



PROGRAMAÇÃO WEB

Festival de cinema de Gramado

Lucas Medeiros de Holanda e Mateus Santos e Silva

Prof. Carlos Henrique Veríssimo Pereira

ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA

Para a atividade semestral, minha dupla foi sorteada para construir um festival de cinema de Gramado. O ramo da nossa empresa é ligado ao entretenimento e a vendas de ingressos.

Ramo de atividade da empresa:

O ramo em que atuaremos será baseado na vontade de todo cinéfilo, basicamente estamos atuando no meio cinematográfico, tanto para atuantes da área quanto para admiradores do ramo. Produzimos festivais para que todos do nicho possam aproveitar, conhecer e apresentar seus trabalhos.

Contexto de mercado:

No contexto do mercado cinematográfico, o Festival de Cinema de Gramado desempenha um papel crucial como uma plataforma de lançamento e promoção para cineastas, produtores e atores emergentes, assim como para filmes independentes e de baixo orçamento. Através das competições de longas-metragens brasileiros, estrangeiros e latino-americanos, o festival oferece visibilidade e reconhecimento a obras que, de outra forma, poderiam não alcançar um público tão amplo.

O Festival de Cinema de Gramado atrai investidores, distribuidores, agentes e profissionais do setor cinematográfico, criando oportunidades de networking, negociação de contratos e financiamento para projetos futuros.

Cliente alvo:

Cineastas e profissionais do cinema, fãs de cinema, investidores e patrocinadores, turistas e estudantes acadêmicos.

Dor do Cliente (bônus):

Desenvolver uma programação detalhada de exhibições dos filmes selecionados é essencial para solucionar a dor do cliente no Festival de Cinema de Gramado. Ao distribuir as sessões ao longo do evento e fornecer informações claras sobre datas, horários e locais, os espectadores podem planejar sua participação com antecedência, evitando conflitos de horários e garantindo uma experiência mais organizada e satisfatória. Isso contribui para a diversidade cultural, promove a excelência cinematográfica.

ENTENDIMENTO DO PROBLEMA

Avaliando os aspectos positivos e a aceitação no mercado cinematográfico, qual é a principal dificuldade que a indústria enfrenta atualmente e que a plataforma visa em solucionar?

Implementar um sistema de venda de ingressos online e offline para as sessões do festival é uma necessidade fundamental para atender às demandas do público e garantir o sucesso do evento. Ao oferecer essa facilidade, o festival pode melhorar significativamente a experiência de compra dos espectadores, permitindo que eles adquiram ingressos com antecedência e reservem seus lugares nas exibições desejadas.

Essa iniciativa não só proporciona conveniência aos participantes, mas também contribui para a gestão eficiente do evento, permitindo um controle mais preciso da capacidade de cada sessão e facilitando o planejamento logístico. Além disso, ao disponibilizar opções de compra tanto online quanto offline, o festival amplia seu alcance, atingindo diferentes perfis de público, incluindo aqueles que preferem comprar ingressos pessoalmente ou que têm dificuldades de acesso à internet.

A implementação desse sistema também abre oportunidades para estratégias de marketing mais eficazes, como promoções antecipadas, venda de pacotes especiais e campanhas direcionadas a públicos específicos. Isso pode resultar em um aumento nas vendas de ingressos e na fidelização dos espectadores, contribuindo para a sustentabilidade financeira do festival a longo prazo.

ESTRATÉGIA DE ATUAÇÃO

Pensamos primeiro em usar JFrame junto com HTML para criar uma interface funcional para que o cliente não fique perdido e possa selecionar a aba que quiser sobre derivados assuntos relacionados ao tema.

Para a gestão de tempo teremos que criar uma matriz e adicionar tópicos para assuntos importantes, não importantes, urgente e não urgentes. Desta forma teremos um controle maior sobre as principais atividades do projeto.

MACRO-CRONOGRAMA

Considerando os trabalhos a serem realizados em prazo de dezoito semanas, um macro cronograma é necessário, levando em conta início e o término do semestre.

Semana 1-3 – Início (mês de fevereiro)

Semana 1: Primeiro contato com o projeto

Semana 2: Começo das ideias sobre a plataforma e início para documentação

Semana 3: Requisitos para a plataforma e entrega da documentação

Semana 4-5: Desenvolvimento Inicial

Semana 4: Desenvolvimento do Back - end

Semana 5: Desenvolvimento Inicial do Front - end

Semana 5: união de Back com Front - end

Semana 6-8: melhorias e correções

Semana 6: melhorias do Back - end

Semana 7: melhorias de Front - end

Semana 8: correção das melhorias

Semana 9-13: testes e início da revisão

Semana 9 e 10: testes do Back e Front - end

Semana 11 e 12: Correção sobre ambos os setores

Semana 13: revisão e testes

Semana 14-15: Revisão e Preparação para Entrega

Semana 14: Análise do código

Semana 15: testes finais e fechando o documento final

Semana 16-18: Fechamento

Semana 16: Fechamento de atividades e ambiente

Semana 17: Fechamento de Planejamento

Semana 18: Fechamento geral

