**COLÉGIO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL**

**[CARMELO PERRONE C E PE EF M PROFIS](http://cdn.novo.qedu.org.br/escola/41071026-carmelo-perrone-c-e-pe-ef-m-profis)**

**CURSO TÉCNICO EM DESENVOLVIMENTO DE SISTEMA**

**ALUNO1**

**ALUNO2**

**NOME DO PROJETO**

**CASCAVEL - PR**

**2024**

**ALUNO1**

**ALUNO2**

**NOME DO PROJETO**

Projeto de Desenvolvimento de Software do Curso Técnico em Informática do Colégio Estadual de Educação Profissional CARMELO PERRONE C E PE EF M PROFIS– Cascavel, Paraná.

Orientadores: Profª Aparecida S.Ferreira[[1]](#footnote-0)

Profª. Maria 2

**CASCAVEL - PR**

**2023**

**ALUNO1**

**ALUNO2**

Gabriel Ceconi Heidemann N°10

**NOME DO PROJETO**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado e aprovado pelo Curso Técnico em Informática do Colégio Estadual de Educação Profissional Pedro Boaretto Neto.

Cascavel, Pr., xx de Xxxxx de 2023

**COMISSÃO EXAMINADOR**

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª. Aparecida da S. Ferreira1  Especialista em Tecnologia da Informação  *Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel*  Orientadora | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª MARIA  Banco de dados |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª. Aparecida da S. Ferreira1  Especialista em Tecnologia da Informação  *Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel*  WEB DESIGN | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Profª ELIANE MARIA DAL MOLIN CRISTO  Especialista em Educação Especial: Atendimento às Necessidades Espe. - Faculdade Iguaçu-ESAP  Coordenadora de curso |
|  |  |

Sumário

# INTRODUÇÃO

O comércio eletrônico, também conhecido como e-commerce, surgiu no Brasil por volta dos anos noventa com a comercialização de produtos pequenos, de baixo valor e com pouca variedade de produtos. Com o avanço das vendas, a oferta de produtos passou a ser mais ampla e inclusive serviços já podem ser contratados de forma on-line (ARANTES, 2016). Foi durante o período da pandemia que as vendas através do comércio eletrônico ganharam maior popularidade. Segundo relatório divulgado pela Neotrust. (2021), no primeiro trimestre de 2021, o e-commerce totalizou mais de 35 bilhões de reais em faturamento, o que representa um crescimento de 72.2% em comparação com o mesmo período do ano de 2020.

**Características do Site:** Interface, Segurança e privacidade: Medidas robustas de segurança de dados serão implementadas para proteger as informações pessoais e financeiras dos clientes. Avaliações e feedback: Um sistema de avaliações e comentários permitirá aos clientes compartilhar suas opiniões sobre os produtos, promovendo transparência e confiança.

**Estratégias de Marketing:** Campanhas de mídia social: Serão desenvolvidas estratégias de marketing digital para promover o site nas redes sociais, envolvendo potenciais clientes e construindo uma comunidade online.

Promoções e descontos: Ofertas especiais, descontos e brindes serão oferecidos regularmente para atrair e reter clientes, incentivando a fidelidade à marca.

O projeto visa preencher uma lacuna no mercado de comércio eletrônico de cosméticos e joias, fornecendo uma plataforma online abrangente e confiável para os consumidores adquirirem produtos de beleza e acessórios (Joias) de forma conveniente e personalizada. A implementação dessas estratégias garantirá o sucesso do site, atendendo às expectativas dos clientes e construindo uma marca sólida no setor de cosméticos e acessórios (Joias).

## Apresentação do Problema

Uma das motivações para a criação do site, foi para facilitar a revenda de cosméticos e joias da Franciele mãe do Eduardo. Um dos problemas que irá resolver será, facilidade na hora da venda, o cliente ira conseguir ver os produtos que temos com mais facilidade e será mais rápido em ambos os lados.

# 2 OBJETIVOS

.O objetivo principal do projeto é criar uma plataforma digital que ofereça uma ampla gama de cosméticos, desde maquiagem e cuidados com a pele até produtos para cabelo e fragrâncias, proporcionando aos clientes uma experiência de compra conveniente, segura e satisfatória.

O objetivo principal do projeto é criar uma plataforma digital que ofereça uma ampla gama de joias, desde correntes, pulseiras, tornozeleiras e brincos em prata e ouro

# 3 METODOLOGIA

No presente artigo foi desenvolvida uma pesquisa de natureza básica, com abordagem qualitativa e com objetivo de pesquisa exploratória e prescritiva. Sobre os procedimentos metodológicos foi desenvolvida pesquisa bibliográfica sobre o tema proposto e pesquisa de campo para entender as práticas atuais do mercado. A pesquisa foi realizada de acordo com as seguintes etapas: 1) Pesquisa bibliográfica realizada em livros sobre os tipos de processos de logística para e-commerce, vantagens e desvantagens: foi realizado através de um levantamento na literatura sobre os processos logísticos de armazenagem e distribuição de produtos que são aplicáveis para e-commerce, comparando estes métodos com a logística tradicional. Para tal, foi realizada pesquisa na biblioteca virtual Pearson buscando palavras chave: e-commerce, logística e distribuição de produtos; 2) Pesquisa bibliográfica realizada em artigos sobre estudos de caso logística para e-commerce: Este levantamento foi realizado através de pesquisa em bibliotecas virtuais de universidades, sites e banco de dados como Google Scholar, onde foram pesquisados artigos acadêmicos que abordam as estratégias logísticas adotadas por empresas que migraram para o e-commerce, vantagens e 8 desvantagens relacionadas a casos reais. Foram pesquisados artigos com estudo de caso com o foco em e-commerce no período de 2000 a 2022; 3) Entrevista com empresários do segmento de e-commerce para compreender as melhores práticas de distribuição de produtos adotadas na atualidade, assim como mapear as variáveis de maior impacto para escolha do processo logístico e dificuldades atuais do setor: O mapeamento dos empresários foi realizado via redes sociais e os empresários contatados via telefone. A entrevista foi guiada por um roteiro de entrevista e registrados em planilha eletrônica. 4) Elaboração do guia de escolha: Com base nos resultados coletados anteriormente, foi realizada uma análise comparativa de vantagens e desvantagens das estratégias logísticas e elaborado um guia no formato de tabela com o detalhamento destas;

# 4 REFERENCIAL TEÓRICO

ARANTES, Vivianne Dantas. E-commerce: A expansão do setor no Brasil e o comportamento do consumidor. Monografia (Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo) – Curso de Especialização em Estética e Gestão de Moda. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

NEOTRUST. Relatório do Cenário do e-Commerce Brasileiro 2021 - 7ª ed. NEOTRUST, São Paulo, 2021. Disponível em: . Acesso em: 25 de agosto de 2022

# 5 DOCUMENTAÇÃO do projeto

## 5.1 Requisitos

## 5.1.1 Requisitos funcionais

### **5.1.2 Requisitos não funcionais**

Fonte: O autor, 2022

## Diagrama de Contexto

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Fluxo de dados

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Entidade e relacionamento

**Fonte: O autor, 2022**

## Dicionário de Dados

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Caso de Uso

**Fonte: O autor, 2022**

DIAGRAMA 02

**Fonte: O autor, 2022**

### Cadastrar

### Logar

### Cadastro de funcionário/profissional

### Consultar profissionais

### Agendamento

## Diagrama de Classe

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Sequência

**Fonte: O autor, 2022**

## Diagrama de Atividade

**Fonte: O autor, 2022**

# Telas

# Conclusão

# REFERÊNCIAS

1. Eduardo Henrique Pereira da Rosa N°7 [↑](#footnote-ref-0)