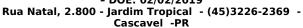


Res. №: 2418/01 - DOE: 26/10/2001 - Res. Rec. №: 6061/2011 - DOE: 02/02/2019







PRÉ-PROJETO 2023

NOME: Vitória Júlia Barbosa	Nº 38
NOME:	Nō
TELEFONE (S): (45)920018113	
E-MAIL :vitoria.julia.barbosa@escola.pr.gov.br	
CURSO: desenvolvimento de sistemas	
TURMA: 2 ano C	

ALUNO(s) É OBRIGATÓRIO EM ANEXO AO PRÉ-PROJETO, NO MÍNIMO UMA TELA DE INTERFACE (TELA PRINCIPAL) JUNTO AO PROJETO.

TITULO

Título do projeto: MIRRA`S cosméticos

INTRODUÇÃO

Projeto com o intuito de site online para finalização de curso de desenvolvimento de sistemas, no colégio técnico CEEP. Esse projeto tem como objetivo uma loja online de produtos váriados, entre eles produtos de beleza, maquiagens, perfumes, cremes, cheiros etc. Com diversas opções de marcas e produtos, tanto feminino, masculino ou infantil, dando uma melhor expêriencia para o cliente. Sendo disponivel 24h por dia.e-commerce é um mercado que estrutura todo o seu processo de compra e venda pela internet, e frente a este novo formato de vida, onde necessita-se manter o distanciamento social o e-commerce é a maneira mais aderida como estratégia de negócio.

O brasil é o 10° maior mercado de e-commerce do mundo, mas, quando comparado Players como china e estados unidos, o país ainda tem um longo caminho a percorrer. (SILVA, 2018)

Quatro modelos de negócio vêm se destacando nesse momento de transição do ecommerce no Brasil. O primeiro é o de assinaturas, que tem se mostrado promissor por proporcionar estabilidade de receita a quem oferece o serviço e promover a fidelização dos clientes. O segundo modelo é o de marketplace, em que produtos de pequenas lojas são



Res. №: 2418/01 - DOE: 26/10/2001 - Res. Rec. №: 6061/2011 - DOE: 02/02/2019



http://www.ceepcascavel.com.br - E-mail: ceep@nrecascavel.com



vendidos por grandes varejistas. A B2W, a Cnova e o Walmart estão operando por marketplace no Brasil para aumentar a variedade de ofertas aos clientes. É um modelo que tende a crescer e acirrar ainda mais a competitividade no e-commerce. O terceiro modelo une o físico e o virtual, partindo da premissa de que a experiência do consumidor só é completa quando integra esses dois tipos de varejo. A Magazine Luiza foi uma das primeiras redes de varejo no país a oferecer a opção de comprar na loja física ou na virtual. Muitas lojas tradicionais abriram sites e passaram a operar também no e-commerce. Além disso, hoje em dia há um interessante movimento na contramão dos anteriores: lojas que nasceram na internet, totalmente digitais, estão abrindo unidades físicas. O quarto e último é o das franquias digitais. Magazine Luiza e Natura têm investido fortemente nesse modelo, que permite a qualquer um se tornar consultor de uma loja virtual. Tais consultores recebem comissão pela venda dos produtos, tendo liberdade para operar e gerenciar sua loja virtual, sempre contando com a estrutura de apoio das empresas a que estão ligados.(GUISSONI,

2016)

por que as pessoas usam

historia dos cosmeticos

pq que compram cosmeticos

pq que vendem cosmeticos hj em dia

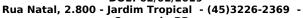
HIPÓTESE / SOLUÇÃO

Descrever os fatos que motivaram e os problemas que o mesmo irá sanar com a realização e desenvolvimento do trabalho.

O publico alvo que quero atingir é pessoas que stejam preocupadas em cuidar da beleza e aparencia física, e facilitar a locomoçã de comprar



Res. Nº: 2418/01 - DOE: 26/10/2001 - Res. Rec. Nº: 6061/2011 - DOE: 02/02/2019







Descrição das tres disciplinas.
Análise de projetos e sistemas:
Banco de dados:
Web design:
OBJETIVO GERAL
Determina o que se pretende realizar para obter resposta ao problema proposto, de um ponto de vista. O objetivo geral deve ser amplo e passível de ser desmembrado em objetivos específicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Derivam do objetivo geral e apresentam as distintas ações que devem ser necessariamente desenvolvidas para o atingimento do objetivo geral.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Descrição dos métodos e procedimentos que nortearão a busca de informações para responder o problema de pesquisa:

- o Pesquisa Bibliográfica
- o Pesquisa de campo
- o Entrevista
- o Levantamento das necessidades



Res. Nº: 2418/01 - DOE: 26/10/2001 - Res. Rec. Nº: 6061/2011 - DOE: 02/02/2019

Rua Natal, 2.800 - Jardim Tropical - (45)3226-2369 -





BIBLIOGRAFIA

GUISSONI, Leandro Angotti; VELUDO-DE-OLIVEIRA, Tania; TEIXEIRA, Thales. Um novo momento para o e-commerce. 2016.

SILVA, JanaÃna Tenório Trancoso Tavares. Marketplace: a grande salvaà § ã o das lojas virtuais. 2018.

A Bíblia do Marketing Digital: Tudo o que você queria saber sobre marketing



Res. Nº: 2418/01 - DOE: 26/10/2001 - Res. Rec. Nº: 6061/2011 - DOE: 02/02/2019

Rua Natal, 2.800 - Jardim Tropical - (45)3226-2369 - Cascavel -PR

http://www.ceepcascavel.com.br - E-mail: ceep@nrecascavel.com



CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

CRONOGRAMA DE PROJETO

O que está em vermelho aguarda confirmação.

			(4)				S				
MÊS/ETAPA	JAN	FEV	MAR	ABR	MUL	JUL	AGQ	SET	OUT	NOV	DEZ
Escolha do					6						
tema			Ų.								
Elaboração de						8					
roteiro					e e						
Levantamento											
bibliográfico											
Elaboração de											
pré-projeto					-	VO; 1					
Apresentação											
do pré-projeto					5	a x				<u> </u>	
Coleta de											
dados											
(requisitos)		6	8		5						
Analise e											
correção de											
dados		6			5			-			
Redação											
Revisão da											
redação				- 6							
Entrega para											
avalição da											
banca				5	1	05 E					
Banca		2			8	8 2					
Entrega final											

Autorizado Professor(a) **Data** Análise de projetos e sistemas: **Aparecida** Banco de dados: Célia Web design: Reinaldo