

**CENTRO PAULA SOUZA  
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE JAHU  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**

**CAIO HENRIQUE FERNANDES**

**MURAL  
Plataforma Web de Anúncios e Comunicados**

**Jahu, SP  
2º semestre/2015**

**CAIO HENRIQUE FERNANDES**

**MURAL**

**Plataforma Web de Anúncios e Comunicados**

Monografia apresentado como exigência para conclusão do curso de Graduação em Gestão da Tecnologia da Informação pela Faculdade de Tecnologia de Jahu – FATEC – JAHU, sob orientação do Prof. Sérgio Castro

**Jahu, SP**  
**2º semestre/2015**

Dedico este trabalho as pessoas que sempre estiveram presentes. Aos meus professores, amigos e principalmente minha família que me apoiou durante todos os anos até a conclusão do curso.

## RESUMO

Criar um portal de comunicado ao âmbito universitário, tendo em vista que muitos anúncios importantes para os alunos não são vistos com clareza e muitos anúncios feitos pelos mesmos também não são vistos sem o uso de redes sociais. Seria um “MURAL” de comunicados tanto da instituição quanto para os alunos da faculdade que terão uma ferramenta a mais para pesquisar sobre eventos e anúncios no meio universitário. Haverá uma interação entre usuário e aplicação por meio de um cadastro onde o usuário deverá se cadastrar para poder acessar a ferramenta, onde ele informará um e-mail válido para que possa receber newsletters a respeito de novas oportunidades postadas na plataforma.

**Palavras-Chave:** Plataforma, Anúncio, Comunicado

## ABSTRACT

Create a news portal to university level, given that many important announcements for students are not seen clearly and many announcements made by them also are not seen without the use of social networks. It would be a " Mural" releases of both the institution and to the college students who will have another tool to research events and announcements in the university environment. There will be an interaction between user and application by means of a register where the user must register in order to access the tool, where he will show a valid e- mail in order to receive newsletters about new opportunities posted on the platform.

**Keywords:** Plataform, Advertisement, News

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico	1 – Gráfico de Investimentos _____	pág.13
Quadro	1,2,3 – Quadros Evolução do Marketing _____	pág.15
Quadro	4 – Layout do Quadro de Anúncios _____	pág.22
Quadro	5 – CSS _____	pág.33
Quadro	6 – Quadro Exemplo de CSS _____	pág.33
Figura	1 – Interface Inicial _____	pág.34
Figura	2 – Interface Cadastro _____	pág.34
Figura	3 – Interface Inicial _____	pág.34
Figura	4 – Interface Acesso _____	pág.35
Figura	5 – Interface Principal _____	pág.36
Figura	6 – Bloco de Anúncio _____	pág.36
Figura	7 – Interface Perfil _____	pág.37
Figura	7 – Interface Deletar Conta _____	pág.37
Figura	8.1 – Interface Recuperar Senha _____	pág.38
Figura	8.2 – Interface Recuperar Senha _____	pág.38
Figura	8.3 – Interface Recuperar Senha _____	pág.39

## LISTA DE TABELAS

Tabela	1 – Estrutura de Custo_____	pág.25
Tabela	2 – Capitação de Receita _____	pág.25
Tabela	3 – Canvas _____	pág.26
Tabela	4 –Criação do Banco de Dados _____	pág.31
Tabela	5 – Linguagens de Programação_____	pág.32

## **LISTA DE SIGLAS**

PHP – Processador de Hipertexto (Traduzido)

HTML – Linguagem de Marcação de Hipertexto (Traduzido)

MySQL – Linguagem de Consulta Estruturada (Traduzido, Marca registrada)

CSS – Folhas de Estilo em Cascata (Traduzido)

RSS – Rich Site Summary / Really Simple Syndication

WAMP – Acrônimo de Windows, Apache e Mysql (Marca Registrada)

SGBD – Sistema de Gerenciamento de Banco de Dados

MyADMIN – Aplicativo desenvolvido em PHP (Marca Registrada)

WWW – World, Wide, Web (Rede mundial de Computadores)

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

INT – Abreviação de Inteiro

NOT\_NULL – Não Nulo (Traduzido)

DIV – Define um elemento tipo bloco em CSS



## **LISTA DE SÍMBOLOS**

@ - Arroba

(X) – Representa Marcação

% - Porcentagem

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	12
1.1 TEMA .....	12
1.2 PROBLEMATIZAÇÃO .....	12
1.3 OBJETIVOS .....	12
1.4 METODOLOGIA.....	12
1.5 JUSTIFICATIVA.....	12
2. REFERENCIAL TEÓRICO .....	13
2.1 MARKETING.....	13
2.1.1 Marketing Digital.....	13
2.1.2 Marketing 3.0.....	14
2.2 CLASSIFICADOS.....	16
2.3 ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS.....	16
2.4 Ad BLOCKS.....	17
2.5 PRODUTOS SIMILARES .....	17
2.5.1 Flipbord Revista Digital.....	18
2.6 RSS.....	19
3. APLICAÇÃO .....	20
3.1 FORMAS DE DIVULGAÇÃO.....	20
3.2 PROJETO MURAL.....	20
3.2.1 Funcionalidades Básicas .....	20
3.2.2 Blocos Informativos .....	21
4. MODELO DE NEGÓCIO .....	23
4.1 SEGMENTO DO CLIENTE .....	23
4.2 RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES.....	23
4.3 PROPOSTA DE VALOR.....	23
4.4 CANAIS.....	24
4.5 PRINCIPAIS ATIVIDADES .....	24
4.6 PRINCIPAIS RECURSOS .....	24
4.7 PRINCIPAIS PARCEIROS .....	25
4.8 ESTRUTURA DE CUSTO .....	25
4.9 CAPITAÇÃO DE RECEITA.....	25
4.10 QUADRO CANVAS MURAL.....	26
5. PROJETO MURAL.....	27
5.1 REQUISITOS NECESSÁRIOS .....	27
5.2 PHP.....	27
5.3 MYSQL.....	27
5.4 WAMP .....	27
5.5 AGREGADOR DE CONTEÚDO.....	28
6. RELACIONAMENTO DO BANCO DE DADOS .....	29
6.1 BANCO DE DADOS.....	29
6.2 ALTERAÇÕES NO BANCO DE DADOS .....	29
6.2.1 Alterações via Aplicação.....	29
6.2.2 Apagar Conta .....	29
7. DOCUMENTAÇÃO .....	30
7.1 RECURSOS E FERRAMENTAS.....	30
7.2 FERRAMENTAS DE DESENVOLVIMENTO .....	30
7.3 SERVIDOR LOCAL.....	30
7.4 CRIAÇÃO DO BANCO DE DADOS .....	31
7.5 DESENVOLVIMENTO HTML .....	31
7.6 DESENVOLVIMENTO PHP .....	32

7.7 LINGUAGENS UTILIZADAS EM CADA SCRIPT .....	32
7.8CSS.....	33
<b>8. INTERFACE DO PROJETO .....</b>	<b>34</b>
8.1 TELA INICIAL .....	34
8.2 CADASTRO .....	34
8.2.1 <b>Efetuando o Cadastro</b> .....	35
8.3 ACESSANDO A PLATAFORMA .....	35
8.4 TELA PRINCIPAL .....	36
8.5 ANÚNCIOS.....	36
8.6 AJUSTES DE PERFIL.....	37
8.7 DELETAR CONTA.....	37
8.8 RECUPERAR SENHA .....	38
<b>9. CONCLUSÃO .....</b>	<b>40</b>
REFERÊNCIAS .....	41

## 1. INTRODUÇÃO

Esse documento tem o intuito de registrar um método para solucionar um problema que a instituição Fatec-Jahu vem enfrentando, que é, atualização dos meios de comunicação estudantil. Veremos como isso afeta os alunos e como poderá auxiliar os professores em divulgar informações extraclasse. Quais os recursos necessários para tal projeto, qual as vantagens e de como poderá ser implantado. Como devemos lidar com as informações e anúncios voltados para os alunos e como a web poderá ser uma ferramenta útil na era das mídias sociais.

### 1.1 TEMA

À proposta de criação de um agregado informativo utilizando as técnicas atualizadas de publicidade e marketing. Utilizando de um portal de notícias aonde os usuários poderão encontrar anúncios, vagas de emprego, recados e oportunidades oferecidas pela instituição de ensino ou por terceiros. Basicamente é oferecer um caderno de classificados digital.

### 1.2 PROBLEMATIZAÇÃO

Nem todos os alunos da instituição tem interesse pelos comunicados ou anúncios nos murais espalhados pelo complexo educacional, isso é de fator primordial o método utilizado para comunicação, que se diz de passagem bem ultrapassado. Tendo em vista que temos ferramentas comunicativas mais eficientes para informar os alunos como redes sociais, porém ainda temos resistência por muitos docentes por esse método. Portanto, a criação de um portal onde esses comunicados seriam informados que agradem tanto a instituição quanto os docentes.

### 1.3 OBJETIVOS

Criar um agregado de comunicados e anúncios para o âmbito universitário, que seja usado tanto pelos alunos quanto pelos docentes. Que as informações sejam claras e objetivas e utilizando de técnicas modernas de publicidade e que sejam baseadas em outros portais já conceituados atualmente.

### 1.4 METODOLOGIA

O projeto será elaborado em 3 partes, a primeira sendo a etapa de levantamento bibliográfico para apresentar a proposta e o referencial teórico dos conceitos e quais as ferramentas serão utilizadas para possibilitar o desenvolvimento do mesmo.

Em sequência será apresentada a pesquisa referencial e didática para esclarecimento para a bancada avaliadora e por fim, na última etapa, será realizado uma apresentação com uma simulação de como deverá ser executada a ideia do projeto em campo.

### 1.5 JUSTIFICATIVA

Toda ferramenta utilizada fisicamente ou virtualmente tem como objetivo auxiliar e agilizar um processo executado pelo usuário, tendo em vista que encontramos dificuldades referente ao problema abordado anteriormente, ressaltando, a grande dificuldade em informar os alunos sobre os comunicados extraclasse dentro da

instituição de ensino. Com isso a elaboração de uma ferramenta mais eficaz poderá auxiliar nessa tarefa tendo mais sucesso do que o método utilizado atualmente pela instituição.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Esse capítulo tem como premissa identificar as técnicas necessárias para desenvolver uma plataforma que seja eficaz em visualização de comunicados e anúncios. Ter em mente que ter um espaço físico reservado na faculdade para tais objetivos tenham resultados efetivos na prática. Por isso será de grande valia identificar meios alternativos para tal tarefa para que não fique dependendo apenas do interesse dos alunos, mas que propague as informações que por vez ou outra não são bem divulgadas pela mídia impressa.

### 2.1 MARKETING

Em sua definição marketing utiliza-se de métodos elaborados de vendas, essa palavra de origem inglesa que significa “mercado” tem uma abordagem de como devemos tratar o produto oferecido seja ele físico ou um serviço. Cada empresa desenvolve uma política para seus produtos e serviços para que seus produtos sejam ofertados de uma maneira eficiente, em resumo o marketing utiliza-se de 4 conceitos básicos que são: Preço, distribuição, comunicação e produto, no entanto faremos uma abordagem no quesito comunicação por assim dizer, como devemos divulgar o produto ou serviço oferecido.

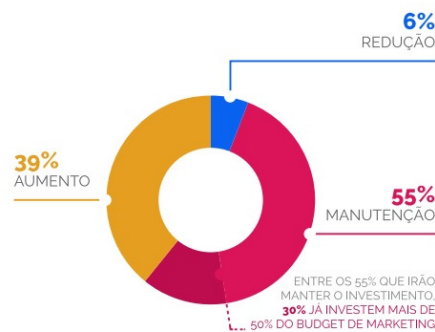
#### 2.1.1 Marketing Digital

Marketing Digital nada mais é que os métodos tradicionais de marketing aplicados nas mídias digitais, com ferramentas e técnicas utilizadas com mais rapidez do que as já utilizadas pelas mídias impressas. Um conceito bem simplificado é Torres que diz:

O marketing digital é o conjunto de estratégias de marketing e publicidade, aplicadas à Internet e ao novo comportamento do consumidor quando está navegando. Não se trata de uma ou outra ação, mas de um conjunto coerente e eficaz de ações que criam um contato permanente de sua empresa com seus clientes. O marketing digital faz com que seus clientes conheçam seu negócio, confiem nele, e tomem a decisão de comprar a seu favor. (Torres, 2010)

Fonte: <http://resultadosdigitais.com.br/blog/tendencias-de-marketing-digital-para-empresas-de-tecnologia/>

Uma pesquisa realizada entre os dias 11 e 17 de agosto de 2015 que traz dados sobre a conversão de **SaaS** (Software as a Service) se sobre o impacto do processo de marketing e do modelo de vendas nos resultados de cada empresa. O artigo mostra que todas as empresas entrevistadas, 70% afirmam que já utilizam Marketing de Conteúdo. Além de gerarem 5 vezes mais visitas que empresas que não possuem uma estratégia de Marketing de Conteúdo, elas também geram em média 6 vezes mais leads.



Fonte: <http://resultadosdigitais.com.br/blog/tendencias-de-marketing-digital-para-empresas-de-tecnologia/>

Outro fator importante que foi observado no artigo foi a quantidade de empresas que farão investimentos na parte de marketing digital os dados são de 96% das empresas entrevistadas farão ou manterão os investimentos.

Das mais de 600 empresas entrevistadas, 55% pretende manter o mesmo investimento e 39% têm planos de aumentar o orçamento em Marketing Digital em 2016. Das 55% de empresas que irão manter esse investimento, 30% já dedicam mais de 50% do budget em marketing no digital. (Farias, 2015)

### 2.1.2 Marketing 3.0

De acordo com Philip Kotler estamos em uma nova era do marketing:

Vivemos a era da participação e da sociedade criativa. Para as empresas, isso significa estar mais próximas de seus clientes, trabalhando de maneira unida com eles, pois os consumidores ajudarão as corporações a criarem seus novos produtos e iniciativas de marketing. É o conceito da “co-criação (Kotler, 2010)

Do ponto de vista de Philip Kotler, a geração de demanda está entrando em fase de simbiose com os clientes e as empresas com isso a tese é que devemos ter uma observação na cultura que envolve o produto para que assim podemos desenvolver uma estratégia de marketing mais eficaz. De acordo com Kotler, em uma reportagem da revista Exame publicada em 2010 o especialista diz que para ser um grande “marqueteiro”, o profissional da área necessita utilizar os dois lados do cérebro, isto é, unir a criatividade e a ciência no desenvolvimento de uma estratégia de marketing. Como afirmado Kotler diz:

A missão do marketing 3.0 nas empresas consiste em estabelecer um elo com o cliente, promover a sustentabilidade no planeta e melhorar a vida dos pobres. Se você criar um caso de amor com os seus clientes, eles próprios farão a sua publicidade. (Kotler, 2010)

Portanto, devemos sempre nos atualizar quando se diz respeito a marketing e publicidade, pois diferente de outras ciências exatas o marketing atingiu um aspecto sociocultural que não depende apenas de bons anunciantes ou de marketing agressivos. Podemos verificar abaixo de como o marketing foi tratado ao decorrer da história:

#### Quadro Evolutivo do Marketing

Fonte: KOTLER, Philip, 2010. Marketing 3.0

De acordo com Philip Kotler o profissional de Marketing deve identificar as necessidades e desejos dos consumidores para ser capaz de orientar as suas mentes, corações e espíritos. O conceito do **Marketing 3.0** é que devemos conviver com harmonia por isso as empresas devem adaptar seus produtos e serviços para que atendam a nova demanda.

Dentre esses aspectos devemos entender o conceito de classificados e como podemos otimizar os anúncios com as técnicas de marketing.

## 2.2 CLASSIFICADOS

Segundo definição do dicionário Aurélio: "Anúncio classificado é o anúncio (mensagem publicitária veiculada na mídia) de venda, troca. Publicado em seção específica de jornal e/ou revista". Uma das diversas ferramentas do marketing é os classificados uma estratégia não tanto direta de venda que se utiliza de uma breve descrição por vez ou outra utilizando de artifícios de imagens para atrair um comprador. Podemos encontrar esse tipo de técnicas principalmente nos cadernos de classificados das mídias impressas.

Historicamente os classificados remetem ao século 18 em conjunto com a revolução industrial inicialmente na Inglaterra cada classificado ou anúncio era colocado em cartazes usando suporte gráficos para publicar os produtos, posteriormente vieram outros meios de comunicações que expandiram o alcance dos anúncios como rádio, TV e internet.

## 2.3 ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

Basicamente um anúncio publicitário é um tipo de texto que tem em sua premissa persuadir o leitor, ou seja, incita um desejo que não seja natural naquele momento, porém isso possa florescer no leitor após leitura do anúncio. O resultado esperado pelo anúncio é convencer o receptor da mensagem que aquele produto ou serviço é necessário para ele no seu subconsciente e caso não seja, pelo menos faça com que o receptor reflita sobre essa necessidade de aquisição.

Os anúncios publicitários são uma ferramenta do marketing, um gerador de demanda, é o primeiro contato do consumidor antes mesmo de adquirir o produto ou serviço, com os anúncios o consumidor tem algumas informações que possam levá-lo a adquirir tal oferta, no entanto, temos alguns publicitários que utilizam de técnicas tão bem elaboradas que obtêm êxito na venda de produtos e serviços mesmo esses produtos ou serviços sendo de péssima qualidade ou utilizam de conceitos culturais para elaboração de preços foram do padrão de mercado pelo simples fator marca. Abaixo temos os principais conceitos dos anúncios publicitários:

**Título** – Geralmente é bastante criativo e atraente, baseado em um jogo de palavras carregadas de linguagem conotativa, justamente como o intento de atrair o consumidor.

**Imagens** – As mais inusitadas possíveis, dispostas de forma a chamar a atenção de acordo com as características do produto anunciado.

**Corpo do Texto** – Nesta parte é desenvolvida a ideia sugerida no título, com frases curtas, claras e objetivas, adequando o vocabulário aos interlocutores destinados.

**Identificação do Produto** – Funciona como uma “Assinatura” do anunciante. Ocorre também de aparecer o slogan junto à marca anunciada, para dar mais ênfase à comunicação. Certos slogans são de nosso conhecimento como Apple: “Se não é um iPhone, não é iPhone”.

Fonte: <http://brasilescola.uol.com.br/redacao/anuncio-publicitario.htm>



## 2.4 AD-BLOCKS

Hoje os portais estão enfrentando um grave problema com seus anunciantes isso refere-se à criação dos **Ad-Block** uma extensão de alguns navegadores que impedem que alguns anúncios em páginas da internet não sejam visualizados pelos usuários. De fato, o excessivo conteúdo de anúncios em páginas de portais ou domínios que tem uma quantidade de receita bem abaixo dos grandes portais de notícia e entretenimento causam grande desconforto para o público, no entanto, sem esses anúncios uma grande parte da receita desses sites estão sendo prejudicado pela adesão dos Ad-Block pelos usuários impedindo que sejam vistos.

Seu funcionamento basicamente é permite criar endereços genéricos para bloquear elementos normalmente usados para propagandas (imagens, plugins e iframes). Isso vem causando uma certa polêmica pelos órgãos regulamentadores pois acreditasse que com isso empresas estão realizando contribuições as empresas que desenvolvem essas extensões para os navegadores para que seus anúncios sejam liberados pelo Ad-Block, com isso entramos em um dilema onde vemos empresas com poder de pagamento tendo seus anúncios visto pelos usuários que utilizam ou não o Ad-Block e os anunciantes menores sem poder financeiro tendo seus anúncios bloqueados pela ferramenta.

É de senso comum que devesse ter um respeito maior com o usuário pois alguns sites estavam limitando a navegação do mesmo pela questão de propaganda excessiva, visto isso, desenvolvedores perceberam um problema enfrentado pela população em geral e desenvolveram uma ferramenta para auxiliar o usuário, contudo uma nova oportunidade para as agências de publicidades e empresas, possam elaborar campanhas menos agressivas de marketing virtual.

Uma reportagem do site hardware 12 de agosto de 2015 informou que as perdas possam atingir a faixa de 41 bi de dólares em material publicitário perdido pelo uso dos Ad-Block

Novos dados sobre esse assunto foram divulgados através de um relatório conduzido pela PageFair (uma startup irlandesa que desde 2012 vem lançando novas ideias para o campo da publicidade e combate contra o Ad block), e a Adobe, demonstrando que as perdas em 2015 para os anunciantes serão em torno de 21,8 bilhões de dólares, representando 14% do faturamento global neste segmento. Em 2016 as perspectivas não são nada animadoras, a PageFair acredita que as perdas estarão em torno de 41 bilhões de dólares. (Plaza, 2015)

Fonte: <http://www.hardware.com.br/noticias/2015-08/software-ad-blocks-provocam-grandes-perdas-na-industria-da-publicidade.html>

## 2.5 PRODUTOS SIMILARES

Até o momento nenhum site com as características citadas na introdução do projeto fora encontrado, no entanto, há alguns agregadores de conteúdo que utilizam do mesmo conceito em seu funcionamento como o site “Ocioso” e a ferramenta FlipBoard.

### 2.5.1 Flipboard Revista Digital

É um aplicativo para iOS, Android e Web que utiliza um algoritmo onde o usuário informa ao site suas principais preferências sobre notícias sejam elas esporte, finanças, lazer, gastronomia entre outras, onde o algoritmo monta de acordo com seu perfil e gosto de uma revista digital com as notícias dos principais portais da rede.

Imagine um caso onde temos um leitor que se interesse apenas por esportes, mas sendo que apenas uma pequena parte ou sessão daquele portal é dedicado para essa área, no Flipboard caso for de agrado do usuário, irá apenas mostrar links de esporte e nada além disso, a ferramenta fará um arranjo de notícias dos principais sites da internet, no entanto, mostrará apenas a sessão de esportes daquele portal e não todo seu conteúdo, reunindo em um tipo de revista digital com apenas notícias de esporte, resumindo, o usuário do FlipBoard monta sua própria revista digital tendo assim uma liberdade para informar-se de maneira que convém melhor.

O Flipboard pela questão de ser uma ferramenta e não um site em si no seu contexto não apresenta anúncios publicitários diretos, sendo que ao montar sua revista ele apenas fará um agregado de links com uma imagem e um breve resumo daquela notícia, caso o usuário queira ler todo o conteúdo terá que acessar o link com que fará que seja direcionado para o site da notícia.

O que os executivos do Flipboard vêm enfrentando é a dificuldade em aquisição de investidores e como aumentar a captação de ativos. A ferramenta após seu lançamento, como dito anteriormente, essa ferramenta não utiliza anúncios pois o algoritmo apenas monta as notícias como uma revista nos moldes impressos, sendo assim impedindo que os anunciantes consigam prever como desenvolver campanhas publicitárias para a plataforma, sendo que sua característica que difere dos outros agregadores de conteúdo é sua simplicidade e ausência de propaganda.

Fonte: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/05/aplicativo-flipboard-sera-lancado-para-dispositivos-android.html>

## 2.6 RSS

**RSS** é a sigla em inglês para Rich Summary ou Really Simple Syndication, ou seja, uma forma simplificada de apresentar o conteúdo de um site. Um RSS é feito na linguagem **XML** e geralmente exibe o grande volume de informações existente em uma página na internet de forma resumida.

Fonte: <https://www.ufmg.br/online/web/arquivos/003127.shtml>

Uma pessoa interessada em obter as notícias ou as novidades de um site deve incluir o link do feed deste em um programa ou serviço leitor de RSS (também chamado de *agregador*). Este software (ou serviço, se for um site) tem a função de ler o conteúdo dos feeds que indexa e mostrá-lo em sua interface (Alecrim, Emerson, 2011)

O intuito de utilizar o feeds de notícias é compartilhar o conteúdo de um determinado site em outros sites diferentes apenas com um clique, com isso, blogs, sites e portais como o Flipboard podem divulgar com agilidade sem a necessidade de edição.

A relevância para essa ferramenta ser utilizada é pela questão de haver vários leitores disponíveis gratuitamente na internet. Há aplicações para praticamente todos os sistemas operacionais, um exemplo é a possibilidade de alguns softwares de enviar os feeds via e-mail dando ao usuário o recurso de ser notificado sem a necessidade de acessar o domínio do site a cada momento para se informar.

Alguns sites como o “Ocioso” utiliza um recurso peculiar, esse site verifica com um algoritmo quais feeds foram mais compartilhados em um dia entre diversos sites, feito isso, o site gera uma grade desses feeds possibilitando o visitante, ter um único local, as notícias mais compartilhadas do dia, não que seja relevante o conteúdo dos feeds, toda via, é um recurso que possibilita que os usuários do site “Ocioso” não tenham a necessidade de visitar vários sites diferentes para procurar uma notícia que estaria em destaque sobre esporte ou entretenimento ou qualquer outro assunto.

### 3 APLICAÇÃO

Esse capítulo tem como objetivo descrever o cenário atual que se encontra a instituição de ensino Fatec-Jahu e de como a plataforma web “MURAL” que possibilitará o auxílio na divulgação das informações que hoje estão sendo divulgadas por mídia impressa.

#### 3.1 FORMAS DE DIVULGAÇÃO

Atualmente a faculdade utiliza de 3 meios de divulgação, website: [www.fatecjahu.edu.br](http://www.fatecjahu.edu.br) que possibilita ao aluno verificar algumas informações, porém nem todas, referente aos comunicados gerais da instituição. Conta com televisores nos corredores dos blocos das salas de aula, onde são projetados alguns comunicados via slides que por sinal em algumas ocasiões estão com informações desatualizadas e por última conta com os murais de comunicados que estão localizados nos corredores dos blocos de aula ao lado dos sanitários que estão colocados nesse local por motivos estratégicos pelo fato que alguns alunos quando ao se deslocam para ali podem aproveitar para se informar.

No entanto, o único método que possibilita os alunos ou professores de se informarem remotamente é o site da instituição, porém algumas das suas informações não são atualizadas regularmente e alguns comunicados que encontramos nos corredores ou nos informativos dos televisores não estão no site.

#### 3.2 PROJETO MURAL

Plataforma desenvolvida consiste em replicar os comunicados e anúncios que hoje são feitos via mídia impressa e digitalizados em um site em formato web. O site utilizou os conceitos de marketing e seu layout foi inspirado nos sites com propostas parecidas como o site “Ocioso” e a revista digital Flipboard.

##### 3.2.1 Funcionalidades Básicas

O site tem em sua funcionalidade principal digitalizar os anúncios e comunicados da Fatec-Jahu e disponibilizá-los em um formato atual e dinâmico.

Tela Inicial: Contém um breve comunicado da funcionalidade do site, no canto superior direito o usuário poderá encontrar um acesso de cadastro ou entrar.

**Cadastro:** Possibilita ao usuário após digitação de algumas informações necessárias como: Nome, Sobrenome, e-mail, senha e cidade local seu primeiro acesso ao site.

**Entrar:** Caso o usuário tenha efetuado o cadastro e suas informações sejam válidas o usuário poderá efetuar o login no site digitando seu e-mail e senha. No entanto, caso as informações não forem corretas o site direcionará para a página de cadastro.

**Cadastre-se:** Link visualizado no canto superior direito da página de login, caso o usuário não tenha ainda seu cadastro realizado.

**Recuperar Senha:** Permite que o usuário gere uma nova senha utilizando seu

e-mail já cadastrado. Essa nova senha será visualizada na tela do usuário para que ele possa utilizar no seu login.

**Página Home:** Nessa página o usuário terá acesso as informações de anúncios e comunicados que foram digitalizados para plataforma, as informações estão contidas em blocos de 3 em 3.

**Perfil:** Link localizado na página Home onde possibilita o usuário alterar algumas informações do seu cadastro como senha e cidade local.

**Sair:** Este link que está localizado na página Home possibilita o usuário realizar um log-off da sua conta.

**Início:** Localizado na parte superior direita da página Perfil que possibilita o usuário retornar para página Home

**Apagar-Conta:** Caso o usuário tenha necessidade de apagar sua conta esse link possibilitará tal recurso, tendo em mente que nenhuma informação pessoal será gravada no servidor após execução do mesmo.

### 3.2.2 Blocos informativos

Os blocos são alocados em 3 blocos por linha cada bloco informativo é composto por uma imagem, legenda e um breve resumo.

**Imagens:** As imagens são atrativas para os usuários, são compostas de fotos ou imagens retiradas da web que tenham relação com o anúncio ou comunicado.

**Legendas:** São o que diferenciam os anúncios uns dos outros é o tipo de comunicado exemplo: Estágios, Oportunidades, Moradia etc.

**Resumo:** São pequenas introduções referentes aos comunicados publicados, mas não representam todas as informações do anúncio.

**Leia mais...:** Ao clicar nessa opção, caso o comunicado seja de terceiros poderá ser direcionado para a notícia na íntegra ou para o site do respectivo anúncio. Exemplo do Layout dos Blocos:

## 4 MODELO DE NEGÓCIO

O Business Model Canvas, mais conhecido como Canvas, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes.

### 4.1 SEGMENTO DO CLIENTE

Para quem criamos o valor? Quais são nossos clientes mais importante? Pois bem, o intuito é solucionar um problema frequente entre os alunos e professores da instituição, portanto, o direcionamento da ferramenta será voltado em prol dos alunos e docentes que serão os maiores beneficiados ao implantar o projeto.

### 4.2 RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

Foi encontrado ao longo do projeto pontos chaves na identificação de como os docentes em sua totalidade pudessem informar aos seus alunos sejam eles de qual período estejam, as oportunidades ou vagas de emprego apenas pelo site da instituição ou pelos murais nos corredores da faculdade, tendo isso em vista, transportar as informações dos docentes para a ferramenta proposta de uma maneira mais dinâmica utilizada pelos alunos. Sendo assim haveria um responsável em transcrever caso necessário as informações para plataforma caso os docentes tenham eventual dificuldade em fazer por eles mesmos.

Já no caso dos alunos, haverá um moderador de conteúdo para que não haja postagem que causem desconforto no âmbito acadêmico gerenciando os anúncios e publicações, ressaltando que as postagens não serão realizadas pelos docentes ou alunos, apenas pelo moderador, portanto, será postado na plataforma anúncios que serão aprovadas pelo moderador em conjunto com autorização prévia de ambas as partes.

### 4.3 PROPOSTA DE VALOR

A proposta inicial é facilitar o acesso das informações fornecidas pela instituição de ensino ou pelos alunos e professores.

Em consequência das renovações em cada semestre de novos alunos adentrando na instituição e pelo fato de alguns alunos serem de outras localidades há uma grande necessidade de localizar moradias ou transportes que façam o deslocamento dos alunos até a faculdade. Com isso, para facilitar o acesso dessas informações uteis para os novos alunos e divulgar vagas de emprego ou cursos extracurriculares para novos e atuais alunos, a plataforma deverá agregar todas essas informações em um único site.

Com fácil navegação tendo em vista que os alunos interessados possam se informar sobre qualquer oportunidade de moradia, transporte ou emprego devem hoje até o momento de conclusão do projeto se deslocarem até a instituição para visualizar os anúncios impressos que estão na parte de recados próximo aos sanitários nos corredores dos blocos da faculdade. Portanto o diferencial seria a praticidade e mobilidade de acesso as tais informações que hoje apenas é disponibilizada pelos meios impressos.

#### 4.4 CANAIS

Não é novidade em que enfrentamos um excesso de informações pelas mídias sócias, temos plataformas com distintas ferramentas de cunho informativo como: twitter, podcast, blogs, facebook. No entanto, todas elas são limitadas até certo ponto para fins publicitário pois as plataformas para poder atingir um raio maior de alcance nas publicações devem ser pagas.

Mesmo com a utilização das mídias sociais e o com o problema enfrentado para alavancar o alcance das divulgações que devem ser pagas, o canal mais efetivo é a divulgação dos próprios usuários via “boca a boca”, pois serão os divulgadores principais da ferramenta. Outro fator seria o apoio da instituição em divulgar entre o corpo docente a nova plataforma para que seja testada em uma versão beta antes do lançamento oficial para que seja revista seu funcionamento e assim poder realizar uma avaliação prévia da sua funcionalidade.

#### 4.5 PRINCIPAIS ATIVIDADES

Utilizando os conceitos de Marketing com técnicas mais atualizadas de publicidade a missão da plataforma é possibilitar que os docentes e alunos troquem anúncios em um único local, com isso os responsáveis pela ferramenta farão o gerenciamento do conteúdo que será postado. Haverá de antemão uma revisão pelo moderador para que faça as validações e atualizações dos anúncios.

Outra atividade que será prevista é a necessidade de administração de servidores para que possa assegurar uma conexão viável do site caso o fluxo de acessos for alto. O fator de maior relevância será a atualização dos anúncios para que nenhuma oportunidade seja perdida pelos alunos.

#### 4.6 PRINCIPAIS RECURSOS

Recordando as citações de Philip Kotler referente a suas afirmações sobre o **Marketing 3.0** onde diz que as empresas e os clientes devem desenvolver um elo entre si, a proposta desse projeto é trabalhar em conjunto com os principais clientes, professores e alunos, pois dependerá exclusivamente dos mesmos para que seja elaborada os anúncios na plataforma proposta.

Utilizando um layout em grade com um breve resumo e uma imagem, poderá oferecer aos usuários a oportunidade de verificar com agilidade todas os anúncios sem que tenha necessidade de clicar no artigo, dando uma maior liberdade em percorrer por todo conteúdo e verificar qual entre eles lhe é mais interessante. No entanto, os anúncios não serão divididos por categoria pelo fato da quantidade de anúncios ainda serem de quantidade limitada.

Atualmente o gerenciamento dos anúncios é realizado apenas pelo moderador, mas poderá ser efetuado remotamente pelos usuários pois como utiliza de uma plataforma digital e não impressa. Portanto entrando no aspecto ecológico haverá uma redução no número de impressos, sendo que a plataforma é digital, permite maior visibilidade e compartilhamento entre os usuários. Outro recurso disponível é a possibilidade de verificar anúncios não apenas na Fatec-Jahu mas futuramente disponibilizar anúncios de diferentes instituições, sendo elas parte do Centro Paula Souza ou não, pois a ferramenta possibilita filtrar os anúncios por cidades.



#### 4.7 PRINCIPAIS PARCEIROS

Novamente citando Kotler, trabalhando em conjunto com os usuários da plataforma, professores e alunos, o site proposto deverá atender todas as necessidades vigentes, informar e divulgar as oportunidades que são direcionadas para os frequentadores da instituição. Outra situação que podemos supor seria as empresas parceiras que tenham algum relacionamento com a instituição possam apoiar a plataforma seja financeiramente ou com publicidade para que alavancasse o acesso ao site.

O recurso que poderá ser utilizado também é o centro de incubadora de empresa que poderá auxiliar no desenvolvimento e melhoria da plataforma.

#### 4.8 ESTRUTURA DE CUSTO

Pelo fato da plataforma ter sido desenvolvida com ferramentas OpenSource o custo com estruturação deverá ser apenas com as pessoas que farão gerenciamento da plataforma e com servidores para hospedagem e caso necessário custo com publicidade para divulgação pois a plataforma foi desenvolvida para atender os interesses apenas de alunos e docentes, caso haja o interesse de expandir a plataforma terá uma necessidade de custo com publicidade para ter maior visibilidade.

#### 4.9 Capitação de Receita

Inicialmente a plataforma utiliza-se de capitação de recursos nulo, no entanto a ferramenta tem a possibilidade de desenvolver anúncios pagos, o intuito da plataforma não foi feito apenas para capitação de recurso, o objetivo principal é auxiliar a disseminação de informação e as oportunidades disponíveis na Fatec-Jahu. Outro fator que poderá atrair investidores futuros é a possibilidade de parceiros que procuram alunos para inserir no mercado de trabalho utilizem a plataforma para divulgar vagas de emprego o que poderá também ser utilizado por imobiliárias para divulgação de imóveis para locação para os alunos.

4.10 Quadro Canvas Projeto Mural

PARCEIROS CHAVES	ATIVIDADES CHAVES	PREPOSIÇÕES DE VALORES	RELACIONAMENTO COM O CLIENTE	SEGMENTOS DOS CLIENTES
Alunos e Professores ou terceiros que tenham interesse em divulgar seus anúncios para o público universitário	<div>Efetividade na divulgação e gerenciamento do site</div> <div>RECURSOS CHAVES</div> <div>Os anúncios dependem exclusivamente das postagem dos usuários e anunciantes</div>	Agregar todos os anúncios, recados ou oportunidades do âmbito acadêmico utilizando um canal virtual e não impresso	<div>Linguagem direcionada ao público específico, fácil utilização voltada ao corpo docente</div> <div>CANAIS</div> <div>Compartilhamento em mídia sociais, site hospedado ou blog de parceiros</div>	Qualquer pessoa que frequente as instalações da instituição dentre eles: Professores, alunos ou funcionários
CUSTOS		RECEITAS		
Pessoas, Estrutura e Marketing		Donativos, patrocinadores ou anúncios pagos		

## 5. PROJETO MURAL

Os requisitos necessários para que o projeto atenda às necessidades dos alunos e docentes é a criação de uma plataforma que recrie os murais comunicativos dos corredores da faculdade. Seu objetivo é possibilitar que usuários sendo eles estudantes ou docentes da instituição de ensino Fatec-Jahu possam visualizar os anúncios e oportunidades que hoje são divulgadas pelos meios de mídia impressos possam ser acessados via internet, com isso visando atender essa necessidade, foi levantado a opção de digitalizar e melhorar visualização desses anúncios, sendo assim, foi proposto uma ferramentas online onde com apenas um cadastro os usuários terão oportunidade de verificar esses anúncios remotamente via web.

### 5.1 REQUISITOS NECESSÁRIOS

Este capítulo descreverá as ferramentas utilizadas para o desenvolvimento da aplicação em formato web. O Projeto que será apresentado é uma plataforma web desenvolvida em **HTML**, **PHP** e **MySQL** ferramentas **Open Source**. Visando utilizar ferramentas de domínio livre possibilitou o desenvolvimento do projeto sem adesão de custos. Sendo que a característica da ferramenta é divulgação de anúncios não tendo fins lucrativos.

### 5.2 PHP

PHP (um acrônimo recursivo para “PHP: Hypertext Preprocessor”, originalmente Personal Home Page) é uma linguagem interpretada livre, usada originalmente apenas para o desenvolvimento de aplicações presentes e atuantes no lado do servidor, capazes de gerar conteúdo dinâmico na World Wide Web.

Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/PHP>

O motivo principal pela utilização do código PHP é o fator de ser Open Source sendo de fácil acesso para qualquer pessoa, sendo que seu uso não pode ser comercializado, portanto, seus desenvolvedores não obtêm lucros com sua disponibilização. Outro fator é sua string que podem mesclar com outros tipos de linguagem como HTML, MySQL.

### 5.3 MYSQL

O MySQL é um sistema gerenciador de banco de dados relacional de código aberto usado na maioria das aplicações gratuitas para gerir suas bases de dados. O serviço utiliza a linguagem SQL (*Structure Query Language – Linguagem de Consulta Estruturada*), que é a linguagem mais popular para inserir, acessar e gerenciar o conteúdo armazenado num banco de dados.

Fonte: <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/04/o-que-e-e-como-usar-o-mysql.html>

Principal ferramenta Open Source relacionada ao banco de dados, de fácil manipulação e gerenciamento, no entanto, pelo fato de ser código aberto, é limitado em alguns recursos onde as aplicações comerciais são melhores. Foi escolhida pelo fator custo e desenvolvimento onde seus recursos são de fácil acesso.

## 5.4 WAMP

WampServer(conhecido anteriormente como (*WAMP5*) é um software publicado sob a **GNU General Public** Licença desenvolvido pela PHP Team. É usado para instalar rapidamente no computador, os softwares PHP, MySQL e **Apache**, disponibilizando suporte ao uso de script PHP localmente no Windows.

Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/WampServer>

Wamp é um servidor de código aberto utilizado principalmente por estudantes e desenvolvedores que utilizam ferramentas não comerciais, usa o conceito de publicação via APACHE que se utiliza da própria máquina como sendo um servidor local ou como chamado **LOCAL HOST**.

## 5.5 AGREGADOR DE CONTEÚDO

Verificando as tendências tecnológicas em vários sites de tecnologia e variedades foi identificado que técnicas de agregação de conteúdo estão sendo usados constantemente sua estrutura basicamente é um bloco com um breve resumo ou chamada, uma imagem e caso o usuário deseje visualizar todo o artigo ele será direcionado para uma nova página caso clicar no link que mostre todo o conteúdo, fazendo isso, temos um melhor aproveitamento com conteúdo da página, podendo alocar muito mais artigos do que se colocasse a matéria em sua totalidade na página isso facilita a navegação do usuário e o aproveitamento publicitário para os anunciantes.

## 6. RELACIONAMENTO DO BANCO DE DADOS

Relacionamento ocorre apenas entre uma única tabela onde a tabela “USER” terá em sua composição os campos id (*identificação de registro*) nome (nome do usuário) sobrenome (*sobrenome do usuário*) e-mail (*e-mail do usuário*) senha (*senha do usuário*) e cidade (*cidade do usuário*)

Uma opção que poderá ser realizada é a mudança dos campos: senha e cidade; no campo senha o usuário poderá modificar sua senha que deverá conter **8** dígitos e no campo cidade, caso tenha interesse de verificar anúncios de outras cidades cadastradas na plataforma.

### 6.1 BANCO DE DADOS

Atualmente pela questão da utilização de ferramentas **Open Source** e utilização do banco MySQL o banco de dados está localizada em uma estação local onde será rodado a plataforma e não em um servidor, portanto caso tenha a necessidade de mais acessos deverá contar com um servidor com maiores valores de especificações técnicas como desempenho e processamento de dados.

### 6.2 ALTERAÇÕES NO BANCO DE DADOS

Tendo em vista que todas as aplicações disponíveis no mercado sofrem mudanças ao decorrer do tempo, a estrutura do banco de dados está disposta a sofrer alterações para melhorias futuras ou alterações em campos já existentes e será feita apenas pelo moderador tirando os campos liberados para serem alterados pelos usuários.

#### 6.2.1 ALTERAÇÕES VIA APLICAÇÃO

As alterações feitas pelos usuários são permitidas apenas na página Perfil onde o usuário tem a possibilidade de alterar sua senha e cidade local, feito isso um script em PHP fará as alterações diretamente nos campos senha e cidade no banco de dados.

#### 6.2.2 Apagar conta

Caso o usuário desejar apagar seus dados da plataforma ela efetuará via o link: **Apagar-Conta** isso fará que um script seja executado e deletará os dados referentes ao usuário em questão não tendo possibilidade de resgatar, portanto, feito isso não há possibilidade de desfazer a operação.

## 7. DOCUMENTAÇÃO

A abordagem desse capítulo será referente a documentação realizada desde o início à finalização do projeto.

### 7.1 RECURSOS E FERRAMENTAS

Após apresentação da proposta foi definido que seriam utilizados recursos de custo zero, com isso foi verificado na web quais ferramentas eram disponibilizadas para realizar o projeto que não teriam que ser licenciadas.

### 7.2 FERRAMENTAS DE DESENVOLVIMENTO

Feito o levantamento de requisitos foi escolhido as seguintes ferramentas para desenvolvimento:

**Note++:** Programa OpenSource compatível com diversas linguagens de programação incluindo HTML, CSS, PHP e SQL.

**Google Chrome:** Navegador utilizado para compilar os scripts desenvolvidos em HTML e PHP

**WampServer:** É uma aplicação que instala um ambiente de desenvolvimento web no Windows. Com ele você pode criar aplicações web com Apache2, PHP e banco de dados MySQL

**Apache:** O servidor Apache (ou Servidor HTTP Apache) é o mais sucedido servidor web Open Source.

**MySQL:** É um sistema de gerenciamento de banco de dados (**SGBD**), que utiliza a linguagem SQL linguagem de Consulta Estruturada ou *Structured Query Language*) como interface gráfica.

**PHP MyAdmin:** É um aplicativo web desenvolvido em PHP para administração do MySQL pela Internet

### 7.3 SERVIDOR LOCAL

Ao instalar o WampServer a aplicação fornece um ambiente de servidor local, com banco de dados, Apache, para publicação. O Conteúdo dos scripts devem estar na pasta wamp\www que por padrão é instalado no disco local da estação ou servidor, esse é o diretório necessário para salvar os scripts que serão publicados pelo Apache. Devemos verificar se todos os serviços estão ativos para que assim o ícone do Wamp fique na cor verde.

## 7.4 CRIAÇÃO DO BANCO DE DADOS

Foi utilizado a ferramenta PHP MyAdmin para acessar o banco MySQL via browser isso possibilitou uma maior agilidade no desenvolvimento da plataforma proposta, porém alguns recursos são limitados. Foi criado o banco com a nomenclatura “tcc” nela foi executado um script de criação de uma tabela com os campos abaixo:

Nome	Tipo	Agrupamento	Nulo	Atributo
id	int(6)	utf8_general_c i	Not_null	Auto_Incre ment, Primary Key
nome	varchar( 15)	utf8_general_c i	Not_null	
sobren ome	varchar( 20)	utf8_general_c i	Not_null	
email	varchar( 40)	utf8_general_c i	Not_null	
senha	varchar( 8)	utf8_general_c i	Not_null	
cidade	varchar( 12)	utf8_general_c i	Not_null	

Feito a criação deu-se a criação dos scripts necessários para povoamento de dados no banco.

## 7.5 DESENVOLVIMENTO HTML

**Index:** Primeiramente foi desenvolvido o script: “index.html” esse script é à página inicial do projeto onde contém o logo, chamada e link para cadastro e login.

**Cadastro:** Logo em seguida foi desenvolvido o script: “cadastro.html” que é à página onde o usuário deverá disponibilizar alguns dados como nome, sobrenome, e-mail, senha e cidade local.

**Login:** Feito isso foi elaborado o script: “login.html” que é utilizado para informar os dados do usuário já cadastrado como e-mail e senha apenas.

**Perfil:** Formulário utilizado para que o usuário possa informar dados que serão alterados via aplicação no banco de dados com isso foi criado o script: “perfil.html”

**Home:** Por fim, foi criado o script: “home.html” que contém o código em HTML e CSS para criar o layout da plataforma.

## 7.6 DESENVOLVIMENTO PHP

Em conjunto com os scripts em linguagem HTML foram desenvolvidos scripts de compilação, sendo que são ativados pelo método POST ou pelo método GET em linguagem PHP. Essa linguagem possibilita a inclusão de diferentes tags de linguagem distintas no mesmo código por essa questão foi escolhida como engine para plataforma.

**Conexão:** Para que a página em HTML tem integração com o banco de dados ela necessita de uma string de conexão em HTML+PHP+MySQL por isso foi desenvolvido script: "conection.php" isso possibilita a comunicação em tempo real entre a plataforma online e o banco de dados.

**Inserção:** Na página de cadastro de usuários para que os dados digitados sejam inseridos no banco de dados corretamente, foi desenvolvido o script: "insere.php" para inserir os dados digitados no formulário "cadastro.html"

**Login:** Para que os usuários tenham acesso com seus dados já cadastrados foi desenvolvido o script: "user.php" de verificação e validação via PHP+MySQL esse script faz uma consulta na base de dados e realiza uma comparação de valores entre os campos: e-mail e senha para validar se o usuário tem permissão de acesso.

**Alteração:** Quando houvesse necessidade de alteração de campos específicos da tabela user no banco de dados, foi desenvolvido o script: "altera.php" isso possibilitou alteração de campos em tempo real diretamente via aplicação.

**Encerrar Sessão:** Para possibilitar que os usuários não fiquem conectados por tempo indeterminado foi desenvolvido o script: "logout.php" com isso possibilitou os usuários terminarem suas conexões entre aplicação e bando de dados e sua conta não seja utilizada por outro usuário.

## 7.7 LINGUAGEM UTILIZADAS EM CADA SCRIPT

Os campos marcados com um "x" utilizam o tipo de linguagem da sua respectiva coluna.



## 7.8 CSS

Por definição, é uma linguagem de folhas de estilo utilizada para definir a apresentação de documentos escritos em uma linguagem de marcação, como HTML ou XML. Essa linguagem permite criar diferentes estilo de formatação de códigos em HTML e quando necessário basta colocarmos nas tags o nome declarado no arquivo com extensão: file.css

**Estilos de Formatação:** Para o desenvolvimento do projeto foi elaborado layout pré-definidos em um arquivo CSS com o nome: “estilo.css” quando esse arquivo é editado, automaticamente são alterados os scripts que tem relacionamento com o mesmo, exemplo os arquivos de formulários, index e home.

Feito isso, qualquer tag que utilizar uma declaração desktop será formatada com esse padrão.

Exemplo: Declarando uma div com o estilo pré-definido como desktop sendo assim essa div assumira todas as formatações relacionadas ao arquivo “estilo.css”

## 8 INTERFACE DO PROJETO

Esse capítulo visa demonstrar as funcionalidades de cada interface do projeto com maior grau de detalhamento, sendo que poderá ser utilizado como manual do usuário.

### 8.1 TELA INICIAL

Na tela inicial encontramos o logo da plataforma, com uma chamada e os links no canto superior direito da tela de início.



### 8.2 CADASTRO

Caso um usuário não cadastrado acesse a plataforma, deverá clicar no link: Cadastro onde o usuário será direcionado para página de cadastro do site



### 8.2.1 Efetuando Cadastro

Na tela de cadastros o usuário terá que preencher os campos solicitados como: Nome, sobrenome, E-mail, senha e Cidade local. Feito isso deverá clicar no ícone: Cadastrar

localhost/ESTUDO/cadastro.html

Entrar

**Mural**

Nome Sobrenome

Email

Senha

Cidade

Cadastrar

Connection

Fatec Jahu 2015 - Modelo Site Mural Caio Fernandes TCC

Protótipo

### 8.3 ACESSANDO A PLATAFORMA

Logo após o usuário clicar no ícone cadastrar ele será direcionado para página de login, onde deverá informar o e-mail que foi utilizado no cadastro e sua senha com 8 dígitos. Realizado isso, o usuário deverá clicar no ícone: Entrar

localhost/ESTUDO/login.html

Cadastre-se

**Mural**

Email

Senha

Entrar

Esqueci minha Senha

Connection

Fatec Jahu 2015 - Modelo Site Mural Caio Fernandes TCC

Protótipo

## 8.4 TELA PRINCIPAL

Após efetuar o login, o usuário é direcionado para a página principal do portal, onde ele poderá verificar os blocos de anúncios e comunicados dispostos 3x1, ou seja, 3 blocos por linha, como na imagem de exemplo abaixo:



## 8.5 ANÚNCIOS

Todo bloco é composto por um anúncio individual, ele o usuário poderá visualizar uma imagem, legenda e um breve resumo, caso queira ler o anúncio na íntegra, ele poderá clicar no link: Leia mais...



Ao clicar no link leia mais, a plataforma fará o direcionamento para o site do respectivo aluno, que nesse caso, é o site da Fatec-Jahu porém será diretamente aberto a página daquele anúncio e não a página inicial.

## 8.6 AJUSTE DE PERFIL

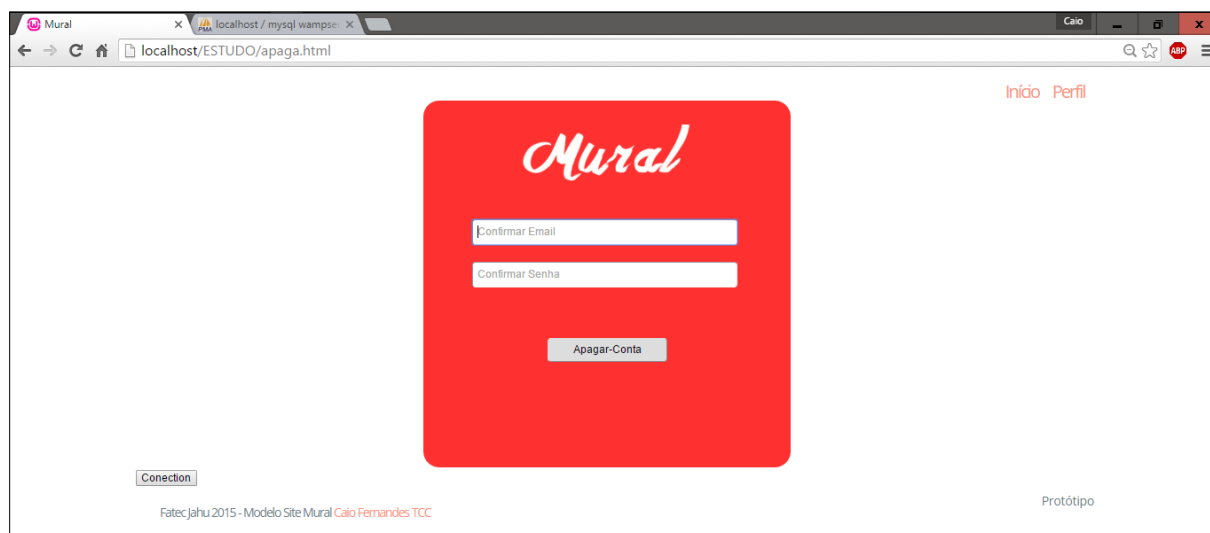
Caso o usuário tenha necessidade de alterar a cidade dos anúncios ou senha o usuário deverá clicar no link: Perfil para ser direcionado à página para realizar as alterações. Sendo assim, o usuário deverá digitar a nova senha e após isso clicar no ícone: Alterar



The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost/ESTUDO/perfil.html`. The page features a red square form with the 'Mural' logo at the top. Inside the form, there are three input fields: 'Confirmar Email', 'Nova Senha', and a dropdown menu currently showing 'Jauú'. Below these fields is a button labeled 'Alterar'. In the top right corner of the page, there are links for 'Início' and 'Apagar-Conta'. The bottom left corner contains a 'Conecton' button and footer text: 'Fatec Jahu 2015 - Modelo Site Mural Caio Fernandes TCC'. The bottom right corner is labeled 'Protótipo'.

## 8.7 DELETAR CONTA

Para que o usuário possa desvincular sua conta da plataforma, isso será possível ao clicar no link apagar conta que se localiza no canto superior direito da página perfil. Basta o usuário digitar seu e-mail e senha e clicar no ícone: "Apagar-Conta" que imediatamente seus registros serão apagados do banco de dados.



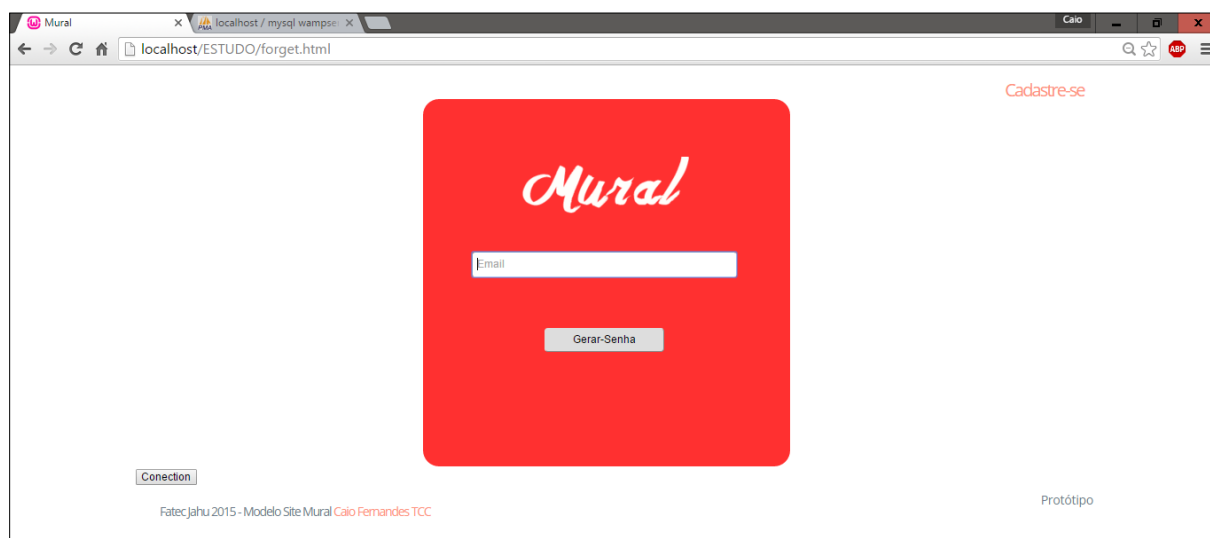
The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost/ESTUDO/apaga.html`. The page features a red square form with the 'Mural' logo at the top. Inside the form, there are two input fields: 'Confirmar Email' and 'Confirmar Senha'. Below these fields is a button labeled 'Apagar-Conta'. In the top right corner of the page, there are links for 'Início' and 'Perfil'. The bottom left corner contains a 'Conecton' button and footer text: 'Fatec Jahu 2015 - Modelo Site Mural Caio Fernandes TCC'. The bottom right corner is labeled 'Protótipo'.

## 8.8 RECUPERAR SENHA

Em uma situação onde o usuário não recorde qual a senha que foi utilizada para o cadastramento do acesso, a plataforma permite que ele possa gerar uma nova senha randomicamente que será utilizada para o acesso e posteriormente alteração para uma nova senha.



Ao clicar no link: Esqueci minha senha, automaticamente será gerada uma nova senha para o login do usuário, no entanto, ele deve informar o e-mail válido utilizado em seu cadastro.



Feito isso, basta o usuário clicar no ícone: Gerar Senha para que um script em php informe-o a sua nova senha que já foi alterada no banco de dados.

Após clicar no ícone, a plataforma informa ao usuário sua nova senha e permite que o mesmo digite em seguida para realizar o acesso no site, lembrando que o mesmo deverá redefinir sua senha no link perfil caso desejar.



## 9 CONCLUSÃO

De acordo com o projeto apresentado, a plataforma MURAL poderá satisfazer as necessidades citadas antes da sua elaboração sendo elas, criar um ambiente de divulgação na web, auxiliar os alunos e professores onde possam acessar os anúncios e classificados da faculdade sem a necessidade de deslocamento até as instalações físicas, atualizar as informações em tempo real, ter a possibilidade de utilizar como plataforma publicitária tanto para a instituição quanto para empresas e parceiros, ter um recurso de pesquisa para que alunos possam verificar oportunidades de moradia e trabalho. Além de tudo possibilitar a diminuição de material impressos ajudando o meio ambiente.



## REFERÊNCIAS

TORRES, 2010. Conceitos de Marketing Digital  
<http://www.portaleducacao.com.br/marketing/artigos/43710/conceitos-de-marketing-digital>

FARIAS, Flaubi, 2015. As Principais tendências de Marketing Digital para empresas de tecnologia em 2015  
<http://resultadosdigitais.com.br/blog/tendencias-de-marketing-digital-para-empresas-de-tecnologia/>

KOTLER, Philip, 2010. Marketing 3.0 - As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano, de Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan, lançado no Brasil pela Editora Campos.

SERRANO, Daniel, 2011. O que é Marketing 3.0  
[http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos3/O\\_que\\_e\\_Marketing\\_3\\_0.htm](http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos3/O_que_e_Marketing_3_0.htm)

DUARTE, Vânia, 2015. Anúncio Publicitário  
<http://brasilecola.uol.com.br/redacao/anuncio-publicitario.htm>

PLAZA, William, 2015. Softwares ad blocks provocam grandes perdas na indústria das publicidades  
<http://www.hardware.com.br/noticias/2015-08/softwares-ad-blocks-provocam-grandes-perdas-na-industria-da-publicidade.html>