CENTRO UNIVERSITÁRIO DE DESENVOLVIMENTO DO CENTRO-OESTE - UNIDESC

PROGRAMAÇÃO WEB II

Sérgio Martins

William da Rocha

Luziânia, GO

2020

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE DESENVOLVIMENTO DO CENTRO-OESTE - UNIDESC

PROGRAMAÇÃO ORIENTADA AO OBJETO

Este trabalho foi entrega á

Disciplina de programação

Web II Avaliação prática para OAT

Orientador: Prof° Willian

Luziânia, GO

2020

# **Definição do Projeto**

Trata-se de uma aplicação voltada para super mercados, nossa aplicação tem o objetivo de organizar e deixar mais fácil a vida das pessoas, utilizamos as tecnologias HTML, CSS e JavaScript.

Nosso projeto constitui em uma aplicação de uma lista de compras com funções básicas de cadastrar, editar e excluir itens que o usuário adicionar.

# **Análise de Projeto**

Analisar o mercado é uma das etapas para a elaboração do plano de negócios. Saber quem são os clientes, concorrentes e fornecedores, além de detalhar quais são os produtos ou serviços que vai oferecer.

Identificar o público-alvo de seu empreendimento é fundamental. Parece óbvio, mas é importante lembrar: sem clientes, não há como uma empresa existir.

Buscar informações detalhadas sobre quem é esse cliente, onde ele se encontra, se ele é pessoa física ou jurídica, como ele se comporta e o que ele busca no mercado.

O levantamento dessas informações pode ser feito por meio da elaboração de questionários, entrevistas e conversas com clientes potenciais, ou por análise da concorrência.

As informações coletadas vão traçar um retrato do mercado e indicar se a empresa está indo na direção do que desejam os futuros clientes. Os resultados vão ditar as ações de promoção e marketing para a empresa conquistar o público logo no início da atuação.

# **Qualidade e custo-benefício**

Após traçar o perfil do público-alvo, é importante pensar no posicionamento do produto. Como ele será visto pelo mercado: por exemplo, um item de qualidade e com bom custo-benefício.

Quanto mais dados específicos sobre o mercado o empreendedor tiver, ele terá conhecimento e subsídios suficientes para desenvolver, por exemplo, um plano de marketing e aplicá-lo em benefício do novo negócio

# **Operacional e financeiro**

Concluídas as etapas de amadurecimento da ideia do negócio, é hora de saber a melhor maneira para executá-la: entra em cena a elaboração dos planos operacional e financeiro**.**

O plano operacional descreve como a empresa está estruturada: localização, instalações físicas e equipamentos. O empresário também faz estimativas acerca da capacidade produtiva ou de quantos clientes consegue atender por mês, além de traçar quantos serão os funcionários e as tarefas de cada um.

É importante descobrir se o negócio é financeiramente viável. **No plano financeiro**, o empreendedor terá noção do quanto deve investir para concretizar a empresa. O documento deve conter, basicamente, as estimativas de custos iniciais, de despesas e receitas, capital de giro e fluxo de caixa e de lucros.

Nos dois planos, é imprescindível apresentar cada item com detalhes, etapa por etapa, para oferecer um panorama inicial de operacionalização do negócio, a fim de evitar desperdícios e otimizar as rotinas.

Planejar o investimento do negócio é parte desse processo, por isso, o plano financeiro também é importante os custos pré-operacionais devem ser projetados, identificando o que será necessário adquirir para que a empresa seja aberta, como aluguel e reforma do espaço e as taxas de registro.

A lista de equipamentos, ferramentas e veículos, elementos dos quais a empresa dependerá para funcionar, entram no grupo dos investimentos fixos, nesse momento, deve ser observada a necessidade imediata de cada item ou até mesmo se alguns deles podem ser alugados ou terceirizados.

Além disso, estipular o capital de giro, que é o montante de recursos para garantir o funcionamento normal da empresa, principalmente para as despesas e receitas.

**Caso de Uso**