**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 INFORMÁTICA**

**ANA BEATRIZ PEREIRA DE OLIVEIRA**

**ANGELICA STAICHOKI DOS PASSOS**

**STAICHOKI MODA FEMININA**

**CASCAVEL - PR**

**2024**

**ANA BEATRIZ PEREIRA DE OLIVEIRA**

**ANGELICA STAICHOKI DOS PASSOS**

**STAICHOKI MODA FEMININA**

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. ALESSANDRA M. UHL 2

**CASCAVEL - PR**

**2024**

**ANA BEATRIZ PEREIRA DE OLIVEIRA**

**ANGELICA STAICHOKI DOS PASSOS**

**STAICHOKI MODA FEMININA**

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.,26 de ABRIL de 2024

**COMISSÃO EXAMINADOR**

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª. Aparecida da S. Ferreira1  Especialista em Tecnologia da Informação  *Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel*  Orientadora | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª ALESSANDRA MARIA UHL  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

A construção loja online de roupas femininas e o objetivo do nosso site, e deixar as mulheres da nossa sociedade mais bonitas e elegantes, prontas para qualquer ocasião.

Discute-se nesse trabalho como as roupas expressam o [[2]](#footnote-2)SELF corporal das mulheres, através de pistas culturais e históricas de como a feminilidade pode ser entendida. A moda pode servir como aliada das mulheres na sua busca de espaço no meio da cultura, no mundo do trabalho e para reconhecimento como ser humano. No entanto, a moda pode, também, constituir-se em obstáculo à expressão igualitária, limitando as possibilidades de agilidade física e/ou integração no meio social. O vestir, então, deve ser entendido não como forma de proteção do corpo, mas como veículo ideológico tanto da atração sexual, quanto da construção da feminilidade historicamente determinada. (MARLENE NEVES STREY,2000).

Quando o consumidor decide comprar uma roupa, ele não está apenas comprando alguns pedaços de pano bem costurados. Ele está comprando status, criando reflexo no outro. Está comprando também toda a representação imagética de grupo que a vestimenta representa.

"Vender um produto, antes de mais nada, é trabalhar para que o possível comprador crie imagens interiores à simples menção do nome do produto".(monteiro, 1997).

Em nossas roupas, buscamos a simbologia da sociedade moderna, no mundo de hoje, as mudanças são rápidas, a nossa loja busca sempre estar conectada com a atualidade. A Compra, é o caminho que o cliente percorre para adquirir a seu produto. A Internet abriu novas possibilidades para as empresas. Com isso, as compras online conseguem ter proporções muito mais elevadas em relação ao consumo presencial. Além dos [e-commerces](https://agenciaplatz.com.br/servicos/web-design/) e da venda através de plataformas de pedidos, as redes sociais tem grande força nas vendas atuais. Aliás, já é possível vender através de mídias como Facebook e Instagram, que estão entre as preferidas dos brasileiros. Inegavelmente, os novos canais de comunicação trazem muitos benefícios, pois aproximam consumidor e a marca e divulgando produtos e serviços até mesmo em tempo real. Do mesmo modo, ajudam a entender a conduta dos clientes, através de suas interações e dados disponíveis na rede. Sem dúvidas, as compras online oferecem inúmeras vantagens tanto para os clientes quando para as empresas. Mas entre as principais podemos destacar:

* Atendimento ágil e personalizado;
* Segmentação do público;
* Alto nível de dados dos produtos e serviços;
* Disseminação de promoções e novidades;
* Facilidade no pagamento e cupons de desconto;
* Conforto e comodidade para comprar e receber mercadorias.

A[estrutura de um e-commerce](https://agenciaplatz.com.br/blog/e-commerce-na-pratica-10-passos-para-comecar-a-trabalhar-com-comercio-eletronico/) conta com a exposição de produtos, venda, pagamento e entrega dos itens. Mas no meio de tudo isso existem processos de marketing, atendimento, logística e pós-vendas.

Há lojas eletrônicas que vendem para o consumidor final, para empresas ou até mesmo os famosos Marketplaces, que são uma espécie de shopping virtual. (KLUMPP, 2024).

## Apresentação do Problema

A construção de um site usando linguagens de programação e banco de dados.

# 2 OBJETIVOS

Construir um site para facilitar a vida do cliente e trazer mais modernidade a sociedade. Nossa empresa online tem como representação:

* Buscar sempre as roupas da atualidade;
* Trazer facilidade para o cliente;
* Criação de um site bonito e funcional, etc…;

# 3 METODOLOGIA

Santos (2012), no contexto científico, o método científico assume um papel crucial, servindo como uma bússola que guia os exploradores do conhecimento em sua jornada de descobertas. Através de um conjunto de etapas cuidadosamente definidas, Santos (2012), acrescenta ainda, que os cientistas:

1. Observam com atenção: O ponto de partida é a observação meticulosa dos fatos e fenômenos que se desejam compreender. É como um detetive examinando a cena de um crime, buscando pistas e indícios que o levem à verdade.

2. Formulam hipóteses: A partir das observações, surgem as hipóteses, possíveis explicações para os fatos observados. São como pontes que conectam o mundo real ao mundo das ideias, abrindo caminho para a investigação.

3. Testam as hipóteses: Através de experimentos rigorosos e cuidadosamente planejados, as hipóteses são testadas e confrontadas com a realidade. É como colocar as ideias à prova, buscando confirmar ou refutar sua validade.

4. Analisam os resultados: Os dados coletados nos experimentos são cuidadosamente analisados, buscando identificar padrões e relações que contribuam para a compreensão do problema em questão.

5. Interpretam os resultados: Com base na análise dos dados, os cientistas interpretam os resultados, construindo um significado para as informações coletadas. É como montar um quebra-cabeça, juntando as peças para revelar a imagem completa.

6. Comunicam os resultados: As descobertas científicas são então compartilhadas com a comunidade através de artigos, apresentações e outras formas de comunicação. É como abrir as portas do conhecimento para o mundo, permitindo que outros explorem e construam sobre as bases já existentes.

Pesquisa Bibliográfica: quando elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na Internet.

A pesquisa científica é uma aventura empolgante, um processo meticuloso que nos leva à descoberta de novos conhecimentos. No entanto, antes de iniciarmos essa jornada, é preciso preparar o terreno, reunindo os documentos, instrumentos e materiais que nos guiarão pelo caminho. (GEMINI,2014)

Para Rodrigues(2007), quando o trabalho exige que o local onde aconteceu ou acontece o fenômeno seja investigado. Podem ser feitas também entrevistas, testes de todo o ambiente. Entrevista: é um diálogo entre duas ou mais pessoas: entrevistador (es) e entrevistado (s). O principal objetivo é extrair declarações e informações sobre determinado assunto. As entrevistas são muito utilizadas pelos jornais, sites, revistas, rádios e tvs com o intuito de passar um conhecimento para a população. Além de jornalística, existe também a entrevista de emprego, social, psicológica, entre outras.

Levantamento das necessidades: é um conjunto de ações e estratégias que auxiliam na identificação de oportunidades para treinar e desenvolver as equipes de uma empresa.

# 4 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico, também conhecido como fundamentação teórica, marco teórico ou revisão de literatura, é um dos pilares de qualquer trabalho científico, seja ele um artigo, uma monografia, uma dissertação ou uma tese. Ele consiste em um conjunto de conhecimentos e teorias já existentes sobre o tema da pesquisa, que servem para embasar e dar sustentação ao estudo. O referencial teórico possui diversas funções importantes para o desenvolvimento de um trabalho científico:

* Fornece embasamento teórico para a pesquisa: Ao apresentar as teorias e autores que já trabalharam com o tema, o referencial teórico demonstra que o estudo não está sendo feito do zero e que se baseia em conhecimentos já consolidados na área.
* Orienta a pesquisa: O referencial teórico ajuda o pesquisador a definir o problema de pesquisa, a formular hipóteses e a escolher os métodos de pesquisa mais adequados.
* Permite a comparação com outros estudos: Ao apresentar o estado da arte sobre o tema, o referencial teórico permite que o pesquisador compare seus resultados com os de outros estudos e identifique as principais diferenças e similaridades.
* Aumenta a credibilidade do trabalho: Um referencial teórico bem elaborado demonstra que o pesquisador tem domínio do tema e que a pesquisa foi realizada de forma rigorosa.
* Contribui para a produção de conhecimento científico: Ao apresentar novas perspectivas e interpretações sobre o tema, o referencial teórico contribui para o avanço do conhecimento científico na área.

Faça um levantamento bibliográfico abrangente: Consulte diversas fontes de informação, como livros, artigos científicos, dissertações e teses.

Selecione fontes de informação confiáveis: Dê preferência a fontes publicadas em periódicos renomados e por autores com expertise na área.

Faça uma análise crítica das fontes de informação: Identifique os pontos fortes e fracos de cada fonte e avalie a sua relevância para a pesquisa.

Organize o texto de forma clara e lógica: Utilize tópicos e subtópicos para facilitar a leitura e a compreensão do texto.

Faça a citação das fontes de informação de acordo com as normas da ABNT.

Exemplos de Fontes de Informação para o Referencial Teórico

Livros: Procure por livros publicados por autores renomados na área do seu tema de

**FALTA AS LINGUAGENS USADAS**

# 5 DOCUMENTAÇÃO do projeto

## 5.1 Requisitos

## 5.1.1 Requisitos funcionais

### **5.1.2 Requisitos não funcionais**

Fonte: O autor, 2022

## Diagrama de Contexto

**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

Gazzaniga, M. S., & Heatherton, T. F. (2003). Psychological science: Mind, brain, and behavior. (No Title).

GOOGLE AI. Gemini: A new approach to large language models. Google AI, 2023. Available at: https://blog.google/technology/ai/google-gemini-ai/. ACESSO EM: 16/03/2024.

KLUMPP, Adriano. Compras online: entenda a história e a mudança do comportamento de consumo: revista eletrônica platz marketing intelligence. Revista eletrônica PLATZ marketing intelligence. 2024. Grupo Beatz. Disponível em: https://agenciaplatz.com.br/blog/compras-online-entenda-a-historia-e-a-mudanca-do-comportamento-de-consumo/. Acesso em: 28 fev. 2024.

MONTEIRO, Gilson. A metalinguagem das roupas. Artigo publicado na Biblioteca online de Ciências da Comunicação, 1997.

Rodrigues, W. C. (2007). Metodologia científica. Faetec/IST. Paracambi, 2.

SANTOS, João Almeida; PARRA FILHO, Domingos. Metodologia científica. 2012.

STREY, M. N. (2000). Mulheres e moda: a feminilidade comunicada através das roupas. Revista Famecos, 7(13), 148-154.

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)
2. SELF- Em uma definição sucinta, self inclui um corpo físico, processos de pensamento e uma experiência consciente de que alguém é único e se diferencia dos outros, o que envolve a representação mental de experiências pessoais (Gazzaniga & Heatherton, 2003). [↑](#footnote-ref-2)