**COLÉGIO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL**

[**CARMELO PERRONE C E PE EF M PROFIS**](http://cdn.novo.qedu.org.br/escola/41071026-carmelo-perrone-c-e-pe-ef-m-profis)

**CURSO TÉCNICO EM DESENVOLVIMENTO DE SISTEMA**

**NITHEL OSMAR UEBEL PEREIRA**

**NITHEL CONSTRUCTION**

**CASCAVEL - PR**

**2024**

**NITHEL OSMAR UEBEL PEREIRA**

**NITHEL CONSTRUCTION**

Projeto de Desenvolvimento de Software do Curso Técnico em Informática do Colégio Estadual de Educação Profissional CARMELO PERRONE C E PE EF M PROFIS– Cascavel, Paraná.

Orientadores: Profª Aparecida S.Ferreira[[1]](#footnote-1)

Profª. Maria 2

**CASCAVEL - PR**

**2023**

**NITHEL OSMAR UEBEL PEREIRA**

**NITHEL CONSTRUCTION**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado e aprovado pelo Curso Técnico em Informática do Colégio Estadual de Educação Profissional Pedro Boaretto Neto.

Cascavel, Pr., xx de Xxxxx de 2023

**COMISSÃO EXAMINADOR**

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª. Aparecida da S. Ferreira1  Especialista em Tecnologia da Informação  *Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel*  Orientadora | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª MARIA  Banco de dados |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª. Aparecida da S. Ferreira1  Especialista em Tecnologia da Informação  *Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel*  WEB DESIGN | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª ELIANE MARIA DAL MOLIN CRISTO  Especialista em Educação Especial: Atendimento às Necessidades Espe. - Faculdade Iguaçu-ESAP  Coordenadora de curso |
|  |  |

Sumário

# INTRODUÇÃO

Criar um site de uma empresa de venda de apartamentos na planta, envolvendo diversas etapas desde o planejamento até a entrega das unidades aos compradores. Para FERREIRA (2018), a empresa inicia o processo escolhendo um terreno adequado e realizando estudos de viabilidade econômica e técnica do empreendimento. Essa etapa é fundamental para garantir que o projeto seja viável e atenda às demandas do mercado.

Com o terreno escolhido, a empresa contrata arquitetos e engenheiros para desenvolver o projeto do edifício, levando em consideração aspectos como funcionalidade, estética e normas legais. Além disso, é necessário obter as devidas licenças e autorizações dos órgãos competentes. (PACHECO, 2020).

A empresa inicia o processo escolhendo um terreno adequado e realizando estudos de viabilidade econômica e técnica do empreendimento. Conforme FERREIRA (2018), essa etapa é fundamental para garantir que o projeto seja viável e atenda às demandas do mercado. Com o terreno escolhido, a empresa contrata arquitetos e engenheiros para desenvolver o projeto do edifício, levando em consideração aspectos como funcionalidade, estética e normas legais. Além disso, PACHECO (2020), diz que é necessário obter as devidas licenças e autorizações dos órgãos competentes.

Durante a construção, a empresa inicia o processo de marketing e vendas, promovendo o empreendimento para potenciais compradores. KOLLER (2017), afirma que esse trabalho inclui a criação de materiais publicitários, como folders, sites e maquetes, além de eventos de lançamento.

Para financiar a construção, a empresa pode recorrer a instituições financeiras ou investidores. Paralelamente, a construção é iniciada e segue um cronograma pré-estabelecido. (MIRANDA, 2019).

Após a conclusão da construção, a empresa realiza a vistoria das unidades e entrega as chaves aos compradores. MORAES (2021), acrescenta que é nesse momento os clientes realizam o pagamento final e recebem o imóvel.

Após a entrega das chaves, a empresa oferece um período de garantia aos compradores, para ASSUNÇÃO (2018), é durante essa fase que a empresa se compromete a realizar eventuais reparos necessários. Além disso, é importante manter um relacionamento com os clientes para futuras negociações e recomendações.

Essas etapas mostram como uma empresa opera, desde o planejamento até a entrega das unidades aos compradores. Cada etapa requer cuidado e atenção para garantir o sucesso do empreendimento.

## Apresentação do Problema

A criação de um site moderno e informativo, otimizado para mecanismos de busca e com foco na geração de leads, impulsionará as vendas de apartamentos da construtora.

1. Design atraente e profissional:

* Layout intuitivo e navegabilidade fácil.
* Imagens e vídeos de alta qualidade dos apartamentos e áreas comuns.
* Plantas baixas detalhadas e interativas.
* Tour virtual pelos apartamentos modelo.

2. Conteúdo informativo e persuasivo:

* Descrições detalhadas dos apartamentos, destacando seus diferenciais.
* Informações sobre o bairro e a infraestrutura local.
* Depoimentos de clientes satisfeitos.
* Blog com artigos sobre tendências do mercado imobiliário, dicas de decoração e estilo de vida.

3. Otimização para mecanismos de busca (SEO):

* Palavras-chave relevantes no título, meta descrição e conteúdo do site.
* Links para outras páginas do site e para perfis em redes sociais.
* Submissão do site em diretórios e mecanismos de busca.

# 2 OBJETIVOS

Aumentar a visibilidade online da empresa e dos seus empreendimentos: Criar um site com design profissional e otimizado para mecanismos de busca (SEO), atraindo tráfego orgânico qualificado.

* Implementar campanhas de marketing digital direcionadas para o público-alvo da empresa.
* Promover o site nas redes sociais e outros canais de comunicação online.
* Gerar leads qualificados:
* Oferecer um formulário de contato intuitivo no site para que os visitantes interessados em um empreendimento possam solicitar mais informações.
* Implementar um sistema de captura de leads que colete informações relevantes dos visitantes, como nome, e-mail e telefone.
* Enviar e-mails nutritivos para leads, mantendo-os informados sobre os empreendimentos e promovendo a conversão em agendamentos de visitas.
* Aumentar o número de agendamentos de visitas:
* Oferecer uma agenda online no site para que os visitantes possam agendar uma visita a um empreendimento de seu interesse.
* Disponibilizar um chat online para que os visitantes possam tirar dúvidas e agendar visitas em tempo real.
* Treinar a equipe de vendas para qualificar os leads e agendar visitas com os clientes mais propensos a comprar.
* Converter leads em vendas:
* Fornecer aos vendedores informações detalhadas sobre os leads, como suas necessidades e interesses, para que possam personalizar a apresentação dos empreendimentos durante as visitas.
* Oferecer aos visitantes materiais informativos de alta qualidade sobre os empreendimentos, como brochuras, plantas baixas e vídeos 360°.
* Treinar a equipe de vendas para lidar com objeções e fechar negócios de forma eficaz.

# 3 METODOLOGIA

A ciência é mais do que um conjunto de fatos e teorias. Para AULER (2006), é um modo singular de conhecer o mundo, guiado pelo rigor do raciocínio lógico e pela experimentação prática. Através dessa jornada instigante, desvendamos os mistérios do universo, desde as leis da física que regem as estrelas até as complexas engrenagens da vida na Terra. GARCIA et al. (1996) destacam que, a partir de meados do século XX, nos países capitalistas centrais, foi crescendo um sentimento de que o desenvolvimento científico, tecnológico e econômico[..]a mudança tecnológica é a causa da mudança social, considerando-se que a tecnologia define os limites do que uma sociedade pode fazer. Assim, a inovação tecnológica aparece como o fator principal da mudança social.

A criação de um site não se resume à mera construção de páginas na web. É um processo colaborativo entre cliente e desenvolvedor, uma jornada em busca do "caminho" que solucionará os problemas e alcançará os objetivos do cliente. O ponto de partida é a definição clara do objetivo do site. O que o cliente deseja alcançar? Aumentar as vendas? Divulgar sua marca? Atrair novos clientes? Com o objetivo em mente, o desenvolvedor traça o mapa da jornada, definindo as ferramentas e estratégias mais adequadas para cada etapa. Embora o desenvolvedor seja o especialista em tecnologia, o cliente é o detentor da chave para o sucesso do projeto. Ele conhece seu público, seus problemas e suas necessidades. O papel do desenvolvedor é escutar atentamente, fazer as perguntas certas e extrair do cliente as informações que guiarão a criação do "caminho" ideal. o desenvolvedor utiliza uma série de métodos:

* Pesquisa: Investigar o mercado, o público-alvo e a concorrência para entender as necessidades e expectativas do cliente.
* Análise: Avaliar as características e funcionalidades que o site precisa ter para al-cançar seus objetivos.
* Planejamento: Definir a estrutura do site, o design, a linguagem de programação e as ferramentas que serão utilizadas.
* Trabalho em equipe: Colaborar com o cliente e outros profissionais, como designers e redatores, para garantir um resultado final impecável.

Ao longo da jornada, a comunicação é fundamental. O desenvolvedor deve manter o cliente atualizado sobre o andamento do projeto, apresentar propostas e soluções, e buscar feedback constante para garantir que o "caminho" esteja sendo construído de acordo com suas expectativas. Ao final da jornada, o cliente terá um site que não apenas atende às suas necessidades, mas que também o ajuda a alcançar seus objetivos. Um site com propósito, que gera resultados e contribui para o sucesso do seu negócio. A criação de um site é uma parceria entre cliente e desenvolvedor. Trabalhando juntos, com foco no objetivo final e utilizando métodos eficazes

# 4 REFERENCIAL TEÓRICO

**FALTA FAZER DE TODAS AS LINGUAGENS**

# 5 DOCUMENTAÇÃO do projeto

**FALTA FAZER**

**DESCRIÇÃO**

**CICLO DE VIDA DE SISTEMA**

## 5.1 Requisitos

**FALTA FAZER**

**DESCRIÇÃO**

## 5.1.1 Requisitos funcionais

**TABELAS**

### **5.1.2 Requisitos não funcionais**

**TABELAS**

Fonte: O autor, 2022

## Diagrama de Contexto

**FALTA FAZER**

**DESCRIÇÃO**

**DIAGRAMA**

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Fluxo de dados

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Entidade e relacionamento

**Fonte: O autor, 2022**

## Dicionário de Dados

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Caso de Uso

**Fonte: O autor, 2022**

DIAGRAMA 02

**Fonte: O autor, 2022**

### Cadastrar

### Logar

### Cadastro de funcionário/profissional

### Consultar profissionais

### Agendamento

## Diagrama de Classe

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Sequência

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Atividade

**Fonte: O autor, 2022**

# Telas

# Conclusão

# REFERÊNCIAS

AULER, Décio; DELIZOICOV, Demétrio. Ciência-Tecnologia-Sociedade: relações estabelecidas por professores de ciências. Revista electrónica de enseñanza de las ciencias, v. 5, n. 2, p. 337-355, 2006.

García, J. L. et al. (1996). Ciencia, Tecnología y Sociedad: Uma Introducción al Estudio Social de la Ciencia y la Tecnología. Madrid: TECNOS.

OPENAI. Gemini: A Large Language Model for Conversational AI. arXiv preprint arXiv:2405.07249, 2024.

1. Especialista em Educação Permanente: Saúde e educação pela FioCruz – Fundação Osvaldo Cruz. Especialista em tecnologias da Informação pela UNIVEL – União Educacional de Cascavel. Pedagoga formada pela UNIPAR – Universidade Paranaense. Professora do núcleo técnico do Estado do Paraná – Ensino médio técnico.

   2 [↑](#footnote-ref-1)