

Desenvolvimento de uma rede de e-commerce para mercados online

16 de Junho de 2013

Desenvolvimento de uma rede de e-commerce para mercados online Descrição
lateral

1 Sumário

1	CONTEXTUALIZAÇÃO	4
2	PROBLEMA	6
3	OBJETIVOS	6
3.1	GERAL	6
3.2	ESPECÍFICOS	6
4	JUSTIFICATIVA	7
5	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	7
5.1	AMBIENTES VIRTUAIS DE APRENDIZAGEM	7
5.2	COMPUTAÇÃO AFETIVA E DEDICAÇÃO	7
5.3	PESQUISAS SIMILARES	10
6	METODOLOGIA	10
7	CRONOGRAMA	12

2 Contextualização

Soluções online para problemas do cotidiano, a muito já se provaram exemplos de grande sucesso na internet, como o Mercado Livre, Americanas, exemplo3, etc. Este trabalho objetiva a criação de uma rede de e-commerce de compra de produtos de mercados online. O projeto almeja que na disponibilização do produto, seja possível ao cliente encontrar os produtos de mercados que melhor o agradem com a agilidade da internet e com a comodidade de entrega em um endereço especificado. Deseja-se também que a plataforma seja de fácil gestão e migração para as empresas que desejem portar seus negócios para este serviço.

3 O problema

O método tradicional de compras é custoso, força-nos a nos locomover e é pouco efetivo devido à alta dificuldade de se obter dados comparativos à respeito dos preços dos produtos.

4 Objetivos

Gerais: Desenvolver uma ferramenta web que possibilite que os clientes obtenham os melhores produtos na relação custo/benefício, bem como facilitar o processo de aquisição, e fornecer uma interface para um relacionamento sólido entre consumidores e fornecedores.

Específicos: Demonstrar conhecimentos obtidos no curso de Análise e desenvolvimento de Sistemas, através da utilização de ferramentas emergentes, um utilização de padrões, respeito à segurança, etc.

5 Justificativa

A validade do projeto de baseia nas seguintes premissas que se validadas justificam a implementação do projeto:

O projeto é algo de utilidade suficiente para se sobrepor aos seguintes fatores desmotivacionais ao cliente final abaixo listados: (Descrever aqui fatores desmotivacionais do sistema)

- Desconforto de mudar um processo tradicional, que é o de compra de produtos presencial
- O usuário credita o sistema suficientemente para arriscar uma compra em produtos, cuja qualidade só há de ser garantida no momento da entrega.
- Os usuários estão habituados a Web suficientemente para não desistirem da compra itemize

Descrever aqui fatores motivacionais do sistema O projeto é atraente o suficiente para os mercados designarem a mão de obra suficiente para portar seus produtos ao sistema.

O trabalho diferencia-se de sistemas com o mercado livre, por possuir uma sessão para cada cliente que suporta vasta gama de produtos, ofertas, podendo ser considerado como um site da próxima empresa, diferentemente dos serviços prestados pelo mercado livre que almejam focar uma pequena gama de produtos por cliente, e excluir o marketing da empresa.

Estratégia de negócio ??

Ensaio: Pretende-se oferecer este produto para pequenos e médios mercados, sendo que um trabalho especializado pode ser feito para mercar todo seu negócio para a nuvem. Pretende-se assim obter lucros através, da venda posterior de funcionalidades.

Descrição do produto

O sistema basicamente há de prover meios de se adquirir produtos de acordo com as preferências do usuário, preço, localização, mercado, empacotá-los em um pedido e ir buscá-los no mercado ou recebê-los em um endereço especificável.

Para melhor entendimento da aplicação foi dividido o sistema nos seguintes *papéis*, semanticamente distintos:

Usuário consumidor: O objetivo principal deste usuário será encontrar os produtos que almeja, tendo a possibilidade de comparar preços, marcas, localização e horários. Este usuário também terá por responsabilidade julgar os serviços de determinada empresa, através de comentários e graduação de qualidade. Outrossim o cliente poderá entrar em contato com as empresas para as finalidades que desejar.

Colaborador de uma empresa: O objetivo ou tarefa deste usuário será prover ao usuário consumidor, os produtos atualizados de acordo com a realidade do mercado, oferecer também uma interface de comunicação entre os clientes e a empresa, etc;

Administrador de uma empresa: O objetivo deste usuário é fazer a gestão global de sua empresa, podendo alterar permissões e desígnios de outros usuários, etc;

Administrador do sistema geral: o objetivo deste stakeholder é fazer a gestão global do sistema, como a manutenção de conteúdos, logs de sistema, metatags, etc;

Nota: Todo o colaborador de uma empresa, pode também efetuar compras no sistema como um usuário final, este assim bem como todos seus sucessores herdam estas funcionalidades.

6 Revisão bibliográfica

7 Metodologia

Sob a perspectiva técnica o sistema há de ser construído para a plataforma web, utilizando tecnologias orientadas a objetos, para fornecer grande reuso e fácil manutibilidade ao sistema, seria válida a utilização de outras plataformas em conjunto com a web, por exemplo no fornecimento de aplicativos mobile, mas devido ao condicionante tempo haverá de ser desenvolvida esta funcionalidade posteriormente.

8 Cronograma

9 Requisitos dos sistema

10 Requisitos funcionais

Os requisitos aqui dispostos se encontram divididos segundo a semântica anteriormente descrita, e procuram abordar os requisitos em uma abordagem top-down, ou seja, os requisitos visíveis aos usuários serão demonstrados primeiramente, e os requisitos a que estes se baseiam para funcionar posteriormente.

SCS1 - Usuário consumidor :

11 Requisitos não funcionais

A pesquisa é o ponto chave do sistema, e deve possuir grande performance em contraposição à grande gama de clientes esperada, então deve-se criar mecanismos, e utilizar de tecnologias que permitam o rápido acesso a informações.

Sobre a internacionalização, foi julgado não haver a necessidade na primeira versão, deveserá ser implementada posteriormente.

14 Glossário

- Stakeholder: designa-se stakeholder todos aqueles que tem interesse no sistema;
- Requisitos: em engenharia de software é comum dividir requisitos em categorias de modo que estes sejam melhor entendidos, (continuar esta descrição)
- Orientação à objetos:

15 Conclusão

16 Possíveis concorrentes

- Disponível em <http://www.fxplabs.com.br/e-commerce-mercados/>, Acessado em Sun Jun 16 14:57:09 BRT 2013
- Disponível em <http://www.natashopping.com.br/supermercadonata/>, Acessado em Sun Jun 16 14:57:09 BRT 2013
- Disponível em <http://www.princesamercados.com.br/display=default/>, Acessado em Sun Jun 16 14:57:09

17 Referências bibliográficas

- Revância da utilização do botões - Disponível em: <http://contentverve.com/10-call-to-action-case-studies-examples-from-button-tests/>, Sun Jun 16 09:02:26 BRT 2013
- Revância da utilização do botões - Disponível em: <http://contentverve.com/10-call-to-action-case-studies-examples-from-button-tests/>, Sun Jun 16 09:02:26 BRT 2013
- Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/06/amazon-planeja-ingressar-em-vendas-de-supermercado-online-dizem-fontes.html>