**CENTRO PAULA SOUZA**

**ETEC JOÃO MARIA STEVANATTO**

**Ensino Técnico Integrado ao Médio em**

**Desenvolvimento de Sistemas**

**Kauê Odair Rosário Osti**

**Márcio Rogério Zanovello Junior**

**Matheus Borges**

**Matheus Felipe de Oliveira Barroso**

**SITE E-COMMERCE EASY SNEAKERS**

**Itapira – SP**

**2022**

**Kauê Odair Rosário Osti**

**Marcio Rogério Zanovello Junior**

**Matheus Borges**

**Matheus Felipe de Oliveira Barroso**

**SITE E-COMMERCE EASY SNEAKERS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Desenvolvimento de Sistemas Integrado ao Ensino Médio da Etec João Maria Stevanatto, orientado pelo Prof. Jonas José Oliveira Duzo, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Desenvolvimento de Sistemas Integrado ao Ensino Médio.

**Itapira – SP**

**2022**

Gostaríamos de dedicar nossos esforços

para o término deste trabalho a nossos professores orientadores que nos apoiaram e apostaram muito na nossa capacidade.

**AGRADECIMENTOS**

Gostaríamos de agradecer ao nosso orientador e Prof. Jonas José Oliveira Duzo, por nos orientar na documentação. E aos professores Junior Gonçalves e Lucio Pelizer que nos ajudaram na parte de programação do nosso projeto.

“Um compartilhamento maior cria uma cultura mais aberta e leva a um entendimento melhor da vida e da perspectiva dos outros. Acreditamos que isso cria um grande número de fortes relações e ajuda a que as pessoas sejam expostas a perspectivas novas e mais diversas"

- MARK ZUCKERBERG

**RESUMO**

O e-commerce aprimorou-se com o advento da Internet, que facilitou todo o processo de compra e venda, sendo que no início eram vendidos apenas pequenos produtos na forma de CDs, DVDs, livros etc. O comércio eletrônico inclui uma variedade de diferentes tipos de negócios, desde sites de consumidores, leilões, bens e serviços até organizações. Notavelmente, a confiança é considerada um dos elementos-chave no ambiente de compras online. Precisa-se de confiança no ambiente virtual quando a informação financeira e dos dados pessoais é compartilhada ao fazer uma compra on-line. Todo bom gerenciamento de marketing começa com um grande plano. É impossível administrar uma área sem a aprovação prévia de planejamento, objetivos, orçamento e meios para alcançá-los. Porém, muitos gestores não se esforçam muito para elaborar esses planos, então passam o ano esperando a demanda ao invés de prevê-la, perdendo sua força e eficiência. Desenvolver um site de e-commerce, levando acessibilidade de produtos com preço justo e alta qualidade, visando satisfazer e conquistar o cliente com o marketing. Também facilitando o acesso de busca de produtos de difícil acesso. O projeto do grupo começou a ser realizado depois de um conceito, que seria de uma loja de vestimentas e calçados com a finalidade de proporcionar os melhores produtos que raramente são encontrados na maioria das lojas (e-commerce). Na finalização do projeto, o resultado saiu como esperávamos para o momento, mas ainda tínhamos muitas ideias em mente, o pensamento do grupo em geral era criar um site com fácil acesso, fornecendo produtos de ótimas qualidades e preço justo para os clientes, visando satisfazer e conquistar o cliente com o marketing.

**Palavras-chave:** Marketing. E-commerce. DropShipping.

**ABSTRACT**

The e-commerce improved with the advent of the internet, which facilitated the buying and selling process, at the beginning only small products were sold in the form of CDs, DVDs, books, etc. E-commerce includes a variety of different types of businesses, from consumer websites, actions, goods and services to organization. Notably, reliability is considered one of the key elements in the online shopping environment. Confidence is needed in the virtual environment when financial information and personal data are shared when making an online purchase. Every good marketing management starts with a great plan. It is impossible to administer an area without previous approval of planning, objectives, budget and tactics to achieve them. However, many managers do not make much effort to elaborate these plans, so they spend a lot of time waiting for the demand instead of forecasting it, losing their strenght and efficiency. Developing an e-commerce site, bringing accessibility to products at a fair price and high quality, searching to satisfy and win over the costumer with marketing. Also facilitating access to search for products that are difficult to access. The group’s project began to be executed after a concept, which would be a clothing and footwear store with the purpose of providing the best products that are rarely found in most stores (e-commerce). At the end of the project, the result came out as we expect for the moment, but we still had many ideas in mind, the group’s thought in general was to create a website with easy access, providing products of great quality and fair price for costumers, searching to satisfy and conquer the costumer with marketing.

**Tags:** Marketing. E-commerce. DropShipping.

**SUMÁRIO**

[1 INTRODUÇÃO 7](#_Toc120860225)

[1.1 Problema 8](#_Toc120860226)

[1.2 Justificativas 8](#_Toc120860227)

[1.3 Objetivo Geral 9](#_Toc120860228)

[1.4 Objetivos Específicos 9](#_Toc120860229)

[2 REFERENCIAL TEÓRICO 10](#_Toc120860230)

[2.1 Programação Web 10](#_Toc120860231)

[2.2 Banco de Dados 11](#_Toc120860232)

[2.3 Marketing 12](#_Toc120860233)

[2.4 E-commerce 13](#_Toc120860234)

[2.5 Dropshipping 13](#_Toc120860235)

[3 METODOLOGIA 15](#_Toc120860236)

[4 RESULTADOS E DISCUSSÃO 16](#_Toc120860237)

[4.1 Conceito Gráfico 16](#_Toc120860238)

[4.2 Desenvolvimento 16](#_Toc120860239)

[4.3 Publicação 18](#_Toc120860240)

[4.4 Prototipagem 19](#_Toc120860241)

[4.5 Aplicativos Semelhantes 22](#_Toc120860242)

[4.6 Análise de Teste de Software 23](#_Toc120860243)

[5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 24](#_Toc120860244)

[REFERÊNCIAS 25](#_Toc120860245)

# INTRODUÇÃO

O projeto se iniciou com uma oportunidade avistada no mercado, visto que atualmente o e-commerce está em alta.

O e-commerce aprimorou-se com o advento da Internet, que facilitou todo o processo de compra e venda, sendo que no início eram vendidos apenas pequenos produtos na forma de CDs, DVDs, livros etc. O comércio eletrônico inclui uma variedade de diferentes tipos de negócios, desde sites de consumidores, leilões, bens e serviços até organizações. (DE MENDONÇA, 2016)

O setor da moda está em ascensão no comércio online, a categoria chegou à marca de 1,51 bilhão de acessos no e-commerce somente nos últimos 12 meses e cresceu 52% do ano passado para cá. Os resultados indicam um aumento de 10% na comparação mês a mês e 63,18% ano a ano (MONEYTIMES, 2021).

Mas para toda chegar em toda essa ascensão o e-commerce teve uma grande ajuda do marketing. O marketing foi criado para atender às necessidades do mercado e se preocupa com a satisfação de pessoas e empresas. Nada mais é do que uma forma de comercializar pessoas, produtos e serviços. Um novo produto precisa de compradores, assim como uma empresa precisa de novos clientes. (BARCELLOS, 2018)

E para tudo isso acontecer precisa ser feito um estudo no marcado para criar uma necessidade ao cliente. Assim a empresa que consegue se adaptar melhor a esta necessidade, é a empresa que consegue atingir suas metas e tendo o retorno que planejava.

Existem ainda vários limiares para as compras online, ou seja, tudo pode afetar se o consumidor compra ou não. Ter um site bem apresentado pode ser um fator.

Segundo Malleta (2013), descreve umas das dificuldades da compra *online* como:

“A maior barreira para a compra online de produtos relacionados à moda é a falta de contato físico com o produto. O motivo mais forte é a incapacidade do consumidor de pegar, sentir ou testar o produto no ato da compra". (MALLETA, 2013, p. 19)

Hoje, recursos em sites podem quebrar essa barreira, deixando mais claro quando um produto vem com uma boa descrição, vídeos e fotos bem apresentados podem ajudar a quebrar as barreiras acima. (NEREU, 2010)

## 1.1 Problema

A popularização está tendo um crescimento em compras on-line, e têm sido acompanhados pelas preocupações com segurança na internet. Muitas pesquisas vêm crescendo no campo do marketing, especificamente relacionadas ao comportamento do consumidor, evidenciam a preocupação com a segurança, é um dos principais motivos do porquê muitos dos consumidores evitam fazer compras on-line (PERALTA, 1999).

Especificamente no contexto das compras on-line, a qualidade do site é um fator que pode influenciar na decisão de compra do consumidor (STOEL, 2004), na sua disposição para realizar transações em determinadas empresas em detrimento de outras. De forma sistemática e contínua. (WIDDOWS, 2004)

Para um comércio ter sucesso no mercado nos dias de hoje, ele precisa ter uma boa estratégia de marketing. Muitas dessas empresas veem isso como um desafio, gerando vários problemas. Um deles é ao usá-lo de modo errado, assim não atingindo o público-alvo desejado.

## 1.2 Justificativas

A preferência das pessoas nos sites e-commerce é determinada por alguns motivos, dentre eles a qualidade do site (design, segurança etc.) em que irão realizar suas compras, pois um site com maior qualidade e confiança sempre será a melhor opção. Os clientes esperam por um serviço legítimo por parte da empresa, e se esse serviço for bem realizado, a escolha dos clientes por aquele e-commerce se torna prioridade.

Todo bom gerenciamento de marketing começa com um grande plano. É impossível administrar uma área sem a aprovação prévia de planejamento, objetivos, orçamento e meios para alcançá-los. Porém, muitos gestores não se esforçam muito para elaborar esses planos, então passam o ano esperando a demanda ao invés de prevê-la, perdendo sua força e eficiência. (TREND2B, 2018)

O mundo de hoje está inundado de redes sociais. Muita gente as usa para se informar, ver fotos de família, interagir com amigos, discutir as polêmicas do dia e, claro, acompanhar as novidades das marcas que admiram. Portanto, o marketing nas mídias sociais é essencial. As empresas que desejam se comunicar e se conectar com seu público devem estar nas principais plataformas que usadas nos dias de hoje, como Facebook, Instagram, LinkedIn e TikTok. Esse tipo de Marketing é conhecido como social media marketing. Trata-se de encontrar seu público nas redes sociais e integrar sua marca ao dia a dia das pessoas. Torna-se mais conhecido e relevante para o público, aumentando o engajamento do público, atraindo leads e gerando mais conversões. (CASAROTTO, 2020)

## 1.3 Objetivo Geral

Desenvolver um site de e-commerce, levando acessibilidade de produtos com preço justo e alta qualidade, visando satisfazer e conquistar o cliente com o marketing, também facilitando o acesso de busca de produtos de difícil acesso.

## 1.4 Objetivos Específicos

Desenvolver página de login para clientes e administrador.

Desenvolver um planejamento de marketing.

Desenvolver banco de dados para dados de usuários, produtos e vendas.

Desenvolver páginas de catálogo de vendas.

Desenvolver página de início do site.

# REFERENCIAL TEÓRICO

Refere-se a um resumo de discussões já feitas por outros autores sobre programação WEB, banco de dados, *marketing*, *ecommerce* e *dropshipping*.

## 2.1 Programação Web

As linguagens de programação, por um todo, necessitam de alguns requisitos para funcionar de maneira adequada. Com a programação Web não é diferente, porém devido a arquitetura diferenciada oferecida pela internet, os requisitos também são diferenciados. Normalmente as linguagens de programação para computadores de usos pessoais criam aplicativos que são executados somente em uma máquina, no qual ele é instalado. Na prática, os desenvolvedores codificam um programa que quando pronto, permite ter a criação de um instalador. A pessoa ou empresa que tenha o interesse em utilizar esse programa precisa iniciar o instalador na máquina que deseja usar o programa. Dentre aqueles aplicativos que estão nessa classe de programas destacam-se: a suíte de aplicativo do Broffice, os antivírus, aplicativos comerciais e outros. (DE MENDONÇA, 2010)

De início o usuário requisito através de um navegador de Internet, uma página ao Servidor Web. Quando identifica que a página é PHP ele analisa e inicia os códigos compreendidos nela e o resultado é dado como uma página HTML que é devolvida ao cliente, assim dizendo, quando o cliente recebe a página, ela já foi processada pelo servidor. O cliente ou usuário que acessa uma página dinâmica (processada por um Servidor Web) não percebe diferença alguma neste tipo de página e uma simples página em HTML. Como o HTML não se encaixa na linguagem de programação para suprir a demanda por processamento em servidor, começaram a surgir as linguagens de programação para a Web. (PORTALWEBDESIGNER, 2019)

A linguagem de programação PHP é uma das linguagens mais colocadas na web. Milhões de sites em todo o mundo usam PHP. A principal diferença com outras linguagens é a capacitância do PHP de interagir com o mundo web, convertendo completamente sites que possuem páginas estáticas. (NIEDERAUER, 2016)

O JavaScript é uma linguagem de programação de alto nível criada, a princípio, para ser executada em navegadores e manipular comportamentos de páginas web. Segundo a Mozilla Foundation, atual nome da antiga Netscape Communications Corporations, empresa responsável pela criação do JS, "JavaScript é uma linguagem de programação, leve, interpretada, orientada a objetos, baseada em protótipos e em first-class functions (funções de primeira classe), mais conhecida como a linguagem de script da Internet." (ROVEDA, 2020)

O HTML é uma das linguagens que usamos para desenvolver websites. A sigla HTML vem do inglês e significa Hypertext Markup Language, na Língua Portuguesa significa Marcação de Hipertexto. HTML é a linguagem básica da Internet. O HTML foi criado para ser de fácil entendimento para humanos e máquinas, como o Google ou outros sistemas que trafegam pela Internet para capturar informações. (EIS, 2011)

## 2.2 Banco de Dados

O banco de dados é o esquema de conservação de informações sobre um domínio específico. De forma mais simples, é a associação de dados que tratam do mesmo assunto, e que precisam ser armazenados para segurança ou conferência futura. (SOUZA, 2020)

É bastante comum que as empresas tenham diversas informações que precisam ser preparadas e disponibilizadas dentro do negócio para que sejam consultadas posteriormente pela equipe e pela gerência. Por isso, é útil ter um sistema de gerenciamento de banco de dados, SGBD, para manipular as informações e tornar o dia a dia da empresa mais prático. Hoje, existem diversos tipos de SGBDs, e cada um é conveniente para uma necessidade dos clientes. São os mais comuns: Oracle, DB2, MySQL, SQL Server, PostgreSQL e outros. (DE SOUZA, 2020)

As vantagens de um banco de dados é um bom investimento neles que podem trazer muitos privilégios para a empresa, impactando de maneira positiva não só na produtividade da equipe, mas também no alinhamento entre os times e nos resultados alcançados mensalmente. Quando falamos sobre a melhora no relacionamento na empresa, estamos falando sobre a forma com que os mais diversos setores se comunicam. (ROCKCONTENT, 2020)

Há, de uma forma geral, aspectos importantes pelas quais os bancos de dados se mostram como uma ferramenta eficiente para o armazenamento e recuperação de dados: Independência dos dados: aplicativos que não utilizam banco de dados, mas sistemas de arquivo, precisam especificar a representação física e forma de acesso dentro do próprio código de aplicativo, o que caracteriza o que é chamado de dependência dos dados. Integridade, consistência e compartilhamento de dados: Este item tem especial importância em se tratando de um ambiente multiusuário. No caso de sistemas monousuários, os dados basicamente estarão à mercê de um único usuário em um momento no tempo; logo, não haverá problemas com o compartilhamento, mas poderá haver com a integridade (TONSIG, 2006)

## 2.3 Marketing

Segundo Philip Kotler, um professor universitário estadunidense considerado o pai do *marketing*, define marketing como: O processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo que necessitam e que desejam com a criação, a oferta e a livre negociação de produtos e serviços de valor com outros. (DAUILIBI, 2009)

Por cliente, no entanto, estamos tratando de todos os estágios do processo de compra e de relacionamento, desde o cliente prospect até o ex-cliente, incluindo todas as etapas intermediárias neste relacionamento. O objetivo do *Marketing* é entender tão bem o cliente que ele se torne cliente de uma empresa para sempre. Para fidelizar o cliente é preciso que a empresa/marca o conheça bem: seus hábitos, medos, anseios etc. (TORRES, 2022)

O *marketing* estuda as causas e os mecanismos que dominam as relações de troca (bens, serviços ou ideias) realizadas dentro de quatro eixos principais: preço, distribuição, comunicação e produto. (PIRES, 2019)

De acordo com a *American Marketing Association*, *marketing* é “o processo de planejamento e execução da concepção, precificação, promoção e distribuição de ideias, produtos e serviços para criar trocas que atendam aos objetivos individuais e organizacionais”. A participação de organizações e clientes no desenvolvimento de trocas em transações que tragam benefícios para ambas as partes. (CHURCHILL, 2016)

O início do *Marketing* se encontra historicamente nos EUA. A sua propagação pelo mundo foi de certa forma lenta. Mesmo na Europa o Marketing só começou a ser aceito após a Segunda Guerra Mundial. (RICHERS, 2017)

A importância de criar um plano de marketing reside no fato de que o processo ensina melhor o empreendedor a não negligenciar pontos e fatores relevantes na implementação de um novo negócio. Em outras palavras, ele mostra para o empreendedor primeiramente analisar o mercado e somente depois desenhar a proposta para melhor atender o mercado consumidor. (POLIZEI, 2004).

## 2.4 E-commerce

No Brasil, a empresa pioneira de um modelo semelhante de e-commerce é o Magazine Luiza. Isso aconteceu em 1992, dois anos após a introdução da *World Wide Web*, e não havia Internet no Brasil, como foi divulgada pelo Ministério dos Transportes em 1995. Esse modelo foi posteriormente otimizado e transformado em loja virtual. (MENDONÇA, 2016)

Desde a popularidade da Internet e do e-commerce, tem atraído a atenção de empresas, instituições e consumidores em todo o mundo, apresentando uma taxa de crescimento considerável. Por meio deste trabalho, analisaremos as origens do e-commerce nos Estados Unidos e sua expansão global, especialmente no Brasil. Também busca encontrar perfis de usuários brasileiros de e-commerce, bem como as peculiaridades do mercado no país. (MENDES, 2013)

A evolução do e-commerce trouxe uma nova forma de comprar e vender, e isso é feito somente através de contatos virtuais e muito rápidos, as pessoas podem acessar de qualquer lugar, simplificando assim o processo de compra online. (MULLER, 2013)

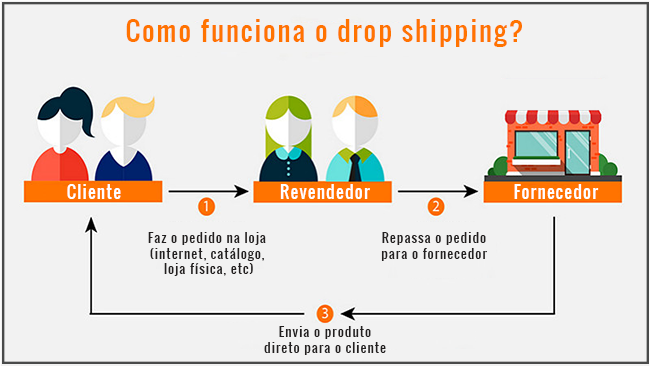
Este é um padrão indiscutível e inegociável. A seleção de fornecedores de qualidade é fundamental não apenas para as vendas, mas também para a fidelidade do cliente. Consumidores insatisfeitos raramente repetem experiências de compra, além disso, produtos de qualidade duvidosa podem prejudicar muito a reputação da sua marca. Então, devemos nos certificar se o fornecedor escolhido se encaixa no quesito. (BELO, 2022)

## 2.5 Dropshipping

O *Dropshipping* vem do termo vem da palavra *drop*, que significa “largar” e *shipping*, que significa remessa, que é derivado de uma combinação das palavras *drop* e *shipping*. Interpretando literalmente essas traduções, podemos dizer que é como se uma organização "deixasse" seus bens para outra empresa. (SILVA, 2020)

O gerenciamento de estoque é um desafio logístico. manutenção de estoque e armazenagem de produtos pode representar um alto custo para a empresa (KING, 2004). Surgindo a possibilidade de trabalhar com uma infinidade de produtos, somente tendo que ter um fornecedor de confiança que consiga atender a demanda de pedidos que forem feitas através de seu e-commerce, sem ter que fazer a compra dos produtos antecipadamente, sem ao menos ter que se preocupar com um local com espaço suficiente e seguro para fazer a armazenagem deles. (MODESTO, 2021)

**Figura 1 – Estrutura de um dropshipping.**



Fonte: SIGNIFICADOS, 2022.

O *Dropshipping* é um modelo de gestão da cadeia logística onde uma loja, virtual ou física, realiza vendas de produtos sem a necessidade de estocar esses produtos. A empresa opera como uma revendedora, sendo assim, uma intermediadora da operação de venda que terceiriza o processo de distribuição com fornecedores e da estocagem. Buscou-se entender como seria um começar um negócio com pouco ou com o mínimo dinheiro possível. A pesquisa mostra como é claramente possível com o *dropshipping*, isso por conta das características e dos requisitos do negócio. As pesquisas foram feitas com base em pessoas de sucesso na área (livros, entrevistas, etc.). (BOSCHIM, 2021)

# METODOLOGIA

O projeto do grupo começou a ser realizado depois de um conceito, que seria de uma loja de vestimentas e calçados com a finalidade de proporcionar os melhores produtos que raramente são encontrados na maioria das lojas (e-commerce). Então iniciamos os trabalhos para averiguar todos os detalhes e começar nosso projeto.

Usamos o conhecimento dos membros sobre quais são os produtos mais procurados e reunimos todos em um único site com um preço acessível, levando em consideração a qualidade excepcional e a segurança para os clientes.

Para conseguir alcançar uma quantidade razoavelmente considerável de clientes, promovemos a marca em todas as redes sociais possíveis, utilizando o marketing a nosso favor, de maneira chamativa, que causa grande curiosidade nos clientes para visitar a loja, criar uma boa impressão com a marca, e assim conseguirmos clientes fiéis.

Quando estávamos desenvolvendo nosso trabalho conversamos com os professores e o professor mentor do trabalho para realizarmos corretamente o passo a passo.

Nosso trabalho foi realizado com as linguagens de programação: CSS, HTML, PHP, JAVASCRIPT e SQL, e com isso, um estudo mais avançado por parte dos programadores sobre essas ferramentas, para melhor funcionamento e utilização do site.

Com a realização do trabalho foi necessária a ajuda de alguns professores em aulas presenciais, sendo eles o professor. José Gonçalves Pinto Junior na parte de programação, nos auxiliando e ajudando a melhorar a programação do site, principalmente em PHP. O professor Lucio Rogerio Pelizer Paris e Jonas José Oliveira Duzo na parte escrita do projeto.

Utilizamos alguns livros como fonte de algumas informações da documentação, Google acadêmico para encontrar o tema mais a fundo, e alguns sites no Google quando não achamos informações necessárias.

# RESULTADOS E DISCUSSÃO

## 4.1 Conceito Gráfico

A escolha da paleta de cores do projeto foi decidida após uma concordância entre todos os membros do grupo, que escolheram branco, preto e cinza, uma paleta simples que representa corretamente a ideia gráfica do site. Utilizando também o logotipo da marca na parte superior esquerda, as escolhas das cores neutras foram para prestar mais atenção nos produtos, em vez do site, caso usasse cores mais vivas e chamativas.

## 4.2 Desenvolvimento

**Figura 2 – Código de Cadastro de Cliente.**

Uma imagem contendo Texto

Descrição gerada automaticamente

Fonte: Autoria própria.

A Figura 2 nos mostra a captura de tela da área de cadastro do cliente, na qual ele preenche o breve formulário com seus dados. Assim após preenchido o sistema mandará este formulário para um tratamento antes de guardar as credenciais no banco de dados.

**Figura 3 – Código que guarda as credenciais do cliente.**

Interface gráfica do usuário, Texto, Aplicativo

Descrição gerada automaticamente

Fonte: Autoria própria.

A figura 3 nos mostra a captura de tela da área de classe de clientes, que nada mais é a parte que tratara as credenciais dos clientes, assim podendo guardá-las no banco de dados.

**Figura 4 – Código de Listagem de Tenis.**

Interface gráfica do usuário, Texto, Aplicativo, Email

Descrição gerada automaticamente

Fonte: Autoria própria.

A Figura 4 nos mostra a captura de tela da área que listará todos os tênis cadastrados no site. Assim podendo ver algumas informações básicas do produto, como, imagem, nome e preço.

**Figura 5 – Código de login de usuário.**

Texto

Descrição gerada automaticamente

Fonte: Autoria própria.

A Figura 5 nos mostra a captura de tela da área de login do cliente. Ele irá preencher com seu e-mail e senha cadastrada, assim o sistema verificara se a alguma falha nas credenciais, caso não ocorra os usuários fará seu login com sucesso.

## 4.3 Publicação

Nosso site atualmente está hospedado em localhost, que consiste criar uma hospedagem na própria máquina. E para tudo isso ser feito estamos usando o XAMPP, que nos oferece um pacote com os principais servidores, que inclui banco de dados MySQL e Apache com suporte as linguagens PHP. Assim nos dando o suporte necessário para desenvolver o projeto.

Futuramente planejamos hospedar nosso site em na Hostinger que é a melhor hospedagem brasileira que nos oferecer alta confiabilidade e suporte local. Pretendemos comprar um domínio que esteja disponível e que leve o nome da marca.

## 4.4 Prototipagem

**Figura 6 – Tela Inicial.**

Interface gráfica do usuário, Site

Descrição gerada automaticamente

Fonte: Autoria própria.

Na Figura 6 está a captura de tela da página inicial do site. Onde através dela, é possível acessar pelo menu o buscando o tipo de produto que procura. Nela também temos banners ilustrativos, produtos mais acessados, e uma incorporação com publicações do instagram da loja.

**Figura 7 – Tela de cadastro.**

Interface gráfica do usuário, Texto, Aplicativo

Descrição gerada automaticamente

Fonte: Autoria própria.

Na Figura 7 está a captura de tela cadastro do cliente, na qual ele preenche o breve formulário com seu nome, CPF, endereço, e-mail e etc. Assim o usuário poderá ter um cadastro na loja, podendo fazer compras dos produtos desejados.

**Figura 8 – tela de produto.**

Interface gráfica do usuário, Aplicativo, Email, Site

Descrição gerada automaticamente

Fonte: Autoria própria.

Na Figura 8 está a captura de tela de produto. Nela contém uma breve descrição do produto, juntamente com nome, marca, tamanho que o cliente desejará e quantidade. Após ele preencher os campos de tamanho e quantidade ele pode dar andamento, assim podendo finalizar seu pedido.

**Figura 9 – Tela de listagem de produtos.**

Interface gráfica do usuário

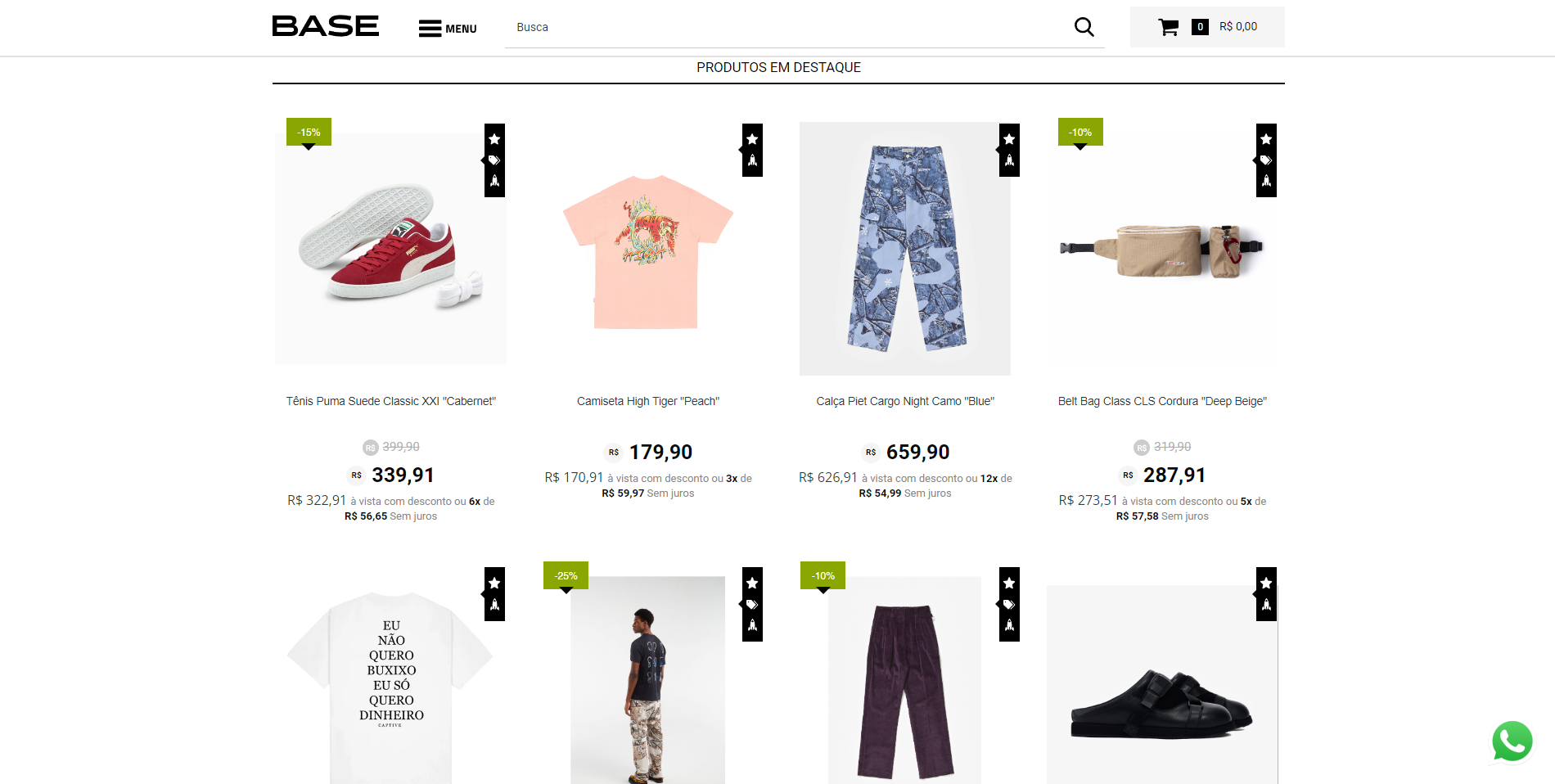
Descrição gerada automaticamente com confiança média

Fonte: Autoria própria.

Na Figura 9 está a captura de tela de listagem de produtos cadastrados. Após o administrador cadastrar o produto com todos os dados requisitados, ele aparecerá nesta tela juntamente com todos os produtos. Caso o administrador tenha preenchido alguma informação incorreta o basta clicar em editar, assim podendo abrir uma tela de edição dele. Ou caso ele queira excluir ele o basta excluir, assim bastando ele apertar o botão de excluir.

## 4.5 Aplicativos Semelhantes

**Figura 10 – Página de produtos.**



Fonte: Base Sneakers, 2022.

Na Figura 10 está a captura de tela do site da Base Sneakers, que é uma empresa especializada em tênis, roupas e acessórios originais de marcas renomadas do mercado. Nossa inspiração em cima do site foi o design claro e objetivo que existem nele, principalmente nas opções de filtragem de produto

**Figura 11 – Página Inicial do site.**



Fonte: Base Sneakers, 2022.

Na Figura 11 está a captura de tela do site da Base Sneakers, essa imagem especificamente de um site que trabalha com os mesmos produtos que o nosso projeto denominado “Base Sneakers” que é semelhante ao nosso site de e-commerce, na parte inicial do site percebemos um *Slideshow* mostrando os produtos mais procurados, as novidades/lançamentos, e vários produtos em destaque.

## 4.6 Análise de Teste de Software

A análise de teste de tem como objetivo de identificar falhas no sistema, erros de exclusão, entrada e alteração de dados.

Para isso realizamos o teste caixa preta, pois ​ele tem com o objetivo de simular o projeto em busca de erros,​assim percebe-se se há falha nas entradas de dados. Erros de entrada podem ocorrer quando o usuário tenta fazer o seu cadastro ou o seu login, durante o processo podem ser detectados erros.

Sistema: EasySneakers

Versão: 3.0

Data do Teste: 30/11/2022

Horário do Teste: 19:34

**Tabela 1 – Teste de Software.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tipo | Funcionalidade | Nível do problema | Descrição | Autor |
| Entrada de dados | Cadastro de Cliente | Médio | Permite a entrada do mesmo CPF e EMAIL de dois clientes diferentes | João |
| Entrada de dados | Cadastrar Produto | Sem problemas |  | Matheus |
| Exclusão | Exclusão nas tabelas de cliente e Produto | Sem problemas |  | João Luis |
| Alteração de dados | Alteração nas tabelas de cliente e Produto | Sem problemas |  | Diego |
| Entrada de dados | Relatório de Vendas | Alto | Não tem relacionamento com o cliente que realizou a compra | Marcio |
| Navegação | Compatibilidade com navegadores | Sem problemas |  | Kaue |

Fonte: Autoria própria.

Na tabela 1 nos mostra os erros encontrado no sistema, como no cadastro de cliente que permite a entrada de dois CPF e e-mail, também encontramos um erro no relatório de venda que não está relacionado com o cliente que a comprou.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na finalização do projeto, o resultado saiu como esperávamos para o momento, mas ainda tínhamos muitas ideias em mente, o pensamento do grupo em geral era criar um site com fácil acesso, fornecendo produtos de ótimas qualidades e preço justo para os clientes, visando satisfazer e conquistar o cliente com o marketing.

Uma das maiores importâncias é prezar pelo custo-benefício de produtos de difícil acesso, as vezes sendo impossível de encontrar em grandes redes.

Implementar um sistema de segurança com forma de pagamento seguro, implementar carrinho de compras, implementar um sistema que organize um relatório mensal nas vendas e pedidos realizados.

Para a continuidade do projeto, o grupo tem em mente o seguinte pensamento: prosseguir com a loja, sempre buscando melhorias tanto nos produtos, quanto no sistema, procurando expandir cada vez mais o negócio utilizando da estratégia de marketing.

# REFERÊNCIAS

Banco de dados: saiba o que é, os tipos e a importância para o site da sua empresa. **RockContent**. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/banco-de-dados/>. Acesso em: 25 de maio de 2022.

BARCELLOS, Ricardo; SCHELELA, Simone Schuster. Marketing e vendas. 2018.

BASE SNEAKERS. Disponível em: < https://www.basesneakers.com.br/>. Acesso em: 29 de novembro de 2022.

BOSCHIM, Guilherme et al. Dropshipping. 2021.

CHURCHILL, Gilbert A. et al. **Marketing**. Saraiva Educação SA, 2017.

Como escolher bons fornecedores. **Fernanda Belo.** Disponível:< https://www.nuvemshop.com.br/blog/como-escolher-bons-fornecedores-para-empresa/ > Acesso em: 15 de novembro de 2022.

DAUILIBI, Roberto et al. Criatividade e marketing. 2009.

DE MENDONÇA, Herbert Garcia. **E-commerce**. Revista Inovação, Projetos e Tecnologias, v. 4, n. 2, p. 240-251, 2016.

DE MENDONÇA, Herbert Garcia. E-commerce. **Revista Inovação, Projetos e Tecnologias**, v. 4, n. 2, p. 240-251, 2016.

EGGERT, A. Intangibility and perceived risk in online environments. **Journal of Marketing Management**, v. 22, n. 5-6, p. 553-572, 2006.

GARCIA, Vinícius Nascimento et al. **Estratégia dropshipping e crossdocking: uma aplicação da MATRIZ SWOT**. Tese de Doutorado. [sn]. 2022

HOFFMAN, D. L.; NOVAK, T. P.;PERALTA, M. A. Building consumer trust online. **Communications of the ACM**, v. 42, n. 4,p. 80-85, 1999.

**JAVASCRIPT: O QUE É, PARA QUE SERVE E COMO FUNCIONA O JS.** Roveda, Ugo.Disponível em: <https://kenzie.com.br/blog/javascript/> Acesso em:29 de novembro de 2022.

KIM, S.; STOEL, L. Dimensional hierarchy of retailwebsite quality. **Information & Management**, v. 41,n. 5, p. 619-633, 2004.

KING, David; TURBAN, Efraim. **Comércio Eletrônico: Estratégia e Gestão**. 1. ed.

São Paulo: Pearson Universidades, 2004. 436 p.

Linguagens para Programação Web. **PortalwebDesigner**. Disponível em: <https://portalwebdesigner.com/programacao/>. Acesso em: 25 de maio de 2022.

MALLETA, Bruno. **E-commerce de moda: segunda versão 2013**. Disponível em: <http://www.slideshare.net/ebricks/e-bricks-msensemoda2013>. Acesso em: 06 out. 2013

Marketing nas Redes Sociais: como alcançar os melhores resultados em cada rede. **Camila Casarotto.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-nas-redes- sociais/#:~:text=Também%20é% 20chamado%2C%20em%20inglês,c lientes%20e%20gera%20mais%20conversões> Acesso em: 15 de novembro de 2022.

MCCOLE, P.; EGGERT, A. **A critical evaluation of the role of trust in direct marketing over the internet**. In: SPOTTS, H. E.; MEADOW, H. L.; SMITH, S. M. (Eds.).

MENDES, Laura Zimmermann Ramayana**. E-commerce: origem, desenvolvimento e perspectivas**. 2013.

MODESTO, Matheus; GAMBARATO, Vivian Toledo. **APLICAÇÃO DO MÉTODO DROPSHIPPING EM E-COMMERCE DE ELETRÔNICOS**. In: X JORNACITEC-Jornada Científica e Tecnológica. 2021.

MULLER, Vilma Nilda. E-commerce: vendas pela internet. **Fundação Educacional do Municipio de Assis**, 2013.

NEREU, Camila Oliveira. **E-commerce e suas vantagens para uma microempresa de vestuário em Brasília**, 2010.

NIEDERAUER, Juliano. **Desenvolvendo Websites com PHP-2ª Edição: Aprenda a criar Websites dinâmicos e interativos com PHP e bancos de dados**. Novatec Editora, 2011.

**O BÁSICO, O QUE É HTML. Eis, Diego**. Disponível em: <https://tableless.com.br/o-que-html-basico/> Acesso em: 29 de novembro de 2022

O que é marketing. **Lara Pires.** Disponível: <https://escolaeducacao.com.br/o-que-e-marketing/> Acesso em: 15 de novembro de 2022.

O que é marketing. **Significados**. Disponível em: <https://www.significados.com.br/marketing/>. Acesso em: 25 de maio de 2022.

PARK, J.; LEE, Y.; WIDDOWS, R. Empirical investigation on reputation and product information for trust formation in consumer to consumer market**. Journal of the Academy of Business and Economics**, v. 3, n. 1, p. 231-239, 2004.

POLIZEI, Eder. **Plano de Marketing.** 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2004. 19 p.

**Proceedings of the Tenth Biennial World Marketing Congress: Global Marketing Issues at the Turn of the Millennium**. Cardiff, Wales: The Academy, 2001.

RICHERS, Raimar. **O que é marketing**. Brasiliense, 2017.

SETE MAIORES PROBLEMAS COM GESTÃO DE MARKETING. **Trend2b.** Disponível em:<https://trend2b.com/pt-BR/blog/7-maiores-problemas-com-gestao-de-marketing> Acesso em: 15 de novembro de 2022.

Setor de moda aumenta número de vendas no e-commerce brasileiro. **MoneyTimes**. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/setor-de-moda-aumenta-numero-de-vendas-no-e-commerce-brasileiro/#:~:text= Para%20o%20setor %20de%20moda%2C%20os%20n%C3%BAmeros%20tamb%C3%A9m%20s%C3%A3o%20bastante,%2C18%25%20ano%20a%20ano>. Acesso em: 25 de março de 2022.

SIGNIFICADOS. **Drop Shipping: o que é, exemplos, vantagens e desvantagens.** Disponível em: < https://www.significados.com.br/drop-shipping/ >. Acesso em: 01 de dezembro de 2022.

SILVA, Ailton. **Dropshipping Tudo o que você deve saber sobre o assunto**. Disponível em: <https://www.fiscalti.com.br/drop-shipping-tudo-o-que-voce-deve-saber-sobre-o-assunto/>. Acesso em: 02 de dezembro de 2022.

TONSIG, Sérgio L. **MySQL Aprendendo na prática**. 1ª edição. Rio de janeiro: Editora Ciência Moderna, 2006. 273 p.

TORRES, Eduarda dos Santos; PEREIRA, Raissa Geovanna Alves. Desafios do marketing digital estudo de caso: a implantação do marketing digital na empresa Lollipop moda infantil de Parapuã/SP. 2022.