**COLÉGIO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PEDRO BOARETTO NETO**

**CURSO TÉCNICO EM INFORMÁTICA**

**FELIPP AUGUSTO RODRIGUES PIRAN**

**ASSEMBLY TECH**

**CASCAVEL - PR**

**2023**

**Felipp Augusto Rodrigues Piran**

**Assembly Tech**

Projeto de Desenvolvimento de Software

do Curso Técnico em Informática do

Colégio Estadual de Educação

Profissional Pedro Boaretto Neto –

Cascavel, Paraná.

Orientadores: Profª Aparecida S.Ferreira1

Prof. Reinaldo C. da Silva2

Prof. Célia K.Cabral3

**Cascavel - PR**

**2023**

1Especialista 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.

2Especialização em Educação Profissional Tecnológica. Faculdade Origenes Lessa, FACOL, Brasil. Especialização em

Tecnologias e Educação a Distância. Faculdade Origenes Lessa, FACOL, Brasil.Especialização em MBA em Data Warehouse

e Business Inteligence.UNYLEYA EDITORA E CURSOS S/A, Unyleya, Brasil. Graduação em Programa Especial de Formação

Pedagógica - Docência em Informática. Faculdade de Administração, Ciências, Educação e Letras, FACEL, Brasil. Graduação

em Gestão da Tecnologia da Informação.Universidade Estácio de Sá, UNESA, Brasil.

3Graduação em Sistemas Distribuidos para Internet JAVA.Universidade Federal do Paraná, UTFPR, Brasil. Graduação em

Tecnologo em Processamento de Dados. União Educacional de Cascavel, UNIVEL, Brasil.

**Felipp Augusto Rodrigues Piran**

**Assembly Tech**

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 | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Prof. Reinaldo  Web Design |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª. Célia Kouth Cabral  Pós-graduada em Sistemas Distribuídos JAVA.  Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR  Banco de dados | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª Ana Cristina Santana  Especialista em Gestão e Docência no ensino superior, médio e técnico.  Coordenadora de curso |

**INTRODUÇÃO**

Meu site terá como objetivo, vender peças de hardwares para computador tendo duas opções para o usuário. A primeira opção é comprar as peças livremente dentro do site e passar pelos processos normais de compra de um e-commerce. A segunda opção é ajudar o usuário a escolher as peças de um computador completo, auxiliando o usuário com filtros para não haver incompatibilidade entre o hardware na hora da escolha, já que atualmente temos diversos tipos de plataformas e muitas vezes nos deparamos com compras feitas pelos clientes e quando chegam em casa, os componentes do computador acabam não encaixando ou tendo quedas de performance por falta de compatibilidade. Por exemplo, quando for começar a escolher as peças do computador, começará escolhendo o processador, após isso, será liberado a escolha da placa-mãe e assim por diante, até escolher todas as peças necessárias. Lembrando que, quando o usuário escolher, terá a marca de processador Intel e Amd e dependendo de qualquer uma das escolhas, o filtro irá deixar aparecendo apenas os hardwares que encaixam com a marca escolhida. Após essa escolha, seja escolhendo as peças ou montando inteiro o computador, quando finalizado as compras, os produtos irão para o carrinho e quando finalizado o carrinho, caso não tenha alguma conta logada no site, será redirecionado para o login ou cadastro antes da continuação da compra. Feito o login ou o cadastro, pedirá o CEP, a escolha de um frete e quando clicado em finalizar, será redirecionado para a página de pagamento juntamente com o valor a ser pago.

O marketing digital vem para facilitar a vida das pessoas. Em pouco tempo se faz a divulgação e se estabelecem contatos e isso até com um gasto menor, pois basta ter acesso à internet e saber divulgar o produto. O consumidor, por sua vez, terá também uma maior facilidade para dar sua opinião sobre o produto, fazer comparações e compartilhar seu conteúdo. O que passa a ocorrer, então, é uma interação maior e plena entre o consumidor e o proprietário. O consumidor terá mais facilidade para escolher e comprar; a vida de muitos que têm pouco tempo para sair e pesquisar diversos produtos ficará facilitada; de casa mesmo o consumidor fechará negócio. E não será mais necessário estar conectado ao computador para poder ver as informações. Através de celulares móveis já será possível ter todo o acesso necessário. Para uma empresa implementar o marketing na internet, necessita antes de tudo identificar o público-alvo, isto é, utilizadores da internet. A estratégia de marketing na internet deve estar em consonância com a estratégia de marketing definida na empresa. (CINTRA,2010).

A web traz muitos benefícios para consumidores e para as empresas que desejam divulgar os produtos e marcas de um modo mais rápido e ágil. A comunicação é feita em questão de segundos, informação não se desatualiza mais. Mas a partir daí surgem algumas dúvidas: embora rápida e ágil e traga informações em segundos, será a melhor maneira de relacionamento entre cliente e empresa? Por ser um meio muito rápido, perde-se um pouco do relacionamento social presente. As pessoas, acostumadas com notícias, informações e compras através de internet, estão se perdendo um pouco, estão perdendo o contato com o outro. Pode-se pensar também que com toda a tecnologia que vem surgindo as pessoas terão mais tempo para a família, para o lazer e para os amigos, pois em meros minutos estão com a “vida” resolvida. Há vantagens e desvantagens no uso da internet, mas é vital que cada usuário se policie, que use seus recursos somente o necessário e quando conveniente, para que assim possa ter uma vida social normal. A proposta deste artigo é fornecer aos profissionais de marketing uma visão geral da internet e dos serviços on-line oferecidos, para que possam perceber as oportunidades e as dificuldades que as novas mídias e redes sociais venham apresentar no decorrer do tempo. Pretende-se mostrar o lado real, sem ilusão, do que realmente é oferecido e como funcionam as mídias e as redes sociais citadas, ressaltando as vantagens e desvantagens que esse tipo de serviço oferece aos interessados. Deseja-se que ao final da leitura tenha-se conseguido incentivar o novo consumidor a usar os serviços on-line e a participar de redes sociais, aumentando os ciclos de amizade e profissional, facilitando a produtividade no trabalho e no desenvolvimento de novas técnicas e novas pesquisas relacionadas ao marketing digital.

A tecnologia aproxima pessoas e empresas, possibilita conhecimentos com apenas um clique do mouse, torna possível conhecer o mundo em questão de segundos. Muitas empresas brasileiras já perceberam e vêm investindo cada dia mais em serviços e produtos que estão dentro da rede, na web. A venda e o relacionamento com clientes são enormes; através dos serviços on-line o contato fica mais fácil, aproxima o consumidor da oferta, pode ocorrer através de sites, e-mail; o que importa é estar conectado e manter sempre um canal direto com o cliente. O investimento é pequeno, frente a grandes possibilidades de negócios que surgem com o decorrer do tempo. E é importante que a empresa mantenha sempre seu site atualizado. A inovação é necessária, pois os usuários gostam de abrir o site e ver novos produtos. (CINTRA,2010).

**APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA**

Um grande problema na hora de escolher peças de computador é saber quais peças possuem compatibilidade tanto fisicamente, tanto logicamente, pois temos diversas versões de hardware e muitas vezes acaba gerando muita confusão na hora de montar um computador completo.

Podemos citar diversos tipos de incompatibilidade como o processador encaixando no socket da placa mãe, tipo de tecnologia de memória RAM que encaixa na placa mãe, qual fonte escolher para meu sistema e entre outros.

Sendo assim, decidi criar uma outra opção além de apenas escolher livremente as peças dentro do site, uma opção que acaba ajudando o cliente na hora das escolhas das peças, filtrando quais peças serão compatíveis entre elas. Esse filtro partirá da escolha entre as marcas de processadores Intel ou Amd, e quando for escolhido uma das duas, o cliente será redirecionado para outra página com componentes compatíveis com a marca escolhida, começando pela escolha do processador, depois a placa mãe, placa de vídeo, SSD/HDD e assim por diante.

**OBJETIVOS**

O site tem a proposta de ser um e-commerce de tecnologia onde os usuários podem comprar produtos de tecnologia e também temos a uma parte do site que auxilia o usuário a escolher componentes de hardware corretamente, para não haver complicações na hora de montar um computador.

Dentro do site, teremos também o tema claro e escuro para a diversificação do conforto ocular de cada tipo de pessoa. Assim, alcançando um maior número de indivíduos.

Na navegação pelo website, terá facilidade com a navegação e interatividade pelas páginas, onde não ficará amostra diversas informações que podem acabar confundindo o usuário na hora da navegação pelo website.

**METODOLOGIA**

A metodologia científica é o conjunto de procedimentos que faz uma investigação, coletando dados e usando eles para uma pesquisa científica e autêntica. O objetivo disso é ajudar na pesquisa a encontrar e solucionar o problema de forma sistemática, sendo assim, passando por várias etapas até chegar no produto final.

Usando a metodologia comparativa, temos ao nosso dispor, o uso de um método comparativo que consiste em fazer mais de um objeto de estudo, para fins de análise de suas semelhanças e diferenças. No caso, objetos de estudo do mesmo contexto. Tendo portanto, dados mais concretos, analisando suas semelhanças e verificando suas divergências.

A modelagem de dados, consiste em uma criação de um modelo mais simplificado da projeção dos problemas verificados pela pesquisa. Com ele, podemos vislumbrar um direcionamento mais nítido e suas características principais, facilitando no entendimento do próprio projeto, e sendo assim evitando erros de projeção, programação e funcionamento. Para isso, devemos na hora do desenvolvimento da modelagem, coletar e usar o máximo de informações detalhadamente para a facilitação da resolução dos problemas apresentados.

**REFERENCIAL TEÓRICO**

HTML (acrônimo para Hypertext Markup Language) - Linguagem de Marcação de Hipertexto. O HTML é uma linguagem de desenvolvimento web. Com ela, é permitido a construção de websites e inserção de conteúdos dentro do web browser (navegador), como por exemplo, imagens, vídeos e áudios, utlizando-se dos hipertextos. O web browser é o responsável por compilar esses hipertextos e estruturar eles, construindo assim, as páginas com as interações para o usuário. Como citado antes, o HTML é uma linguagem de desenvolvimento web que trabalha com tags, que nada mais são que comandos que cria estruturas e adiciona semântica as informações, além de fazer a hierarquização delas e dar significado a cada parte do conteúdo para o navegador, dividindo em seções os dados colocados. Atualmente estamos no HTML5 que é a quinta e ultima versão da linguagem. A evolução dela desde a última inclui recursos adicionais à linguagem, novas formas de adicionar áudio e vídeo e atualizações relacionadas aos comandos.

CSS (acrônimo para Cascading Style Sheets) - Folha de Estilo Em Cascatas. O CSS é amplamente usado juntamente com o HTML ou XHTML para fazer a estilização dos componentes descritos na linguagem de marcação de hipertexto. Essa linguagem foi desenvolvida para fazer a complementação do HTML, já que as tags usadas, não possuíam formatação e estilização na página. Seu principal benefício é prover a separação entre o formatado e o conteúdo de um documento. Para saber mais sobre o conteúdo, acesse e leia o livro (Criação de sites com o CSS).

JAVASCRIPT é uma linguagem de programação de alto nível que permite interpretar itens complexos dentro das páginas web, possibilitando animações e atualizações constantes dos objetos. Com o JavaScript, conseguimos manipular diversos itens das páginas web (como botões, criar animações, manipular dados entre os objetos) e assim deixar as páginas mais dinâmicas, interativas e com uma melhor aparência para o usuário final.

XAMPP (acrônimo para X-os, Apache, MariaDB, PHP e Perl). É um pacote que contém diversos serviços de servidores com o código aberto. Com ele, é possível fazer o gerenciamento de uma aplicação web usando as linguagens suportadas mais um banco de dados.

MYSQL é um servidor e gerenciador de banco de dados (SGBD) relacional, segundo diz André Milani (2007). Ele é um dos mais populares servidores de banco de dados mais populares que existe, por possuir um sistema de gerenciamento e comandos padronizados dentro dos bancos de dados. Juntamente com ele, temos o SQL que é a linguagem de banco de dados, uma linguagem padronizada usada para criar comandos que armazenem e manipulem dados.

VISUAL STUDIO CODE é um editor de código contendo as demais diversas linguagens de programação. Ele é usado para adicionar e criar códigos e estruturas com base na linguagem usada, contendo ferramentas e extensões que ajudam a programar.

PHP (Acrônimo recursivo para Hypertext Preprocessor) - Pré-Processador de Hipertexto. É uma linguagem de programação usada na parte do back-end para a conexão do site com o banco de dados, assim, fazendo a manipulação da entrada e saída de dados. A linguagem no PHP não é interpretada no lado do browser, mas sim do lado do servidor, gerando assim as páginas dinâmicas da web.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

JOBSTRAIBIZER, Flávia. **Criação de sites com o CSS**. Universo dos Livros Editora, 2009.

MILANI, André. **MySQL-guia do programador**. Novatec Editora, 2007.

CINTRA, Flávia Cristina. Marketing Digital: a era da tecnologia on-line. Investigação, v. 10, n. 1, 2010.

DA SILVA DIAS, Juan Pablo; HEMAIS, Marcus Wilcox. Consumidores de baixa renda e compras on-line: Receios em consumir pela internet. REGE-Revista de Gestão, v. 22, n. 1, p. 115-132,

MESTRINER, Fabio. A nova fronteira da embalagem. São Paulo: ESPM, 2020.2015.