**Fundamentos de Programación**

***IS210-2200-E22A***

**Inventario de enlaces**

**Presentado por:**

***Mendoza Ibarra, Cindy***

***Diaz Jihuaña, Yenshy Koraliz***

***Sangüess Agurto, Jorge Arturo***

**LIMA – PERÚ**

***2022***

Resumen

Describa el sistema que desarrollará y para que servirá.

Nuestro sistema de inventario de enlaces se va encargar de llevar un registro adecuado de las urls de las que se vienen encargando los desarrolladores de la agencia BURNS , una agencia de comunicación digital y marketing online.

El sistema de inventario se encargará de almacenar los datos necesarios para llevar el registro de las urls, así como el dominio, el nombre, fecha de activación, fecha de desactivación, el nombre de la empresa a la que pertenece, etc.

También el sistema se va encargar de implementar una búsqueda por el nombre del dominio, por su identificador enlaces y por el nombre de la empresa a la que pertenece.

Además, el sistema nos permite tener un resumen detallado de cada ruta creada.

Índice

[A. Introducción 3](#_Toc95563771)

[B. Objetivo del sistema 3](#_Toc95563772)

[C. Procesos/Funcionalidades del sistema 3](#_Toc95563773)

[D. Diagrama de Clases del Modelo 3](#_Toc95563774)

[E. Diagrama de Clases incluyendo Patrones de Diseño 3](#_Toc95563775)

[F. Enlace al video de Pruebas y demostración del Sistema 3](#_Toc95563776)

[G. Conclusiones 3](#_Toc95563777)

[H. Recomendaciones/Lecciones aprendidas 3](#_Toc95563778)

[I. Glosario 3](#_Toc95563779)

[J. Evidencias del Trabajo en Equipo de cada Participante 3](#_Toc95563780)

[K. Bibliografía 3](#_Toc95563781)

# Introducción

Describa el negocio de la empresa su meta, su visión y procesos principales del negocio.

SrBurns una agencia de comunicación digital y marketing online se dedica a crear relaciones entre las marcas, los productos y los consumidores.

Actualmente el equipo de desarrollo viene manejando un sinfín de enlaces para distintas marcas, al mismo tiempo cada marca cuenta con diversas campañas de comunicación y marketing digital, para lo cual necesitan un sistema que les permita un optimo manejo de las rutas creadas.

# Objetivo del sistema

# Procesos/Funcionalidades del sistema

Describa los módulos que tendrá el sistema, si conoce alguna metodología use casos de usos o historias de usuario.

# Diagrama de Clases del Modelo

# Diagrama de Clases incluyendo Patrones de Diseño

# Enlace al video de Pruebas y demostración del Sistema

# Conclusiones

# Recomendaciones/Lecciones aprendidas

# Glosario

# Evidencias del Trabajo en Equipo de cada Participante

(coordinaciones, desarrollos, etc.)

# Bibliografía