

**COLÉGIO ESTADUAL PADRE CARMELO PERRONE –
EFM E PROFISSIONALIZANTE
CURSO TÉCNICO EM DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS**

EYSHILA FERNANDA ALVES DIAS, 8

E-COMMERCE HABIB COFFEE

CASCABEL - PR

2025

EYSHILA FERNANDA ALVES DIAS, 6

E-COMMERCE HABIB COFFEE

Projeto de Desenvolvimento de Software do Curso
Técnico em Desenvolvimento de Sistemas do
Colégio Estadual Padre Carmelo Perrone – EFM e
Profissionalizante – Cascavel, Paraná.

Orientadores: Prof. Alessandra Maria Uhl

CASCADEL- PR

2025

EYSHILA FERNANDA ALVES DIAS, 6

E-COMMERCE HABIB COFFEE

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado e aprovado pelo Curso Técnico em Desenvolvimento de Sistemas do Colégio Estadual Padre Carmelo Perrone – EFM e Profissionalizante.

Cascavel, Pr., 27 de junho de 2025

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Alessandra Maria Uhl
Especialista em Engenharia de Software
Centro Universitário - Univel
Orientadora

Para o meu avô, mesmo distante, iluminou cada
passo e alimentou a persistência nesta jornada.
Aos meus pais, pelo amor que sustenta, ao meu
namorado, pela paz e incentivo, e aos meus
amigos, por cada risada que tornou o peso mais
leve. Esta conquista é para vocês.

AGRADECIMENTOS

Com o coração repleto de gratidão, dedico este espaço a todos que caminharam comigo rumo à conclusão deste TCC e desta etapa tão importante.

Em especial, agradeço às Professoras Alessandra e Maria Dina, cujas sabedoria e orientação foram um farol, guiando-me por cada etapa do projeto. A presença de vocês foi decisiva para o sucesso deste trabalho.

Meus sinceros agradecimentos aos amigos, companheiros de jornada, que dividiram risadas, dúvidas e a alegria das pequenas vitórias. A presença de vocês fez toda a diferença.

À minha família, em particular aos meus pais, que sempre me ofereceram um porto seguro de amor e incentivo, e ao meu namorado, por todo o carinho e paciência. Sem vocês, nada disso seria possível.

E, por fim, ao Carmelo, meu segundo lar desde o sexto ano. Aqui, não só aprendi, mas também cresci e me tornei a pessoa que sou hoje. Minha gratidão por todos os anos de formação.

“Dêem graças ao Senhor, porque ele é bom. O seu amor dura para sempre!”

Salmos 136:1

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Habilidades ou *core competences*²¹

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Mediana IPCA	22
Tabela 2 - Projeção para o PIB	25

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Média de crescimento Ativos Intangíveis 1990-1999	21
---	----

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	4
LISTA DE FIGURAS.....	7
LISTA DE TABELAS.....	8
LISTA DE GRÁFICOS.....	9
SUMÁRIO.....	10
1 INTRODUÇÃO.....	11
1.1.1 Tema.....	12
1.1.2 Apresentação do Problema.....	12
1.2 Hipótese de solução.....	13
1.3 Objetivos.....	13
1.3.1 Objetivo Geral.....	14
1.3.2 Objetivos Específicos.....	14
1.4 Justificativa do Trabalho.....	15
1.5 Estrutura do trabalho.....	16
2 DOCUMENTAÇÃO DO PROJETO.....	17
2.1 Requisitos.....	17
2.2 Diagrama de Contexto.....	17
2.3 Diagrama de Fluxo de dados.....	18
2.4 Diagrama de Entidade e relacionamento.....	19
2.5 Dicionário de Dados.....	19
2.6 Diagrama de Caso de Uso.....	19
2.7 Diagrama de Classe.....	24
2.8 Diagrama de Sequência.....	24
2.9 Diagrama de Atividade.....	25
3 TELAS.....	26
4 CONCLUSÃO.....	27
5 REFERÊNCIAS.....	29
APÊNDICE – Título.....	31
ANEXO A – Título.....	32

1 INTRODUÇÃO

No cenário atual, a transformação digital redefiniu a forma como interagimos com o comércio, impulsionando um crescimento exponencial do e-commerce. Essa modalidade de negócio não apenas otimiza processos para empresas, mas também oferece uma conveniência sem precedentes aos consumidores, permitindo o acesso a uma vasta gama de produtos e serviços a qualquer hora e em qualquer lugar. Paralelamente a essa revolução digital, o mercado de cafés especiais tem ganhado destaque no Brasil e no mundo. Longe de ser apenas uma bebida rotineira, o café especial representa uma experiência sensorial complexa, valorizando a origem do grão, o método de cultivo, a torra e as notas de sabor únicas que cada variedade pode oferecer. O consumidor, cada vez mais exigente e informado, busca não só um produto de qualidade superior, mas também uma narrativa e uma conexão com aquilo que consome.

É nesse contexto que se insere o projeto Habib Coffee, uma plataforma de e-commerce inovadora. Este trabalho visa desenvolver um sistema robusto e intuitivo para a venda online de cafés especiais, que não apenas funcione como um canal de vendas, mas também como um portal para o universo do café de alta qualidade. A proposta é criar uma experiência de compra que reflita a paixão e a arte por trás de cada xícara, conectando produtores e entusiastas de cafés especiais em um ambiente digital seguro e convidativo. Por meio da tecnologia, o Habib Coffee busca democratizar o acesso a produtos de excelência, oferecendo descrições detalhadas, informações sobre a origem e sugestões de preparo, elevando a jornada do consumidor desde a escolha do grão até o momento da degustação.

O quadro abaixo busca mostrar a evolução no que se refere aos ativos intangíveis.

Ano	Autor	Evento e significado
1571	Decisões judiciais	O primeiro registro que se tem da sua utilização refere-se à avaliação da terra

1884	William Harris	Referia-se ao crescimento dos ativos intangíveis
------	----------------	--

Quadro 1 - Evolução histórica relacionada aos ativos intangíveis
Fonte: Adaptado de Schmidt e Santos (2002)

1.1.1 Tema

Este trabalho se insere no campo do desenvolvimento de sistemas e da aplicação de tecnologias da informação para soluções de comércio eletrônico. A era digital redefiniu as relações comerciais, tornando a presença online um diferencial competitivo crucial para empresas de diversos portes e segmentos. Diante desse cenário, a capacidade de projetar e implementar plataformas de e-commerce eficientes, seguras e amigáveis ao usuário tornou-se um dos pilares para o sucesso no mercado contemporâneo. A investigação, portanto, focará nos conceitos e práticas envolvidas na concepção de sistemas que não apenas facilitem transações comerciais, mas que também aprimorem a experiência de compra do consumidor, explorando como a tecnologia pode ser empregada para criar valor e fortalecer o engajamento no ambiente virtual.

1.1.2 Apresentação do Problema

Dentro do vasto e crescente cenário do comércio eletrônico, percebe-se um desafio significativo que transcende a mera disponibilidade de produtos online: a criação de uma experiência de compra que efetivamente capture a essência e o valor de itens que demandam uma apreciação sensorial e um conhecimento aprofundado por parte do consumidor. No caso específico de produtos como cafés especiais, onde a qualidade é definida por nuances de sabor, aroma, origem e processo de cultivo, a transposição da experiência de compra física para o ambiente digital apresenta complexidades adicionais. Tradicionalmente, a escolha de um café especial envolve a interação com especialistas, a degustação e a percepção de detalhes que são difíceis de replicar em uma tela. Diante disso, a questão central que emerge é: como

é possível desenvolver uma plataforma de e-commerce que não apenas viabilize a venda de cafés especiais, mas que também seja capaz de transmitir a riqueza sensorial e as informações detalhadas necessárias para educar o consumidor e enriquecer sua jornada de compra, garantindo a diferenciação do produto em um mercado digital cada vez mais competitivo? Este questionamento visa explorar as abordagens de design, tecnologia e conteúdo que podem mitigar a ausência da experiência tátil e olfativa inerente à compra presencial, transformando o ambiente virtual em um espaço propício para a valorização e a comercialização bem-sucedida de cafés de alta qualidade.

1.2 Hipótese de solução

A hipótese que se propõe para solucionar o problema da venda de cafés especiais online, garantindo que a experiência digital transmita a riqueza sensorial e as informações necessárias, é a de que o desenvolvimento de uma plataforma de e-commerce com foco em uma interface de usuário intuitiva e rica em conteúdo visual e descritivo será capaz de simular a experiência de compra presencial e educar o consumidor sobre as características únicas de cada café. Isso significa que, ao integrar recursos como descrições detalhadas de notas sensoriais, informações sobre a origem e o processo de cultivo, fotografias de alta qualidade dos grãos e embalagens, e até mesmo vídeos explicativos sobre métodos de preparo, a plataforma poderá compensar a ausência do tato e do olfato. Além disso, a implementação de um sistema de avaliação e de recomendações personalizadas contribuirá para a construção de confiança e para a validação da qualidade dos produtos, fortalecendo a decisão de compra do cliente em um ambiente virtual e, consequentemente, impulsionando a comercialização efetiva dos cafés especiais do Habib Coffee.

1.3 Objetivos

O principal propósito deste trabalho é **desenvolver e implementar uma plataforma**

de e-commerce completa e funcional para a venda de cafés especiais, nomeada Habib Coffee. Para alcançar esse objetivo geral, serão estabelecidos uma série de objetivos específicos. Primeiramente, busca-se **projetar uma arquitetura de sistema robusta e escalável** que suporte as funcionalidades essenciais de um e-commerce, incluindo catálogo de produtos, carrinho de compras, sistema de checkout e área do cliente. Em seguida, pretende-se **construir uma interface de usuário intuitiva e visualmente atraente**, que destaque a qualidade e as características sensoriais dos cafés, utilizando descrições detalhadas, imagens de alta resolução e informações sobre a origem e o processo de cada grão. Outro objetivo fundamental é **garantir a segurança das transações e dos dados dos usuários**, implementando protocolos de segurança adequados para proteger informações pessoais e financeiras. Adicionalmente, visa-se **otimizar a experiência do usuário em diferentes dispositivos**, assegurando a responsividade do site para acesso via computadores, tablets e smartphones. Por fim, o projeto tem como meta **demonstrar a viabilidade técnica e comercial** de um e-commerce especializado em cafés de alta qualidade, apresentando um protótipo funcional que valide a hipótese de que um design focado na experiência sensorial pode impulsionar as vendas nesse nicho de mercado.

1.3.1 Objetivo Geral

- a) Desenvolver uma plataforma de e-commerce completa e funcional para a venda de cafés especiais.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) **Analisar** as necessidades e expectativas do público-alvo para a compra de cafés especiais online.
- b) **Projetar** a arquitetura de sistema do e-commerce, incluindo o banco de dados e a integração das funcionalidades.

- c) **Desenvolver** a interface de usuário (UI) e a experiência do usuário (UX) com foco na apresentação visual e descritiva dos cafés.
- d) **Implementar** os módulos essenciais do e-commerce, como catálogo de produtos, carrinho de compras, processo de checkout e sistema de gerenciamento de pedidos.
- e) **Integrar** um sistema de pagamento seguro e opções de envio para simular o processo de compra completo.
- f) **Realizar** testes de usabilidade e funcionalidade para garantir o desempenho e a estabilidade da plataforma.

1.4 Justificativa do Trabalho

A realização deste projeto, focado no desenvolvimento de uma plataforma de e-commerce para cafés especiais, justifica-se por diversas razões de importância, oportunidade e viabilidade, tanto no âmbito técnico-prático quanto no pessoal. A relevância da pesquisa reside na crescente digitalização do comércio e na expansão do mercado de cafés especiais no Brasil, um segmento que demanda plataformas digitais capazes de traduzir a complexidade sensorial e a riqueza de informações desses produtos para o ambiente online. A oportunidade é evidente ao se observar a lacuna de experiências de compra digital que verdadeiramente valorizem e eduquem o consumidor sobre cafés de alta qualidade, indo além da simples transação. A criação do Habib Coffee, portanto, não apenas atende a uma demanda de mercado, mas também posiciona-se como um estudo de caso prático sobre como a tecnologia pode ser empregada para aprimorar a interação entre produto e consumidor em um nicho específico.

Do ponto de vista prático e técnico, este trabalho proporcionará a aplicação e o aprofundamento dos conhecimentos adquiridos no curso técnico de desenvolvimento de sistemas, consolidando habilidades em diversas áreas como arquitetura de software, design de interface e experiência do usuário, segurança da informação e gerenciamento de banco de dados. A construção de um sistema completo e funcional, desde a concepção até a implementação, representa um

desafio real que culminará em um produto tangível, com potencial de aplicação em cenários mercadológicos futuros.

Em termos pessoais, este projeto é crucial para a conclusão do curso técnico, representando a materialização de todo o aprendizado e a demonstração da capacidade de desenvolver uma solução complexa e relevante. Além disso, a imersão no universo dos cafés especiais oferece um enriquecimento cultural e uma perspectiva sobre as especificidades de um mercado com alto valor agregado, unindo o interesse pessoal ao rigor técnico exigido em um trabalho de conclusão de curso. Assim, o Habib Coffee não é apenas um projeto acadêmico, mas uma contribuição que alinha a inovação tecnológica com as demandas de um mercado em ascensão, provando a viabilidade de se criar uma experiência de compra online diferenciada e envolvente para um produto tão particular.

1.5 Estrutura do trabalho

2 DOCUMENTAÇÃO DO PROJETO

2.1 Requisitos

Um e-commerce que oferece produtos de preparo de cafés variados e diferenciados.

- Para a compra é necessário um cadastro do cliente, com nome, CPF, endereço, CEP, telefone, email, data de nascimento e senha.
- Com a compra, o sistema gera um carrinho com todos os itens selecionados para confirmar compra, pedirá a forma de pagamento, podendo gerar PIX, cadastro de cartão, boleto. Para confirmar a compra é necessário a escolha de endereço.
- Já para o ADM, será possível editar e excluir usuários, cadastrar, editar e remover produtos.
- Para o cadastro de produtos é necessário o código do produto, nome do produto, preço e descrição do produto.
- Se o usuário já possui cadastro, é necessário fazer login com email e senha.
- Se o ADM já tiver cadastro, será somente necessário logar com email e senha.
- A empresa terá o cadastro com nome, endereço, telefone, email e CNPJ.

2.2 Diagrama de Contexto

Descrever um parágrafo com citação direta ou indireta, depois explicar cada diagrama.

Exemplo.

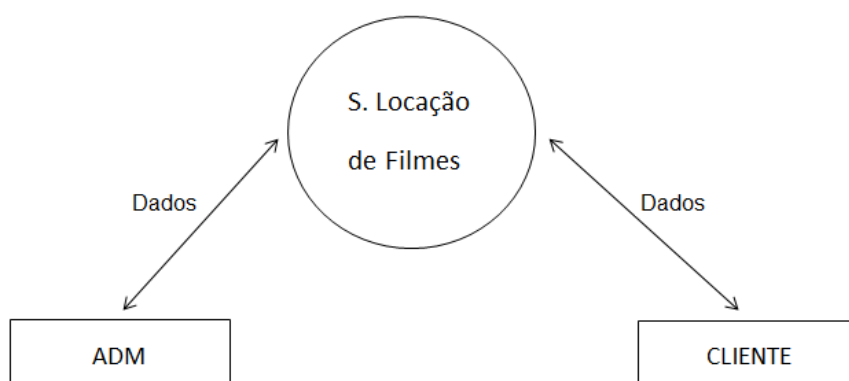
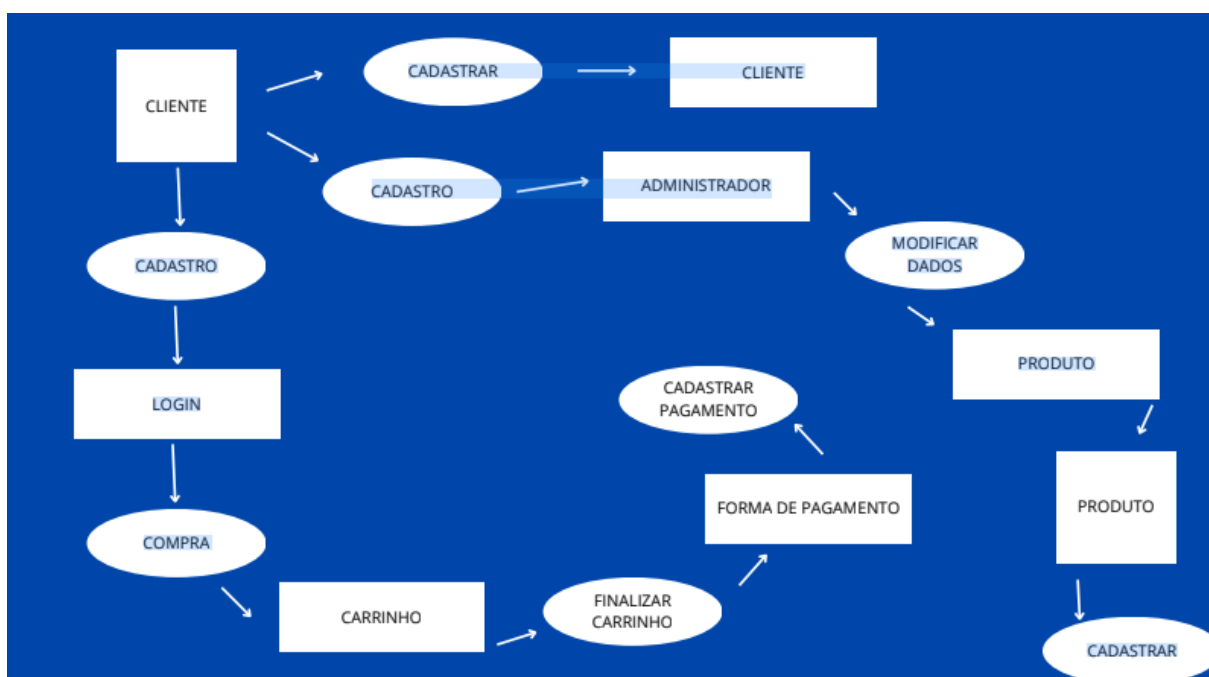


Figura 1 Diagrama de Contexto Da Vídeo Locadora

Fonte: (Elaborado pelo autor, 2015)

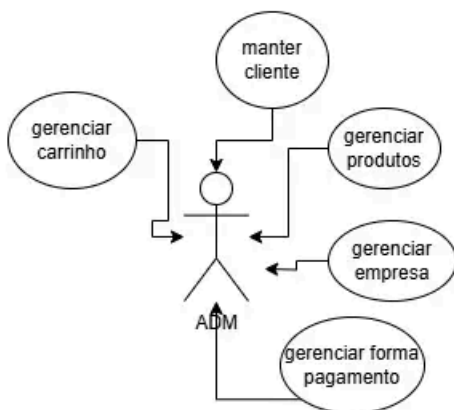
2.3 Diagrama de Fluxo de dados



2.4 Diagrama de Entidade e relacionamento

2.5 Dicionário de Dados

2.6 Diagrama de Caso de Uso



Cenário 01 - Manter Clientes

Ator: Administrador;

Pré-Condição: Administrador logado no sistema;

Fluxo Normal: Administrador acessa a página de clientes adiciona, edita ou remove informações de um cliente sistema salva as alterações e confirma a ação;

Pós-Condição: Dados dos clientes atualizados corretamente;

Fluxo Alternativo: Se houver erro no salvamento, sistema exibe mensagem e permite correção;

Cenário 02 - Gerenciar Produtos

Ator: Administrador

Pré-Condição: Administrador logado no sistema

Fluxo Normal: Administrador acessa a página de produtos adiciona, edita ou remove um produto do catálogo sistema confirma e atualiza a base de dados

Pós-Condição: Produto atualizado corretamente no sistema

Fluxo Alternativo: Se houver erro no salvamento, sistema exibe mensagem e permite correção

Cenário 03 - Gerenciar Empresa

Ator: Administrador

Pré-Condição: Administrador logado no sistema

Fluxo Normal: administrador acessa a página de configurações da empresa edita informações como

nome, endereço e dados de contato sistema confirma e salva as alterações

Pós-Condição: Dados da empresa atualizados corretamente

Fluxo Alternativo: Se houver erro no salvamento, sistema exibe mensagem e permite correção

Cenário 04 - Gerenciar Forma de Pagamento

Ator: Administrador

Pré-Condição: Administrador logado no sistema

Fluxo Normal: Administrador acessa a página de formas de pagamento adiciona,

edita ou remove

métodos aceitos sistema confirma e salva as alterações

Pós-Condição: Métodos de pagamento atualizados corretamente

Fluxo Alternativo: Se houver erro no salvamento, sistema exibe mensagem e permite correção

Cenário 05 - Gerenciar Carrinho

Ator: Cliente

Pré-Condição: Cliente autenticado e navegando no catálogo

Fluxo Normal: Cliente adiciona produtos ao carrinho ajusta quantidades e revisa itens finaliza a compra

ou salva o carrinho para mais tarde

Pós-Condição: Carrinho atualizado corretamente no sistema

Fluxo Alternativo: Se houver erro na atualização do carrinho, sistema exibe mensagem e permite ajustes

Cenário 06 - Alterar dados do carrinho

Ator: Cliente

Pré-Condição: O cliente deve estar autenticado e ter itens adicionados ao carrinho.

Fluxo Normal: O cliente acessa o carrinho, altera a quantidade ou remove um item, e confirma as mudanças.

Pós-Condição: O sistema atualiza os dados do carrinho e reflete as alterações no subtotal e total.

Fluxo Alternativo: Se o produto não estiver mais disponível, o sistema informa o

cliente e remove automaticamente do carrinho.

Cenário 07 - Visualizar forma de pagamento

Ator: Cliente

Pré-Condição: O cliente deve estar autenticado e ter itens no carrinho.

Fluxo Normal: O cliente acessa a tela de checkout e visualiza as opções de pagamento disponíveis.

Pós-Condição: O sistema exibe as formas de pagamento, permitindo que o cliente escolha uma.

Fluxo Alternativo: Se houver restrições de pagamento, o sistema notifica o cliente e oferece opções alternativas.

Cenário 08 - Consultar clientes

Ator: Cliente (administrador ou funcionário autorizado)

Pré-Condição: O cliente deve ter permissões administrativas.

Fluxo Normal: O usuário acessa a área de gerenciamento de clientes, pesquisa pelo nome ou CPF e visualiza os dados cadastrados.

Pós-Condição: O sistema exibe as informações do cliente solicitado.

Fluxo Alternativo: Se o cliente não for encontrado, o sistema exibe uma mensagem de erro e sugere novas buscas.

Cenário 09 - Cadastrar clientes

Ator: Cliente (novo usuário)

Pré-Condição: O cliente deve acessar o sistema e preencher os dados obrigatórios.

Fluxo Normal: O usuário insere os dados de cadastro e confirma a operação.

Pós-Condição: O sistema cria o novo cliente e envia uma confirmação.

Fluxo Alternativo: Se houver erro nos dados, o sistema exibe notificações indicando ajustes necessários.

Cenário 10 - Alterar dados do cliente

Ator: Cliente

Pré-Condição: O cliente deve estar autenticado.

Fluxo Normal: O cliente acessa a área de perfil, altera suas informações e salva as mudanças.

Pós-Condição: O sistema atualiza os dados do cliente e confirma a alteração.

Fluxo Alternativo: Se os novos dados forem inválidos, o sistema alerta o cliente e impede a atualização.

Cenário 11 - Consultar produtos

Ator: Cliente

Pré-Condição: O cliente deve estar autenticado.

Fluxo Normal: O cliente acessa a página de produtos, filtra por categoria ou nome e visualiza detalhes de um item.

Pós-Condição: O sistema exibe as informações detalhadas do produto.

Fluxo Alternativo: Se o produto estiver indisponível, o sistema notifica o cliente e sugere itens similares.

Cenário 12 - Fazer login

Ator: Cliente

Pré-Condição: O cliente deve ter um cadastro válido.

Fluxo Normal: O cliente insere credenciais e acessa o sistema com sucesso.

Pós-Condição: O sistema permite o acesso às funcionalidades.

Fluxo Alternativo: Se as credenciais forem inválidas, o sistema informa o erro e permite recuperação de senha.

Cenário 13 - Visualizar carrinho

Ator: Cliente

Pré-Condição: O cliente deve estar autenticado.

Fluxo Normal: O cliente acessa a área de carrinho e visualiza os produtos adicionados, preços e quantidades.


Pós-Condição: O sistema exibe as informações do carrinho atualizadas.

Fluxo Alternativo: Se o carrinho estiver vazio, o sistema exibe uma mensagem informando essa condição e sugere produtos.

2.7 Diagrama de Classe**2.8 Diagrama de Sequência**

2.9 Diagrama de Atividade

3 TELAS



TUDO PARA CAFÉ EM SÓ LUGAR

MEUS PEDIDOS / COMPRE PELO WHATSAPP


Olá!


Entre ou se cadastre

CAFÉ


ACESSÓRIOS

PROMOÇÕES






Fale com especialistas e tire suas dúvidas




Mais de 16 anos de experiência



Entrega rápida e segura em todo o Brasil




Pix com desconto ou até 6x sem juros



CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}




CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}



CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}



CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}




CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}




CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}




CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}



CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}




CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}



CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}



CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}



CAFÉ BAGGIO
R\$ 49,90^{*cada}



Atendimento: (45) 99933-7261 | (45) 9 8428-6494
De segunda a sexta-feira 07:10h às 12:25h
Visite a nossa loja: Rua Curitiba, 1417 - Neva
Cascavel - PR - 85802-000



Loja

Café
Acessórios
Promoções

5 CONCLUSÃO

A jornada de desenvolvimento da plataforma Habib Coffee, objeto central deste Trabalho de Conclusão de Curso, permitiu a concretização dos objetivos propostos, culminando em uma solução de e-commerce funcional e alinhada às expectativas do mercado de cafés especiais. A hipótese inicial de que um design focado na experiência sensorial e na riqueza de conteúdo educacional seria capaz de replicar a experiência de compra presencial e diferenciar o produto no ambiente digital foi validada através da implementação de recursos como descrições detalhadas, imagens de alta qualidade e informações sobre a origem e o processo dos grãos.

Os resultados obtidos demonstram a viabilidade técnica da construção de uma plataforma robusta e segura para o comércio eletrônico de nicho, aplicando conhecimentos em arquitetura de sistemas, desenvolvimento front-end e back-end, e gestão de banco de dados. A interface intuitiva e visualmente atraente, projetada com foco na experiência do usuário, facilita a navegação e o acesso às informações, permitindo que o consumidor explore as nuances de cada café antes da decisão de compra. Além disso, a implementação dos módulos essenciais, como carrinho de compras e sistema de checkout, bem como a integração simulada de métodos de pagamento e envio, confirmam a capacidade de processar transações de forma eficiente.

Apesar do sucesso na concretização do Habib Coffee como um protótipo funcional, é importante reconhecer que o escopo de um trabalho de conclusão de curso possui suas limitações. Para futuras pesquisas e aprimoramentos, sugere-se a implementação de um sistema de avaliação e *reviews* por parte dos usuários, o que poderia fortalecer a prova social e auxiliar na decisão de outros consumidores. A incorporação de inteligência artificial para recomendações personalizadas com base no histórico de compras ou preferências declaradas seria outro avanço significativo, elevando ainda mais a experiência do cliente. Por fim, a exploração de integrações com sistemas de logística avançados e plataformas de marketing digital abriria novas perspectivas para a escalabilidade e o alcance do Habib Coffee, consolidando-o como uma referência no e-commerce de cafés especiais. Este

trabalho, portanto, não apenas representa a aplicação prática do conhecimento técnico adquirido, mas também serve como um ponto de partida para a contínua inovação no crescente universo do comércio eletrônico.

6 REFERÊNCIAS

Referências: centralizado,
negrito e maiúsculas.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS UNIVERSIDADES PRIVADAS. Dados. Disponível em: <www.anup.com.br>. Acesso em: 20 nov. 2002.

ARRUDA, José Ricardo Campelo. **Políticas & indicadores da qualidade na educação superior**. Rio de Janeiro: Dunya; Qualitymark, 1997.

BASTOS, Antonio V. B. Comprometimento organizacional: um balanço dos resultados e desafios que cerca essa tradição de pesquisa. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 33, n. 3, p. 52-64, 1993.

_____. **Comprometimento no trabalho**: a estrutura dos vínculos do trabalhador com a organização, a carreira e o sindicato. Brasília: 1994. Tese (doutorado), Universidade de Brasília.

BLAU, G. The measurement and prediction of career commitment. **Journal of Occupational Psychology**, v. 58, p. 277-288, 1985.

BORDIGNON, Neusa. **A trajetória histórico-institucional da Unoesc**: legitimidade e perspectivas. Florianópolis: 2000. Dissertação (mestrado), Universidade Federal de Santa Catarina.

CANDIDA, Maria das Graças. **Diagnóstico Ambiental**: aplicação da etapa inicial de um modelo do planejamento estratégico para instituição de ensino superior da iniciativa privada: o caso da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel. Cascavel: 2001. Monografia (graduação), União Educacional de Cascavel.

CARDOSO, Olga Regina, **Foco da qualidade total de serviços no conceito do produto ampliado**. Florianópolis: 1995. Tese (doutorado), departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina.

COSTA, Vânia M. F. **As influências de um programa de participação nos resultados no comprometimento organizacional**: o caso de uma empresa gaúcha do ramo moveleiro. Florianópolis: 2000. Dissertação (mestrado), Universidade Federal de Santa Catarina.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas**: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragem e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MEZOMO, João Catarin. O desafio da qualidade em serviços na universidade. In: **Seminário nacional das novas universidades brasileiras**. Rio de Janeiro: 1994a.

_____. **Educação e qualidade:** a escola volta às aulas. São Paulo: Terra, 1994b.

Apresentar a referência citada é obrigatório, pois todo o trabalho científico é fundamentado em uma pesquisa referenciada.

Todas as publicações utilizadas no decorrer do texto deverão ser apresentadas de acordo com as normas da ABNT (NBR6023/2002).

As **referências** devem ser apresentadas seguindo as seguintes normas:

- alinhadas à margem esquerda do texto;
- digitadas em espaço simples
- separadas entre si por espaço duplo;
- apresentadas em ordem alfabética;
- a fonte poderá ser Arial ou Times New Roman;
- o tamanho da fonte deverá ser 12.

APÊNDICE – TÍTULO

O apêndice é um texto ou documento elaborado pelo autor, a fim de complementar sua argumentação, como questionário, entrevista, folder, entre outros.

Quando houver mais de um apêndice, estes deverão ser identificados por letras maiúsculas consecutivas, travessão e pelos respectivos

**Apêndice é um elemento
opcional.**

Ex: APÊNDICE A – Título

APÊNDICE B – Título

ANEXO A – TÍTULO

O anexo é um texto ou documento não elaborado pelo autor, que serve de fundamentação, comprovação ou ilustração, como lei, decreto, entre outros.

Quando houver mais de um anexo, estes deverão
maiúsculas consecutivas, travessão e pelos respectivos

Anexo é um elemento
opcional.

Ex: ANEXO A – Título

ANEXO B – Título