



CENTRO UNIVERSITÁRIO VALE DO SALGADO
CURSO DE ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

DANIEL PEREIRA DA SILVA
DAVÍ FERREIRA DE OLIVEIRA
GABRIEL ALVES OLINDA
JULIANE MAYARA DA SILVA
MARLON SANTANA DOS SANTOS

PROJETO PARTY MAKER - FERRAMENTA DE PROMOÇÃO E
GERENCIAMENTO PARA EVENTOS

ICO-CE

2021

**PROJETO PARTY MAKER - FERRAMENTA DE PROMOÇÃO E
GERENCIAMENTO PARA EVENTOS**

Projeto apresentado ao curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Centro Universitário Vale do Salgado, como requisito para a obtenção da aprovação no Projeto Integrador I.

Orientação: Prof. Joab Bezerra de Almeida. Titulação. Especialista.

**PROJETO PARTY MAKER - FERRAMENTA DE PROMOÇÃO E
GERENCIAMENTO PARA EVENTOS**

Projeto apresentado ao curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Centro Universitário Vale do Salgado, como requisito para a obtenção da aprovação no Projeto Integrador I.

Data de aprovação:

07/ 12 / 2021.

Banca examinadora:

Professora Eduarda Pereira de Sousa
Centro Universitário Vale do Salgado

Professor Joab Bezerra de Almeida
Centro Universitário Vale do Salgado

RESUMO

O setor de serviços, mais especificamente o setor de eventos e buffet, de acordo com estudos e pesquisas realizados por órgãos e instituições relacionadas ao setor, é um setor importante da economia e tem capacidade para se expandir e se aprimorar. Para isso, a tecnologia é uma importante aliada. Este projeto tem o objetivo de utilizar a tecnologia da informação para fomentar a competição no setor de eventos e buffet e auxiliar pequenos empreendedores na entrada de maiores mercados. O sistema que se propõe ser desenvolvido também tem o objetivo de dar comodidades às pessoas que buscam este tipo de serviço. Toda a pesquisa deste artigo foi feita através da leitura de artigos e livros de diversos autores, principalmente da área de administração e finanças. A conclusão que se pôde tirar de toda a leitura e pesquisa é que sim, a área de eventos e buffet é sim um área promissora e que pode crescer e se tornar mais competitiva com a ajuda da tecnologia.

Palavras-chave: EVENTOS. TECNOLOGIA. COMÉRCIO.

ABSTRACT

The services sector, more specifically the events and catering sector, according to studies and research carried out by agencies and institutions related to the sector, is an important sector of the economy and has the capacity to expand and improve. For this, technology is an important ally. This project aims to use information technology to foster competition in the events and buffet sector and assist small entrepreneurs in the entry of larger markets. The system that is proposed to be developed also aims to provide comfort to people who seek this type of service. All the research for this article was done by reading articles and books by different authors, mainly in the area of administration and finance. The conclusion that could be drawn from all the reading and research is that, yes, the events and buffet area is indeed a promising area that can grow and become more competitive with the help of technology.

Key-words: EVENTS. TECHNOLOGY. COMMERCE.

Lista de figuras

Figura 01 – Estrutura Organizacional do Projeto	19
Figura 02 – Processo de Desenvolvimento do Projeto	20
Figura 03 – Diagrama de Caso de Uso	29
Figura 04 – Diagrama de Classe	33
Figura 05 – Diagrama de Navegação	34
Figura 06 – Diagrama de Sequência	34
Figura 07 – Diagrama de Sequência	35
Figura 08 – Diagrama de Sequência	35

Lista de tabelas

Tabela 01 – Papéis e responsabilidades	20
Tabela 02 – Plano de Comunicação	22
Tabela 03 – Cronograma de Execução	23
Tabela 04 – Gerenciamento de Riscos	24
Tabela 05 – Regras de Negócio	25
Tabela 06 – Requisitos Funcionais	26
Tabela 07 – Requisitos Não Funcionais	28
Tabela 08 – Ferramentas	28

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Tema	9
1.2	Problema	9
1.3	Motivação	10
1.3.1	Motivação de Mercado	11
1.3.2	Motivação Técnica	11
1.3.3	Motivação econômica	12
1.4	Objetivos	13
1.4.1	Objetivo geral	13
1.4.2	Objetivos específicos	13
1.5	Justificativa	13
1.6	Contribuições	14
1.7	Estrutura do Projeto	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO	14
3	GESTÃO DE PROJETO	20
3.1	Estrutura Organizacional	20
3.2	Papéis e Responsabilidades	20
3.3	Processo de Desenvolvimento de Software	21
3.4	Plano de Comunicação	23
3.5	Cronograma de Execução	24
3.6	Gerenciamento de Riscos	25
4	VISÃO GERAL	25
4.1	Limites do Projeto	25
4.2	Regras de Negócio	26
4.3	Requisitos	26

4.3.1	Requisitos Funcionais	26
4.3.2	Requisitos Não Funcionais	28
4.4	Ferramentas	28
4.5	Caso de uso	29
4.6	Descrição de caso de uso	29
4.7	Diagrama de Classe	33
4.8	Diagrama de Navegação	34
4.9	Diagramas de Sequência	34
5	Teste funcional	36
6	Padrões de projeto	38
6.1	DAO	38
6.2	MVC	39
6.3	Singleton	39
	REFERÊNCIAS	40
	APÊNDICES	42

1 INTRODUÇÃO

TEMA

Uso da tecnologia da informação como ferramenta para promoção e gerenciamento de eventos.

PROBLEMA

O mercado de eventos apresenta uma grande instabilidade ocasionada pela pandemia da covid-19, o cancelamento dos eventos ocasionados pelo lockdown gerou uma alta perda de receita e um elevado número de pessoas desempregadas que trabalham com o entretenimento,

deixando desta forma o mercado inseguro e em busca de novas soluções viáveis para a crise. De acordo com a presidente da ABEOC Brasil – Associação Brasileira de Empresas de Eventos, Fátima Facuri(2020):

"Muitos eventos que estavam agendados para maio já estão sendo cancelados ou se encontram em busca de nova data. Isso representa, no mínimo, dois meses de total engessamento do setor, representando uma perda para a economia de mais de R\$80 bilhões, incluindo feiras, congressos e demais eventos corporativos, baseada nos dados de 2019."

Mesmo diante da crise, o SEBRAE apresenta que os empresários e autônomos buscam adaptações nos negócios, visando soluções para o momento, visando a retomada dos negócios, onde 30% buscam aprimoramento da gestão e 25,2% têm apresentado preocupação com o fortalecimento da relação com o mercado (SEBRAE, 2020).

A tecnologia e as várias ferramentas que ela fornece impulsionam a inovação, a evolução e o crescimento de uma empresa ou negócio. A tecnologia auxilia as empresas e negócios em vários sentidos, podendo citar a otimização e automatização dos processos produtivos, redução de custos, trabalho mais eficaz, facilitamento em pesquisas de mercado, tomada de decisões, além de ajudar as empresas e negócios a garantirem certa notoriedade em seus mercados de atuação, a tecnologia pode ajudar a aproximar os empreendimentos dos seus clientes.

Diante deste cenário, como um sistema de promoção e gerenciamento de prestadores de serviços pode trazer benefícios a empresas e autônomos do ramo de eventos no interior do Estado do Ceará?

MOTIVAÇÃO

1.1.1 Motivação de Mercado

O comércio eletrônico está sendo a tendência do mercado brasileiro nos dias de hoje, atraindo investidores e oferecendo oportunidades de negócio para os mesmos. O segredo é manter serviços competentes e organizados para ter uma loja virtual.

De acordo com Franco Jr (2003, p. 9 apud DE MELO, 2007, p. 1), atualmente o comércio eletrônico cresce de forma constante. Isto tem feito com que as empresas procurassem formas de atrair novos compradores online para seus produtos ou serviços.

E o setor de produção de eventos é uma área que também está se modificando e adaptando-se à nova realidade com a utilização desse novo modelo de compra e venda seja na oferta de serviços ou produtos. De acordo com Cecília blog da Sympla. Como a tecnologia está revolucionando a produção de eventos.

"Ultimamente a internet tem sido uma inestimável aliada dos organizadores de eventos. Novas tecnologias têm aprimorado os processos de seminários, shows e outras atividades, de maneira que tanto a organização quanto o público ganham em conforto, segurança e agilidade." blog da sympla. (2 de Janeiro de 2013)

Concluindo, a tecnologia é um ótima aliada para resolver estas questões que estão acometendo o mercado atual, pois com o auxílio dela o setor poderá solucionar e resolver alguns problemas relacionados ao mercado.

1.1.2 Motivação Técnica

Foi utilizado o Google Drive como repositório da documentação do projeto, por ser uma ferramenta de compartilhamento eficiente e segura. Como também, o Discord e Whatsapp para realizar reuniões entre os stakeholders e também para discutir determinados pontos do projeto, por serem ferramentas seguras e possuírem recursos eficientes para a comunicação efetiva entre a equipe.

Para realização das pesquisas, utilizou-se Instagram, com a intenção de obter dados conclusivos de um público em geral, sendo esta ferramenta simples e que atende a necessidade da equipe de forma assertiva e produtiva para pesquisa.

Para desenvolvimento da aplicação e site foi utilizado da linguagem php e java, já para a modelagem do site foi usado linguagens de hipertexto, como html e css, pois são simples em relação a sua sintaxe e eficientes para o desenvolvimento da aplicação.

1.1.3 Motivação Econômica

O setor de eventos nos últimos anos vinha mostrando grandes resultados para o setor financeiro, mas infelizmente na atualidade o mesmo vem mostrando grande declínio em relação a produção e gerenciamento do mesmo e isto vem causando perdas irreparáveis. De acordo com a ABEOC.

"a área de eventos corporativos movimentou em média R\$210 milhões em 2018. Ou seja, movimentou 4,3% do PIB brasileiro. Já em 2019, que foi um ano promissor, as empresas dessa área atingiram a meta de crescimento em 14%, contribuindo para aumentar os valores no mercado econômico."

Até aí o mercado vinha crescendo, somente em 2020 que o mesmo percebeu que o setor estava entrando em um grande declínio por causa dos malefícios que ocorreram com a crise no setor saúde. Segundo a ABEOC, 73% das empresas de eventos esperavam ter um crescimento significativo nas receitas em 2020. Dentro dessa porcentagem, 29% delas previam o aumento dos lucros em mais de 10%.

No início do ano, a Eventbrite, plataforma global de vendas de ingressos e tecnologia para eventos, fez um estudo e apontou que 78% dos organizadores de eventos brasileiros esperavam aumentar a agenda. Com isso, a expectativa era de aumentar os profissionais da área em 66% para atender toda a demanda.

No entanto, o efeito da pandemia do novo coronavírus fez o setor de eventos repensar todo o seu planejamento. Com o isolamento social, muitos acontecimentos precisam ser remarcados ou cancelados por tempo indeterminado. De acordo com a ABEOC, estima que a área de eventos tenha, em média, um prejuízo de R\$80 bilhões em dois meses.

Portanto, é necessário que se tenha um uma intervenção tecnológica para amenizar impacto que surgem e que vem surgindo no decorrer deste tempo.

OBJETIVOS

1.1.4 Objetivo geral

Desenvolver uma ferramenta de promoção e gerenciamento de eventos.

1.1.5 Objetivos específicos

1. Identificar requisitos do sistema;
2. Elicitar requisitos;
3. Desenvolvimento do sistema;
4. Vincular Sistema ao Banco de Dados;
5. Realizar testes;
6. Entregar Sistema;

JUSTIFICATIVA

Mesmo diante de um cenário de pandemia, com suspensão temporária da realização de eventos com aglomeração de pessoas, segundo pesquisa do Sebrae em parceria com a Abeoc e a Ubrafe, 34% acham que levará de sete meses a um ano para retomar o negócio após a suspensão do isolamento, outras 33% acreditam que levará menos de seis meses, sendo que 24% esperam retomar as atividades em patamares anteriores de imediato. Para o presidente executivo da Ubrafe, Armando Campos Mello, "O momento que se busca soluções, abre espaço para um novo momento e novos negócios".

Segundo uma pesquisa realizada pelo Serviço de Apoio à Pequena e Microempresa (SEBRAE) juntamente com a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC BRASIL) Em 2013, o mercado brasileiro de eventos movimentou mais de R\$ 200 milhões de reais, teve PIB de 4,3% e o crescimento vem se mantendo em cerca de 10% ao ano. Ainda segundo pesquisas da ABEOC e da Associação Brasileira de Eventos Sociais (ABRAFESTAS) desde 2015, às festas de casamento, debutantes, cerimônias e bailes de formatura é que representam grande fatia de destaque no cenário nacional de eventos.

Dessa forma, justifica-se então o desenvolvimento da ferramenta, pelo resultado da análise das pesquisas quantitativas analisadas, verificando a necessidade de uma maior possibilidade de comunicação e divulgação dos serviços e produtos oferecidos por empresas e autônomos referentes a realização de eventos, podendo a mesma ser uma valiosa aliada no mercado para resolver os problemas identificados e se tornar uma valiosa solução para este novo momento do mercado que se apresenta.

CONTRIBUIÇÕES

- Divulgação de Portfólio das empresas prestadoras de serviços online;
- Otimização da comunicação entre clientes e empresas;
- Promoção de serviços da área de eventos e gastronomia;
- Melhor gerenciamento e organização de eventos.

ESTRUTURA DO PROJETO

Capítulo 2 – Referencial Teórico: Apresenta o referencial teórico do Projeto Integrador;

Capítulo 3 - Gestão de Projeto: Neste capítulo vão ser abordados a estrutura organizacional do projeto, os papéis e responsabilidades dos stakeholders, o processo de desenvolvimento do software, assim como o plano de comunicação, o cronograma de execução e o gerenciamento de riscos;

Capítulo 4 - Visão Geral: Apresenta os limites do projeto, a descrição do usuário e envolvidos, as regras de negócio, os requisitos sendo eles funcionais e não funcionais e as ferramentas utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O IMPACTO DA TI NOS NEGÓCIOS

Na atualidade a tecnologia da informação (TI) está presente nas mais diversas áreas de atuação, seja na saúde, na segurança, na educação, entre várias outras áreas incluindo os negócios. A tecnologia traz vários impactos para as empresas como por exemplo o e-commerce, que traz uma maneira totalmente diferente de promover, comprar e vender produtos e serviços. Segundo O'BRIEN (2002),

O comércio eletrônico é a compra, venda, marketing e assistência de produtos, serviços e informações, através de redes de computadores interconectados, sendo essas redes internas no âmbito da empresa

(Intranets), externas (Extranets), globais (Internet) entre outras. E a realização de todo o processo organizacional virtualmente, realizando melhor conforto e eficiência aos clientes, fornecedores, equipe de trabalho e demais agentes organizacionais. O'BRIEN (2002).

A TI também traz impactos à comunicação, à coordenação e à colaboração entre os membros da equipe de trabalho. Se bem utilizada, a tecnologia da informação pode ajudar as empresas a conquistarem diferenciais que influenciam não só empresas concorrentes, mas também clientes e fornecedores. Segundo Porter (1986), a utilização efetiva da Tecnologia da Informação está diretamente ligada à sobrevivência e a estratégia competitiva das organizações, ou seja, é essencial que as empresas e negócios usem a tecnologia da informação em seu meio de trabalho.

A internet é um exemplo de como as empresas necessitam da tecnologia da informação para sobreviver no mercado atual. Pelo fácil acesso e manuseio, a internet acaba sendo vital para uma empresa que queira estar dentro do mundo dos negócios dos novos tempos.

Um dos grandes vetores das transformações no cenário competitivo é a contínua evolução da tecnologia que, em virtude de sua grande disseminação, afetou de modo significativo todas as atividades humanas, e fez crescer o grau de incerteza e imprevisibilidade do futuro. Dentre as novas tecnologias, destaca-se a Tecnologia da Informação (TI), que passou a ser um importante fator competitivo para as organizações (ALBANO, 2001).

Portanto, a TI (Tecnologia da Informação) impacta diretamente as empresas e negócios, pois está ligada a vários aspectos essenciais para a sobrevivência dos mesmos no meio competitivo e empresarial. Para Brancheau e Wetherbe (1987).

Portanto torna-se necessário que as organizações tenham seu planejamento empresarial e de Tecnologia da Informação integrados, coerentes e em sinergia, ou seja, as estratégias empresariais e as estratégias de Tecnologia da Informação plenamente alinhadas entre si. Esse alinhamento estratégico é muito importante para a sobrevivência das organizações, principalmente

quando é utilizado como uma ferramenta de gestão. Brancheau e Wetherbe (1987).

2.2 PLATAFORMAS DIGITAIS COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

As redes sociais atualmente, vem mudando o cotidiano de várias pessoas e traz consigo possibilidades jamais vistas para milhares delas. De acordo com (Kaplan y Haenlein, 2010 apud PRIMO 2012) "mídias sociais são um grupo de aplicativos baseados na internet construídos a partir das funções ideológicas e tecnológicos da web 2.0 e que permite a criação e intercâmbio de conteúdos gerados pelo usuário.", sendo assim, esta ferramenta é forte aliada para divulgar qualquer produto na rede, pois, a maior parte do público específico está concentrada nela. na obra de (Recuero, 2019, p 15) ou autor discorre que:

[...] o estudo da sociedade a partir do conceito de rede representa um dos focos de mudança que permeia a ciência durante todo século XX. durante todos os séculos anteriores, uma parte significativa dos cientistas preocupa-se em dissecar os fenômenos, estudando cada uma de suas partes detalhadamente, na tentativa de compreender o todo, paradigma frequentemente referenciado como analiticocartesiano. A partir do início do século passado, no entanto começam a deportar estudos diferentes, que trazem o foco para o fenômeno como constituído das interações entre as partes (RECUERO, 2019, p. 15) .

Sendo assim, as plataformas digitais vem auxiliando na promoção e compartilhamento de tudo aquilo que busque informar indivíduos sobre qualquer assunto, esta ferramenta também pode ser usada para malefícios como por exemplo as “fake news” que fazem estrago caso forem espalhadas, como também a mesma nos oferece grandes benefícios, como: informações concretas vinda de fontes confiáveis, além de que, a mesma se modifica e se transforma para oferta melhor comodidade para seus usuários.

De acordo com Lim, Chung e Weaver (2012) “algumas das ações que caracterizam as mídias sociais são os neologismo surgidos a partir desta plataforma, alguns exemplos são palavras que remetem a atividades vinculadas a funcionalidade nestes canais online, tais como: postar, blogar tanquear.” ou seja, através das redes sociais surgem diversa jargões e

gírias que antes não era possível de serem ditas, sendo esta uma informação que o indivíduos passam de um usuário para o outro.

Portando a mídia social traz consigo grandes benefícios para a comunicação e interação de indivíduos na rede e através dela o usuário pode enriquecer de informações, pode transmitir sua emoção, pode debater algo, além de criar vínculos de amizade com outros usuários. Assim sendo, o usuário estará imerso em mundo fictício, mas ao mesmo tempo em um mundo real de modo a obter qualquer tipo de informação sendo ela verídica ou não.

2.2.1 Benefícios voltados a Comunicação

Um tipo de comunicação que pode trazer muitos benefícios no ramo dos negócios é a comunicação integrada de marketing. A comunicação integrada de marketing é, de acordo com Marcelo Piragibe Santiago (2016),

“O desenvolvimento da comunicação estratégica organizacional junto ao mercado, promovendo, posicionando e divulgando produtos, serviços, marcas, benefícios e soluções e tem como base um sistema gerencial integrado, utilizando como ferramenta o composto de comunicação – propaganda, publicidade, assessoria de imprensa, promoção de vendas, patrocínios, venda pessoal, internet, marketing direto, eventos culturais e relações públicas. Busca atingir, com a utilização holística de todos os elementos deste composto, uma comunicação eficaz por parte do emissor junto ao seu consumidor-alvo.”

Ainda segundo Santiago, deve-se “identificar o público-alvo determinado, saber qual o seu perfil social, quais são seus hábitos, seus costumes e desejos regionalizados”. Este é um processo científico e cuidadoso, utilizando-se de pesquisas para determinar a melhor forma de comunicação com o cliente. Claro, tudo deve ser feito tendo o máximo respeito pela privacidade dos indivíduos.

Também é preciso falar sobre a importância da comunicação B2B, o marketing entre empresas. As contribuições para a teoria da existência do marketing entre empresas iniciaram-se entre os séculos XVIII e XIX (HADJIKHANI e LAPLACA, 2013). Em meados da década de 70, o termo marketing B2B começou a ser utilizado, tendo também ficado

conhecido como marketing industrial ou empresarial (GARCIA, 2015). Segundo Brennan (2011),

“no marketing entre empresas, o comprador pode ter um papel tão ativo como o vendedor. O processo de troca não envolve ação e reação, mas sim um processo de interações. O cliente nesta área pode ter uma posição no mercado maior ou menor, tendo necessidades diferentes para diferentes tipos de produtos e serviços, por isso os marketeers nesta área comunicam individualmente para dar resposta às diferentes necessidades do mercado”.

E, segundo Garcia (2015), “o marketing B2B estuda e auxilia as empresas que vendem produtos e serviços a responderem às necessidades de produção de bens e serviços de outras empresas”.

2.2.2 Benefícios voltados à Promoção

A promoção de vendas é um dos componentes clássicos essenciais do marketing, destaca-se como uma ação de resultados de curto prazo e com grande eficácia, com o objetivo da influência da promoção à captura de clientes, o estabelecimento e a manutenção da comunicação com os segmentos-alvos do mercado, que podem ser os compradores potenciais do produto da empresa, usuários atuais, decisores e influenciadores.

Muitos anunciantes começam a ver a promoção de vendas como uma solução para os períodos de crises e como uma opção atraente ao público-alvo. Schultz, Robinson e Petrisson (1996) afirmam,

"A promoção de vendas é a mais científica das ferramentas do mix de marketing, pois a sua eficácia tem sido objeto de estudo de muitos pesquisadores, os quais chegaram a criar fórmulas que permitem prever, com exatidão, como diferentes tipos de ações e volumes de investimento podem afetar as vendas em categorias de produto."

Vista inicialmente como um instrumento de emergência para induzir o consumidor a compra de produtos, a promoção de vendas evoluiu e passou a ter maior destaque como

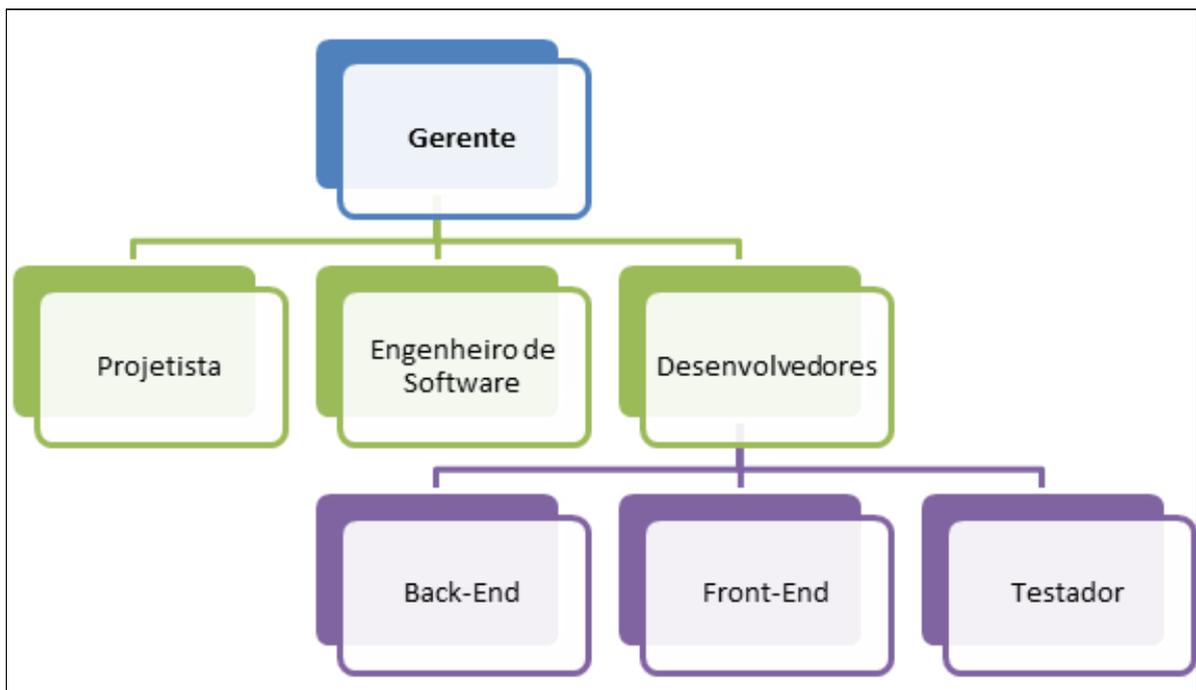
estratégia, construindo hoje uma ferramenta mais abrangente, eficiente e de várias aplicações em todo o mix de marketing. A promoção de venda, apresenta as principais vantagens:

- Estimula e aumenta o tráfego no ponto-de-venda;
- Incentiva o consumidor a compra o produto;
- Evita quedas de vendas de produtos sazonais;
- Estimula a tendência de demonstrar o produto;
- Atenua a competição
- Familiarizar o público com novas embalagens;
- Chama atenção para novos planos de premiação;

3. GESTÃO DE PROJETO

3.1 Estrutura Organizacional

Figura 01 – Estrutura Organizacional do Projeto



Fonte: Desenvolvido pelos autores

3.2 Papéis e Responsabilidades

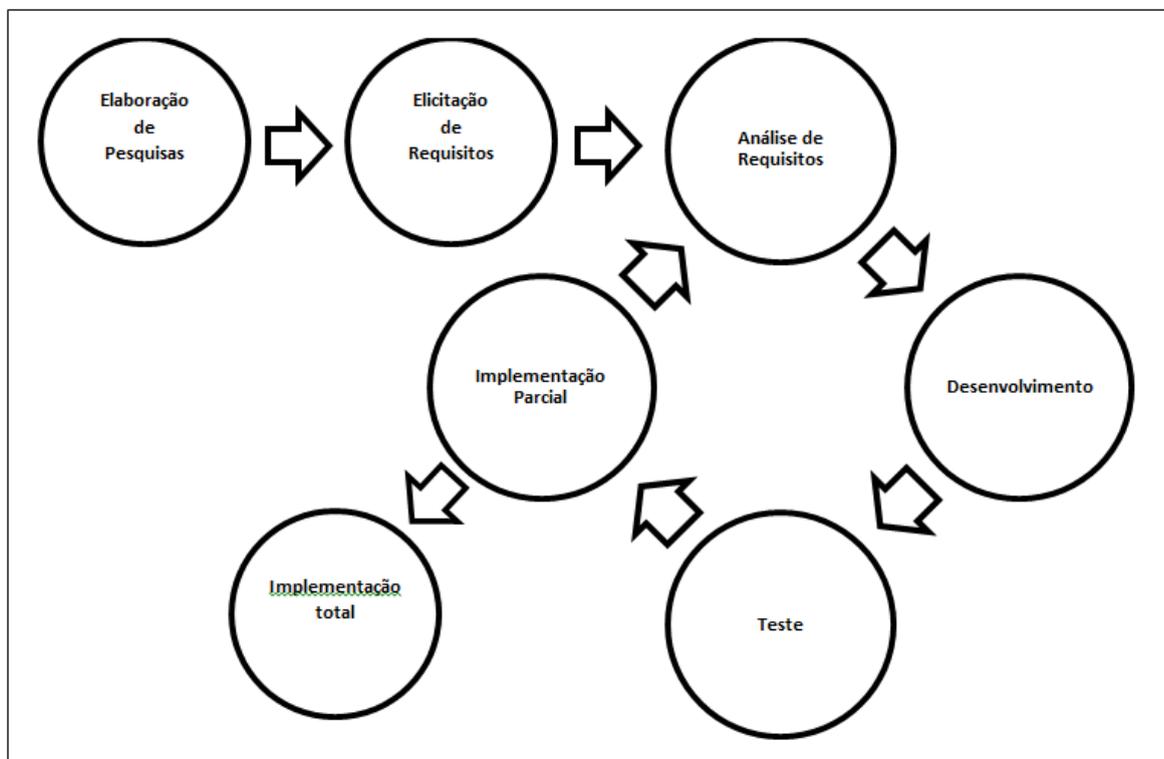
Tabela 01 – Papéis e responsabilidades

Pessoa	Responsabilidade
DANIEL PEREIRA DA SILVA	Designer, Front End e Tester
GABRIEL ALVEZ OLINDA	Desenvolvedor Mobile
JULIANE MAYARA DA SILVA	Projetista, Engenheira de Software e tester
MARLON SANTANA DOS SANTOS	Desenvolvedor Web
DAVI FERREIRA DE OLIVEIRA	Server Manager

Fonte: Desenvolvido pelos autores

3.3 Processo de Desenvolvimento de Software

Figura 02 – Processo de Desenvolvimento do Projeto



Fonte: Desenvolvido pelos autores

O modelo iterativo incremental é uma metodologia utilizada para desenvolvimento de um software e estes são constituídas em dois processos conhecidos como: iterativo e incremental, de acordo (Bruce, 2016)

"O modelo incremental aplica sequências lineares de forma escalonada, à medida que o tempo vai avançando. Cada sequência linear produz "incrementos" entregáveis do software." (Bruce,2016, p.43)

Ou seja, é a ideia de se desenvolver algo a ser implementável que posteriormente será apresentado para o quem irá usar o sistema, no caso os usuários. Sendo assim, o sistema irá progredir de acordo com as avaliações e "feedbacks" dos mesmos.

Também cada incremento irá representar subconjuntos completos de cada funcionalidade, estes incrementos podem ser pequenos ou até mesmo grandes e pode variar entre uma pequena tela de cadastro ou até mesmo, um conjunto de telas que se alternam entre si.

Já o iterativo é o que progredir através de diversos refinamentos, sendo assim é apresentado uma parte do sistema mesmo que incompleto para a equipe de desenvolvimento e eles refinam o software mesmo que com alguns bugs a serem corrigidos.

De acordo com (Débora Gonçalves, 2019, do blog Cronapp)

"iterativo é frequentemente comparado ao trabalho de um escultor: primeiramente, ele seleciona uma pedra do tamanho adequado para o seu trabalho; na sequência, ele começa a esculpir a peça de um modo geral, quando já é possível ter uma ideia de qual será o seu desfecho; na última etapa, ocorre o refinamento de detalhes, resultando em uma arte que cumpre com o seu propósito." (Débora Gonçalves, 2019, cronapp)

Este também muitas das vezes é confundido com o modelo incremental, por causa que a cada rodada é desenvolvida um pedaço do software. E o iterativo a cada interação, vai progredido no conhecimento do projeto, ou seja, novos requisitos são produzidos e arquitetura do software é analisadas e avaliadas, neste processo se tem a entrega do software no fim da interação.

Sendo assim esta metodologia possui várias fases que são repetidas de acordo a sua necessidade, sendo elas : requerimentos,projeto, implementação, verificação, implantação.

O requerimento é a fase em que se levanta os requisitos, analisa e predetermina-os é a aqui que a equipe inicia o escopo, a ideia principal para o desenvolvimento do software, claro nesta fase assim como nas outras podem sempre ocorrer mudanças se caso identifique que necessariamente precisará de algum reparo em relação a requisitos predeterminados.

Na próxima fase se tem o projeto, a ideia aqui começa a ser mais aprofundada, aqui já é o momento para desenvolver protótipos, Diagrama de caso de uso, classe e outros diagramas correlacionados a UML. Nesta fase a ideia começa a ganhar corpo e forma, como também estrutura.

Logo após vem a implementação, nesta fase é onde todo o projeto é ideia irá sair do papel, aqui começa-se a desenvolver algumas funções, aqui o software começa a nascer e ganhar estrutura, mas sempre sendo analisado para identificar se necessariamente precisará voltar uma fase ou até mesmo duas. Nesta fase, o que é ideia vira linha de código para teste, análise e aprimoramento.

Já na próxima fase, se tem a verificação é onde ocorre uma análise em cada implementação, para busca e avaliar se há a necessidade de voltar alguma fase ou não.

Por fim tem a implantação é onde o software irá para as mãos dos usuários. Os mesmos irão fazer os testes e passarão seus determinados "feedbacks" para a equipe de desenvolvimento. Mesmo que esta fase seja a final, mesmo assim ela pode passar por mudanças e ocorrer de volta alguma fase caso encontre a necessidade.

3.4 Plano de Comunicação

Tabela 02 – Plano de Comunicação

Tipo de Reunião	Objetivo	Meio	Frequência	Dono	Entregas
------------------------	-----------------	-------------	-------------------	-------------	-----------------

Reunião para preparação de tarefas	Definição de entregas semanais e apresentação de resolução de problemas	Remota	Semanal	Orientador	Atualização de documento de Projeto
Reunião de Informação	Análise de entregas com base no cronograma de execução para definição de responsabilidades	Remota	Semanal	Gerente	Atualização de cronograma de execução
Reunião para tomada de decisão	Verificação de atraso de entregas para redefinição de responsabilidades	Remota	Quinzenal	Gerente	Atualização de documento de Projeto
Reunião Geral	Definir diretrizes de entregas para apresentações do projeto	Remota	Bimestral	Orientador	Definição de material para apresentação e validação.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

3.5 Cronograma de Execução

Tabela 03 – Cronograma de Execução

2020.2				
Descrição	AGO	SET	OUT	NOV
Definição de Proposta e Tema				
Realização de Pesquisas para definição de Motivação de Mercado e				

Problemática				
Definição de Objetivos e Limites do Projeto				
Elaboração de justificativa e contribuições do projeto				
Elaboração de Referencial teórico				
Definição da Estrutura Organizacional e dos papéis e responsabilidades dos envolvidos				
Elaboração das Regras de negócio				
Elicitação de Requisitos Funcionais e não funcionais				
Modelagem de Diagrama de Casos de Uso				
Descrição dos Casos de Uso				

Fonte: Desenvolvido pelos autores

3.6 Gerenciamento de Riscos

Tabela 04 – Gerenciamento de Riscos

Classificação do Risco (Alto, Médio, Baixo)	Descrição do Risco	Proposta de Intervenção
Alto	Tentativa de Acesso indevido	Acesso permitido após autenticação de usuário
Baixo	Atraso no processo de desenvolvimento do projeto	Redefinição de responsabilidades
Médio	Perda ou Corrupção do Código	Manter versões constantes no GitHub
Médio	Mudança da Ferramenta de Desenvolvimento	Ter conhecimento prévio com outras ferramentas e refazer o código a partir disto.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

4 VISÃO GERAL

4.1 LIMITES DO PROJETO

O sistema atenderá apenas as cidades de Icó, Orós e Jaguaribe, no Estado do Ceará.

A ferramenta não vai trabalhar com transações financeiras. Toda a movimentação financeira ficará entre o cliente e o prestador de serviço, a ferramenta irá se limitar a registrar os dados repassados pelas partes.

4.2 REGRAS DE NEGÓCIO

Tabela 05 – Regras de Negócio

Id	Nome	Descrição
RN01	Transações	O Sistema não irá realizar transações financeiras entre o contratado e o contratante.
RN02	Restrição de Idade	Não poderão ser cadastrados menores de idade.
RN03	Vínculo Empregatício	A empresa não terá vínculo empregatício com nenhum dos cadastrados.
RN04	Hierarquia de acesso	O sistema deverá permitir acesso a funcionalidades específicas por níveis de acesso: Administrador, Prestador de Serviço/Empresa e Cliente
RN05	Campos Obrigatórios	Todos os campos obrigatórios para cadastros devem ser preenchidos corretamente
RN06	Divulgação	Os prestadores de serviços poderão pagar para que seu portfólio seja divulgado na home page do sistema e também enviar notificações para os usuários sobre a promoção.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

4.3 REQUISITOS

4.3.1 Requisitos Funcionais

Tabela 06 – Requisitos Funcionais

Id	Nome	Descrição	Prioridade
RF01	Manter Cliente	O sistema deve fornecer os campos de e-mail, nome, senha e número de telefone para cadastro. O sistema irá armazenar as informações no banco de dados. O sistema deverá disponibilizar as opções de editar e excluir.	ALTA
RF02	Manter Empresa	O sistema deve fornecer os campos de e-mail, nome, senha, CNPJ e número de contato. O sistema irá armazenar as informações no banco de dados. O sistema deverá disponibilizar as opções de editar e excluir.	ALTA
RF03	Manter Prestador de Serviço.	O sistema deve fornecer os campos de e-mail, CPF, nome, senha e número de telefone para cadastro. O sistema irá armazenar as informações no banco de dados. O sistema deverá disponibilizar as opções de editar e excluir.	ALTA
RF04	Exibir meios de Contato	O sistema deve exibir as informações de contato da empresa ou prestador de serviço e também, outros meios de comunicação como: instagram e facebook para o cliente ter a possibilidade de entrar em contato com os prestadores de serviços ou empresa.	MÉDIA
RF05	Entrar em contato para suporte	O sistema terá uma central de ajuda para resolver problemas e tirar dúvidas.	BAIXA

RF06	Listar Informações dos prestadores de serviços	O sistema deverá exibir uma descrição do prestador de serviço bem como seu endereço e todas estas informações serão armazenadas no banco de dados.	ALTA
RF07	Feedback	O usuário poderá avaliar o colaborador por meio de notas e comentários.	MÉDIA
RF08	Portfólio	O colaborador deverá fornecer seu portfólio para ser exibido ao usuário, com dados como: fotos e texto para descrever e identificar o prestador de serviço, além de que, quem irá oferecer o serviço poderá editar, excluir e alterar estas informações e assim sendo o sistema irá exibir o histórico de contratos realizados.	ALTA
RF09	Pesquisar Por Palavra Chave	O sistema irá permitir que os usuários prestadores de serviços e empresas, possam colocar tags para que usuários clientes tenham a possibilidade de fazer buscas por palavras chaves que se relacionam com quem oferece o serviço ou empresas e estas tags serão armazenadas em um banco de dados sendo que, cada tag será armazenada de acordo com o id de quem as oferece.	ALTA
RF10	Apresentar Feed	Ao iniciar o sistema, deverá ser exibido novidades e promoções dos colaboradores.	MÉDIA
RF11	Favoritar prestador de serviços	Usuário poderá favoritar um colaborador para receber notificações sobre atualizações do mesmo.	MÉDIA
RF12	Efetuar Autenticação	O sistema deverá apresentar os campos de e-mail e senha para autenticação de acesso dos usuários ao	ALTA

		sistema	
--	--	---------	--

Fonte: Desenvolvido pelos autores

4.3.2 Requisitos Não Funcionais

Tabela 07 – Requisitos Não Funcionais

Id	Nome	Descrição
RNF01	Praticidade	Caso o usuário já esteja cadastrado no sistema e tenha realizado o login ao menos uma vez, ele será redirecionado para a página inicial.
RNF02	Desempenho	Caso o sistema carregue por mais de 5 segundos, deve exibir uma mensagem de erro.
RNF03	Disponibilidade	O sistema deverá ficar online 24 horas por dia.
RNF04	Compatibilidade	O sistema deve ser compatível com a maioria dos aparelhos celulares
RNF05	Segurança	Caso o usuário erre seu login mais de 10 vezes, o sistema ficará bloqueado por 1 hora.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

4.4 FERRAMENTAS

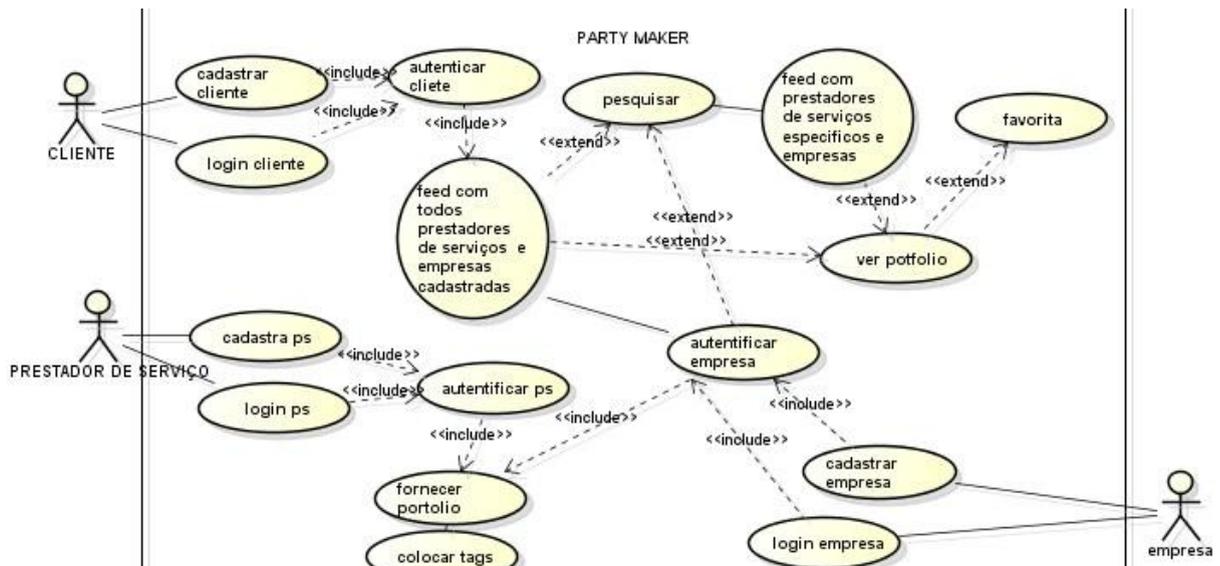
Tabela 08 – Ferramentas

Ferramenta	Descrição
Google Drive	Armazenamento da documentação
Google Meet	Reuniões Semanais
WhatsApp	Comunicação diária entre os membros da Equipe

Fonte: Desenvolvido pelos autores

4.5 DIAGRAMA DE CASO DE USO

Figura 03 – Diagrama de caso de uso



Fonte: Desenvolvido pelos autores

4.6 DESCRIÇÕES DE CASO DE USO

Nome do Caso de Uso:	[UC-001] – Cadastrar empresa
Caso de Uso geral:	Cadastrar empresa
Ator Principal:	Empresa
Pré-Condições	Realizar login como usuário empresa
Pós-Condições	Cadastro da empresa realizado com sucesso
Fluxo Alternativo I – Positivo	

Ações do ator	Ações do sistema
01. O usuário executa a função cadastrar empresa.	
	02. O sistema abre a tela de cadastro.
03. O usuário preenche os dados: nome, email, CNPJ, senha, número de contato.	
04. O usuário clica no botão Cadastrar Empresa.	
	05. O sistema cadastra a empresa e retorna uma mensagem: “Empresa cadastrada com sucesso”.
Fluxo Alternativo II - Negativo	
Ações do ator	Ações do sistema
01. O usuário não preenche todos os dados obrigatórios.	
	02. Sistema retorna uma mensagem: “Preencha todos os campos obrigatórios”
	03. O sistema retorna para a tela de cadastro de empresa.

Nome do Caso de Uso:	[UC-001] – Cadastrar cliente
Caso de Uso geral:	Cadastrar cliente

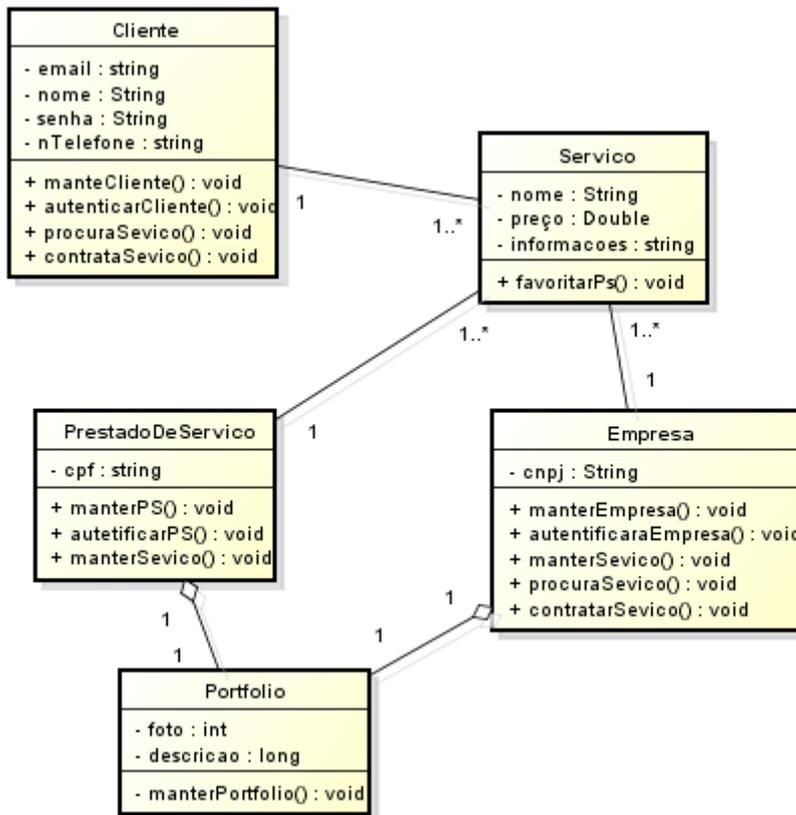
Ator Principal:	Usuário cliente
Pré-Condições	Realizar login como usuário cliente
Pós-Condições	Cadastro de usuário cliente realizado com sucesso
Fluxo Alternativo I – Positivo	
Ações do ator	Ações do sistema
01. O usuário executa a função cadastrar cliente.	
	02. O sistema abre a tela de cadastro de usuário cliente.
03. O usuário preenche os dados: Nome, email, senha e telefone.	
04. O usuário clica no botão Cadastrar cliente.	
	05. O sistema cadastra o cliente e retorna uma mensagem: "usuário cadastrado com sucesso".
Fluxo Alternativo II - Negativo	
Ações do ator	Ações do sistema
01. O usuário não preenche todos os dados obrigatórios.	
	02. Sistema retorna uma mensagem: "Preencha todos os campos obrigatórios"

	03. O sistema retorna para a tela de cadastro de cliente.
--	---

Nome do Caso de Uso:	[UC-001] – cadastrar prestador de serviço
Caso de Uso geral:	Cadastrar prestador de serviço
Ator Principal:	Prestador de serviço
Pré-Condições	Realizar login de usuário prestador de serviço
Pós-Condições	Cadastro do usuário prestador de serviços foi realizado com sucesso
Fluxo Alternativo I – Positivo	
Ações do ator	Ações do sistema
01. O usuário executa a função cadastrar prestador de serviço	
	02. O sistema abre a tela de cadastro.
03. O usuário preenche os dados: Nome, email, senha, CPF e Telefone.	
04. O usuário clica no botão Cadastrar usuário	
	05. O sistema cadastra o prestador de serviços e retorna uma mensagem: “usuário cadastrada com sucesso”.

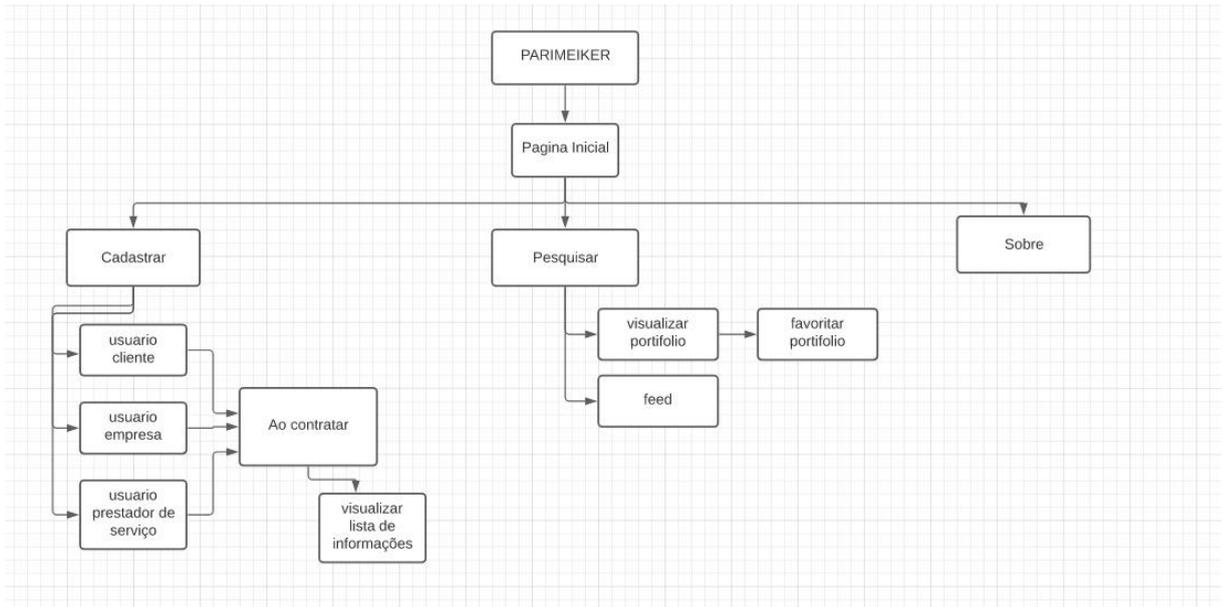
Fluxo Alternativo II - Negativo	
Ações do ator	Ações do sistema
01. O usuário não preenche todos os dados obrigatórios.	
	02. Sistema retorna uma mensagem: “Preencha todos os campos obrigatórios”
	03. Sistema retorna para a tela de cadastro do prestador de serviço.

4.7 DIAGRAMA DE CLASSE



Fonte: Desenvolvido pelos autores

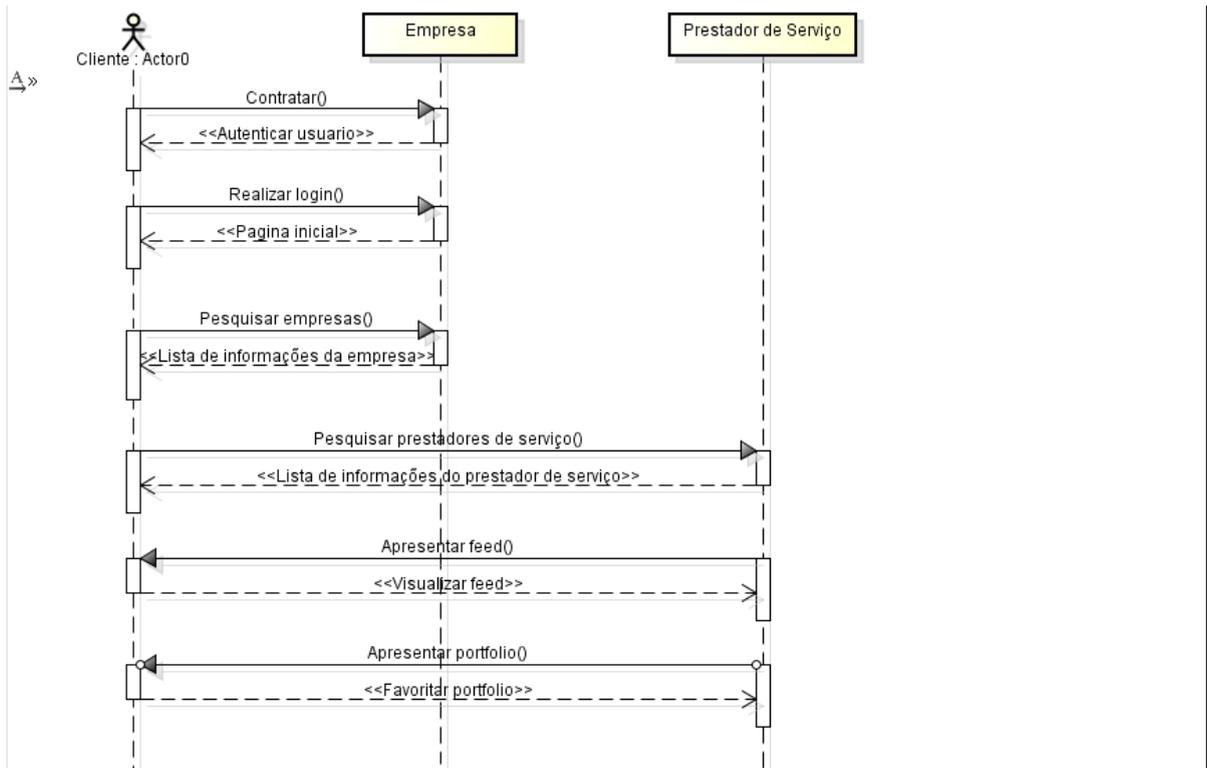
4.8 DIAGRAMA DE CASO DE NAVEGAÇÃO



Fonte: Desenvolvido pelos autores

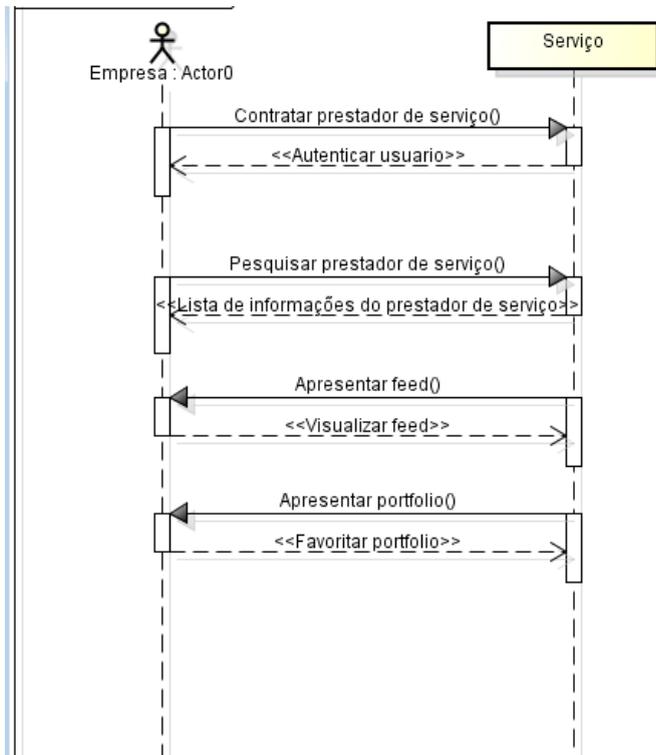
4.9 DIAGRAMAS DE SEQUÊNCIA

Figura 06 - Relação cliente, empresa e prestador de serviço



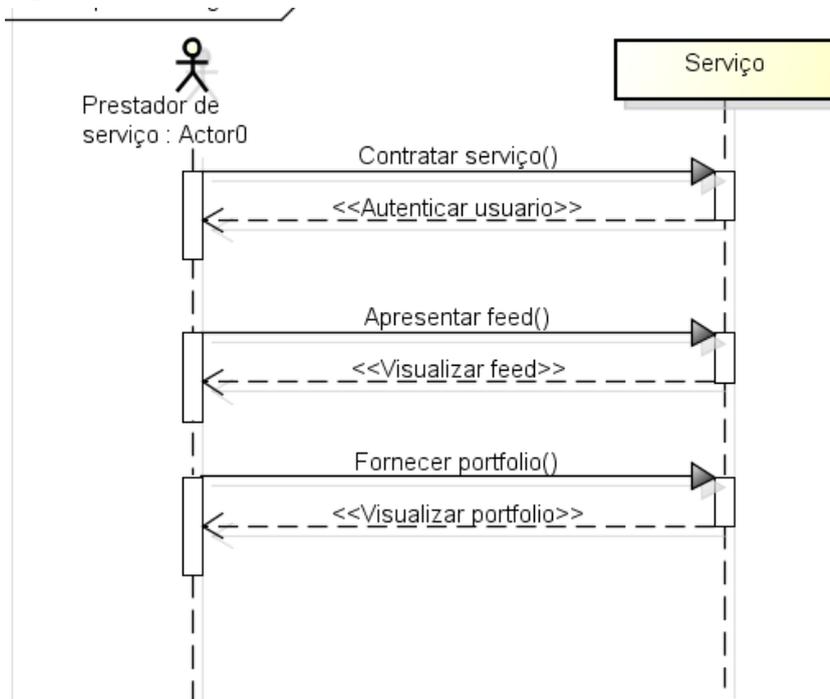
Fonte: Desenvolvido pelos autores

Figura 07 - Relação empresa e prestador de serviço



Fonte: Desenvolvido pelos autores

Figura 08 - Relação autônomo e serviço



Fonte: Desenvolvido pelos autores

5 TESTE FUNCIONAL

QUADRO 01

CASO Nº	CT001 - Acessar a página principal
OBJETIVO DO TESTE	Verificar a disponibilidade do sistema.
PASSOS	<ol style="list-style-type: none">1. Acessar a página do Party Maker: Menu iniciar → Programas → Navegador.2. No campo endereço, digite: http://partymaker.atwebpages.com3. Espere a página carregar durante 3 segundos
CRITÉRIOS DE ÊXITO	A página inicial deve poder ser acessada sem problemas e exibir todos os elementos corretamente, inclusive a caixa de pesquisa.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

QUADRO 02

CASO Nº	CT002 - Realizar uma pesquisa
OBJETIVO DO TESTE	Verificar se a função pesquisar está retornando resultados.
PASSOS	<ol style="list-style-type: none">1. Mover o mouse até o canto superior direito do site.2. Clicar no círculo laranja com um ícone de lupa no centro.3. Digitar um termo para a busca.4. Aguardar a página carregar.5. Visualizar os resultados.
CRITÉRIOS DE ÊXITO	A função de pesquisa deve retornar resultados baseados nos termos que o usuário digitou no campo pesquisar.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

QUADRO 03

CASO Nº	CT003 - Visualizar portfólio.
OBJETIVO DO TESTE	Verificar a renderização dos perfis de empresas e autônomos ao clicar em um resultado de busca.
PASSOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Clicar sobre o título de um dos resultados da busca (realizada no teste anterior). 2. Aguardar a página carregar. 3. Visualizar o perfil esperado.
CRITÉRIOS DE ÊXITO	A página de visitação de perfil deve exibir o perfil da empresa ou autônomo que o usuário solicitou exibindo seu nome, imagem de perfil, informações de contato, descrição, itens do portfólio e avaliações de outros usuários.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

QUADRO 04

CASO Nº	CT004 - Efetuar Login
OBJETIVO DO TESTE	Verificar a autenticação no sistema e se este direciona o usuário para as rotas devidas.
PASSOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mover o mouse até o canto superior direito do site. 2. Clicar no botão 'Entrar'. 3. Selecionar o tipo de login 4. Esperar a página carregar. 5. Preencher o campo CPF/CNPJ/E-mail. O tipo de credencial vai depender do tipo de login selecionado. 6. Preencher o campo senha. 7. Clicar no botão logo abaixo escrito 'entrar'. 8. Aguardar o carregamento da homepage.
CRITÉRIOS DE ÊXITO	Se as credenciais do usuário estiverem corretas ele deve ser redirecionado para a página principal do site, porém agora o sistema terá uma sessão aberta e a foto do usuário deverá aparecer onde antes havia o botão 'entrar'.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

QUADRO 05

CASO Nº	CT005 - Deixar uma avaliação para uma empresa
----------------	---

OBJETIVO DO TESTE	Verificar a funcionalidade feedback.
PASSOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrar no perfil de uma empresa após ter efetuado o login. 2. Rolar a página até a sessão 'Avaliações dos Clientes'. 3. Clicar no campo de texto. 4. Escrever uma resenha. 5. Dar uma nota de 1 a 5 clicando nas estrelas que aparecem logo acima do campo de texto. 6. Clicar no botão 'avaliar'.
CRITÉRIOS DE ÊXITO	O comentário e a nota deixados pelo usuário devem ser salvos no banco e ficarem visíveis para todos que entrarem no perfil daquela empresa posteriormente.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

6 PADRÕES DE PROJETO

6.1 DAO

DAO é o acrônimo de Data Access Object (em português: Objeto de acesso a dados). É um padrão para aplicações que utilizam persistência de dados, onde tem a separação das regras de negócio das regras de acesso a banco de dados, implementada com linguagens de programação orientadas a objetos.

SANTOS (2019) relata que o padrão DAO é responsável por separar toda lógica de persistência de dados em classes, essas levam a terminologia DAO acrescentado ao nome do modelo e são comumente conhecidas como classes DAO, ex: UsuarioDAO, AdminDAO, etc. Pela persistência dos dados está encapsulada, mudanças não afetam a lógica de negócio, desde que estas entendam a interface das classes DAO, sem haver necessidade de entender seu funcionamento e as tecnologias SGBD.

No software Party Maker, classes DAO foram utilizadas para centralizar toda a comunicação com o banco de dados assim isolando estas das demais classes do sistema com diferentes funções.

6.2 MVC

O padrão MVC foi desenvolvido para construir interfaces gráficas em Smalltalk por Trygve Reenskaug enquanto trabalhava na Xerox PARC. Utilizado em plataformas de desenvolvimento como o Spring MVC no Java e ASP.NET MVC da Microsoft, este padrão de desenvolvimento contribuiu para a criação de sistemas pioneiros que marcaram história, como o Apple Lisa e Macintosh.

Segundo Gamma (1994), o MVC consiste em dividir o código do software em segmentos funcionais para tornar a aplicação pronta para atender a mudanças de forma rápida, realização de testes unitários e ampliações sem afetar o código já pronto, mantendo o limite entre três camadas, o Modelo, a Visualização e o Controlador.

No Party Maker o MVC foi usado para separar a camada de visão, responsável pela interface do usuário, da camada de controle.

6.3 SINGLETON

O padrão singleton define uma operação de instância que permite aos clientes acessarem sua única instância. Os clientes acessam uma instância Singleton unicamente pela operação de instância do Singleton. GAMMA e col. o caracterizam como um design pattern criacional, que assegura que uma determinada classe só possa ser instanciada apenas uma única vez.

O padrão singleton foi usado no projeto pois durante toda uma sessão só será usado um único objeto, ou seja, uma única instância, responsável pelas comunicações com o banco de dados e com o backend.

REFERÊNCIAS

- COIFMAN, A. **Como a inovação tecnológica pode beneficiar os negócios?**. CRONAPP, 2019. Disponível em: <https://blog.cronapp.io/como-a-inovacao-tecnologica-pode-beneficiar-os-negocios/>. Acesso em: 18 set. 2020.
- FACURI, F. **ABEOC: Mercado de Eventos deve ter prejuízo de R\$ 80 bilhões em dois meses**. Revista Eventos, 2020. Disponível em: [https://www.revistaeventos.com.br/Entidades/ABEOC:-Mercado-de-Eventos-deve-ter-prejuizo-de-R\\$-80-bilhoes-em-dois-meses/49541](https://www.revistaeventos.com.br/Entidades/ABEOC:-Mercado-de-Eventos-deve-ter-prejuizo-de-R$-80-bilhoes-em-dois-meses/49541). Acesso em: 03 set. 2020.
- SEBRAE. **Entenda o impacto da pandemia no setor de eventos**. SEBRAE, 2020. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-impacto-da-pandemia-no-setor-de-eventos,424ba538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 14 set. 2020.
- O'BRIEN. **O uso de tecnologia da informação como ferramenta de gestão**. O'BRIEN, 2002. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/652_SEGET%20roro.pdf. Acesso em: 16 out. 2020.
- PORTER. **O uso de tecnologia da informação como ferramenta de gestão**. PORTER, 1986. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/652_SEGET%20roro.pdf. Acesso em: 16 out. 2020.
- ALBANO. **O uso de tecnologia da informação como ferramenta de gestão**. AEDB, 2001. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/652_SEGET%20roro.pdf. Acesso em: 16 out. 2020.
- BRANCHEAU E WETHERBE. **O uso de tecnologia da informação como ferramenta de gestão**. AEDB, 1987. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/652_SEGET%20roro.pdf. Acesso em: 16 out. 2020.
- PINHO J.B. **Promoção de vendas marketing**. PAPIRUS, 2001. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=31_wbJ_XkR4C&oi=fnd&pg=PA9&dq=promo%C3%A7%C3%A3o+de+vendas+marketing&ots=6mpkyCOTwf&sig=hD5H4hDj6

67f9A9TvrSgACJYdN0&redir_esc=y#v=onepage&q=promo%C3%A7%C3%A3o%20de%20vendas%20marketing&f=false. Acesso em: 17.out. 2020.

SANTIAGO. **Comunicação Integrada de Marketing**. IESDE BRASIL. 2016. Disponível em: http://ead2.fgv.br/ls5/centro_rec/docs/comunicacao_integrada_marketing.pdf. Acesso em: 17.out. 2020.

SANTOS. **Comunicação e marketing : implementação de estratégias de marketing e comunicação em negócios B2B**. CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL. 2018. Disponível em: https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/29418/1/TFM_Ricardo_Santos.pdf. Acesso em: 17.out. 2020.

FERREIRA. **A influência das mídias sociais na divulgação de um evento: um estudo de caso sobre o evento Experiencie**. UFRS. 2013. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/88880>. Acesso em: 17.out. 2020.

DEBORA. **Desenvolvimento iterativo e incremental: o que é e como funciona?** . Cronapp, 2019. Disponível em: <https://blog.cronapp.io/desenvolvimento-iterativo-e-incremental/> . Acesso em: 29 nov. 2020.

CECÍLIA. **Como a tecnologia está revolucionando a produção de eventos**. Sympla, 2013. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/blog.sympla.com.br/como-a-tecnologia-esta-revolucionando-a-producao-de-eventos/amp/> . Acesso em: 10 abril. 2021.

DINO. **Setor de eventos: com expectativa anual de crescimento de 14%, escola ensina a fazer eventos 100% online**. Terra, 2020. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/www.terra.com.br/amp/noticias/dino/setor-de-eventos-com-expectativa-anual-de-crescimento-de-14-escola-ensina-a-fazer-eventos-100-online,114483e078880da647b659872e375863uxfs4k68.html> . Acesso em: 10 Abril. 2021.

BARBERÁ, A. **PADRÃO DE ARQUITETURA MVC: MODEL-VIEW-CONTROLLER**. UNIFAFIBE, 2019. Disponível em:

<https://www.unifafibe.com.br/revistasonline/arquivos/revistaepqfifibe/sumario/20/16112011142249.pdf>. Acesso em: 6 out. 2021.

GAMMA, ERICH.; HELM, RICHARD.; JOHNSON, RALPH.; VLISSIDES, JOHN. ***PADRÕES DE PROJETOS***. PORTO ALEGRE: Grupo A, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577800469/>. Acesso em: 07 out. 2021.

APÊNDICES

Apêndice 01 - Manual do usuário e requisitos mínimos do sistema

PARTY MAKER — Requisitos mínimos para o servidor

Requisitos de software:

- Programa de PHP instalado
- MySQL instalado

Requisitos de Hardware

- processador: Intel core i3-9100f
- Memória: 4GB Ram
- Armazenamento: 100 MB

MANUAL DO USUÁRIO — PARTY MAKER

Sumário

1	Início	2
1.2	Requisitos mínimos para utilizar o software	2
1.3	Layout inicial	2
2	Cadastro de usuário	3
2.1	Cadastro de cliente	4
2.2	Cadastro de empresa	5
2.3	Cadastro de autônomo	5
3	Login de usuário	6
3.1	Login de cliente	6
3.2	Login de empresa	6
3.3	Login de autônomo	6
4	Acessando portfólios	7
4.1	Acessando portfólios à partir da página inicial	7
4.2	Fazendo uma pesquisa	8
4.3	Navegando pelo perfil de um usuário	9
4.4	Deixando uma avaliação	10
5	Manutenção de perfil de usuário	11
5.1	Visualizando seu perfil	11

5.2	Editando perfil	11
5.3	Editando informações básicas	12
5.4	Editando texto de apresentação	12
5.5	Editando foto de perfil	13
5.6	Editando itens do portfólio	13
5.7	Editando tags	14
5.8	Deslogando	15

1 INÍCIO

Para utilizar o Party Maker você deve acessar a URL <https://partymaker.atwebpages.com>.

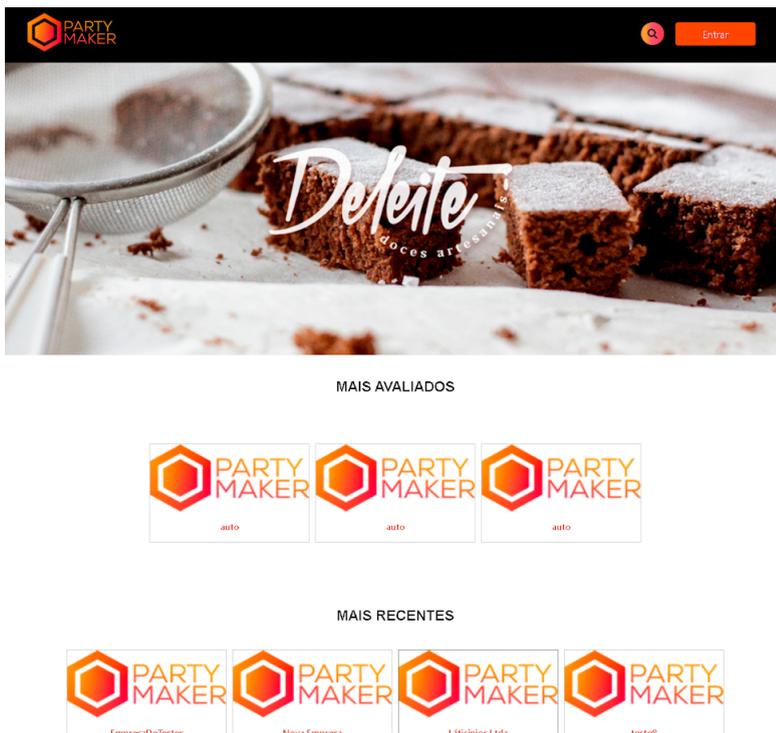
1.2 REQUISITOS MÍNIMOS PARA UTILIZAR O SOFTWARE

- Aparelho com sistema operacional, podendo ser um smartphone ou um computador desktop
- Navegador de internet com suporte ao javascript mais recente instalado no aparelho como Google Chrome a partir da versão 74, Mozilla Firefox a partir da versão 31 ou Microsoft Edge a partir da versão 79.
- Conexão com a internet
- Configurações de hardware mínimas recomendadas: 1GB de memória RAM, processador de 1GHZ.

1.3 LAYOUT INICIAL

Ao acessar o Party Maker você irá se deparar com a página inicial do site a partir da qual poderá realizar as seguintes operações: visualizar empresas e colaboradores em destaque, acessar o portfólio destes, realizar pesquisas e entrar com sua conta.

Figura 01 - Página inicial



Fonte: Desenvolvido pelos autores

2 CADASTRO DE USUÁRIO

Na tela inicial deslize o cursor do mouse até o canto superior direito e o posicione sobre o botão laranja 'Entrar'. Ao fazer isso um menu dropdown será exibido com as seguintes opções: Entrar como cliente, Entrar como empresa e Entrar como autônomo.

Figura 02 - Menu

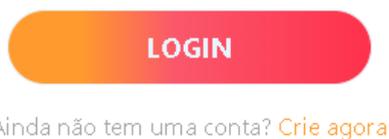


Fonte: Desenvolvido pelos autores

2.1 CADASTRO DE CLIENTE

No menu que foi aberto clique em “Entrar como cliente”, você será direcionado(a) para outra página. Nesta página que se abriu procure o link “Crie agora” abaixo do botão “LOGIN”.

Figura 03 - Botão de login



Fonte: Desenvolvido pelos autores

Clique neste link e será direcionado(a) para mais uma página.

Figura 04 - Formulário de cadastro

A imagem mostra o formulário de criação de conta. No topo, há um ícone hexagonal com um gradiente de laranja a vermelho. Abaixo dele, o título "Crie sua Conta" em uma fonte grande e colorida. O formulário contém quatro campos de entrada: "Nome", "Email", "Telefone" e "Senha", cada um com uma linha de texto cinza. No final do formulário, há um botão "CADASTRO" com o mesmo gradiente de laranja a vermelho. Abaixo do botão, há o texto "Já tem uma conta? Login" em uma fonte menor, onde "Login" é um link em cor laranja.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Nesta página preencha as informações que são requeridas nos campos e em seguida clique no botão “Cadastrar”.

2.2 CADASTRO DE EMPRESA

No menu do botão ‘Entrar’ clique na opção ‘Entrar como empresa’ e repita os passos do item ‘Cadastro de cliente’.

2.3 CADASTRO DE AUTÔNOMO

No menu do botão ‘Entrar’ clique na opção ‘Entrar como autônomo’ e repita os passos do item ‘Cadastro de cliente’.

3 LOGIN DE USUÁRIO

Agora que possui uma conta cadastrada o usuário poderá entrar nela efetuando o login. Para efetuar o login passe novamente o cursor sobre o botão ‘entrar’ no canto superior direito para exibir o menu e clique na opção referente ao seu tipo de usuário.

3.1 LOGIN DE CLIENTE

Ao clicar em ‘Entrar como cliente’ você será direcionado(a) para uma página com alguns campos de texto.

Figura 05 - Formulário de login



Faça Seu Login

Email

Senha

LOGIN

Ainda não tem uma conta? [Crie agora](#)

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Preencha os campos com seus dados e clique em ‘Login’.

3.2 LOGIN DE EMPRESA

Repita o procedimento do tópico login de cliente, porém clicando em ‘Entrar como empresa’ no menu.

3.3 LOGIN DE AUTÔNOMO

Repita o procedimento do tópico login de cliente, porém clicando em ‘Entrar como autônomo’ no menu.

4 ACESSANDO PORTFÓLIOS

4.1 ACESSANDO PORTFÓLIOS A PARTIR DA PÁGINA INICIAL

Ao entrar na página inicial do Party Maker você verá alguns cards com uma imagem e um nome de uma empresa ou de um autônomo, divididos entre mais recentes e mais bem avaliados.

Figura 06 - Feed inicial



Fonte: Desenvolvido pelos autores

Você pode, se quiser, clicar sobre o nome de uma dessas empresas. Fazendo isso será direcionado(a) para a página de perfil desta.

4.2 FAZENDO UMA PESQUISA

É possível também pesquisar por empresas ou autônomos diretamente. Para fazer uma pesquisa leve o mouse até o canto superior direito onde há um símbolo de lupa dentro de um círculo.

Figura 07 - Campo de busca



Fonte: Desenvolvido pelos autores

Ao passar o mouse sobre esse círculo ele se expandirá revelando um campo de texto. Neste campo de texto digite os termos da sua busca. Você pode buscar pelo nome de uma empresa ou autônomos ou pode pesquisar por tags, termos relacionados aos trabalhos realizados por aqueles usuários. Uma explicação mais detalhada sobre tags será dada em um tópico mais adiante, mas só para exemplificar, você pode pesquisar por ‘bolo’ para encontrar um autônomo que faz bolos.

Após terminar de digitar pressione o botão enter no teclado e a pesquisa será feita. Você irá para uma nova página com os resultados da busca.

Figura 08 - Página de busca



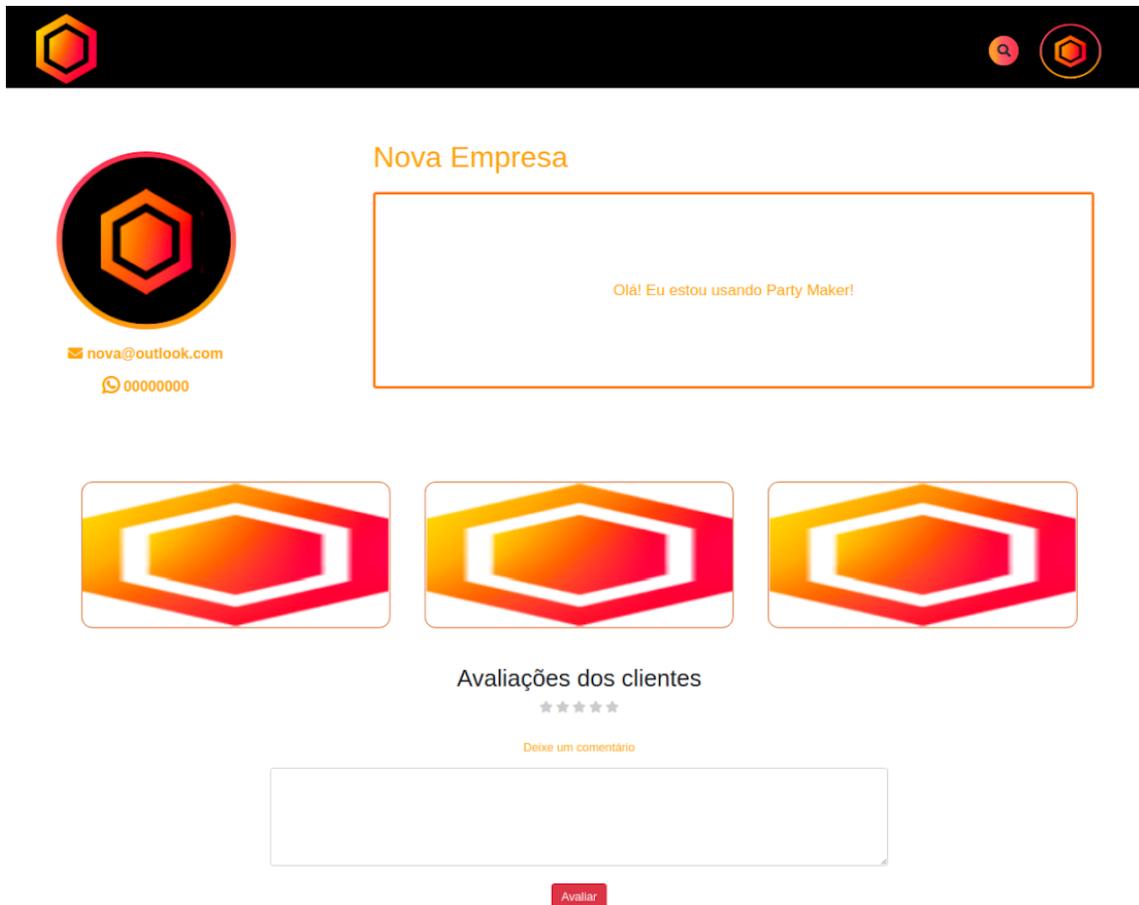
Fonte: Desenvolvido pelos autores

Nesta página são listados todos os usuários que o sistema encontrou relacionados à sua busca. Se o que procurar estiver na lista, clique sobre o nome desse usuário e será direcionado para a sua página de perfil.

4.3 NAVEGANDO PELO PERFIL DE UM USUÁRIO

Ao acessar o perfil de um usuário você irá se deparar com uma página parecida com esta:

Figura 09 - Página de um usuário



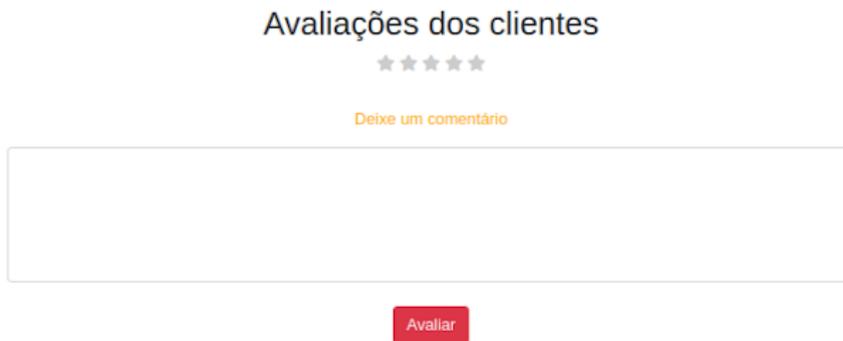
Fonte: Desenvolvido pelos autores

No lado esquerdo está a foto de perfil do usuário e abaixo desta estão algumas informações de contato do usuário, como número de telefone e e-mail. À direita há um breve texto escrito pelo usuário. Abaixo há os itens do portfólio, três imagens postadas pelo usuário que demonstram o seu trabalho. Passando o mouse sobre essas imagens é exibido um pequeno texto descritivo também inserido pelo usuário. E mais abaixo há a parte de feedback, onde os clientes podem dar notas para o provedor de serviço e também deixar um comentário.

4.4 DEIXANDO UMA AVALIAÇÃO

Você pode se quiser deixar uma avaliação para uma empresa ou autônomo cujos serviços você contratou. Para isso vá até o final da página deste usuário e localize uma área com uma caixa de texto.

Figura 10 - Caixa de feedback



The image shows a user interface for customer reviews. At the top, the text 'Avaliações dos clientes' is displayed in a dark font. Below this text are five small, light gray stars, indicating a 5-star rating system. Underneath the stars, the text 'Deixe um comentário' is written in a smaller, orange font. A large, empty rectangular text box is positioned below the text, intended for the user to enter their comment. At the bottom center of the form, there is a red button with the white text 'Avaliar', which is used to submit the review.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Você pode dar uma nota clicando nas estrelas acima da caixa de texto, sendo 5 estrelas a nota máxima e 1 estrela a nota mínima. Você pode escrever um comentário na caixa de texto. Após isso clique no botão vermelho abaixo e sua avaliação será enviada.

Apenas usuários do tipo cliente podem enviar avaliações.

5 MANUTENÇÃO DE PERFIL DE USUÁRIO

5.1 VISUALIZANDO PERFIL

Para acessar o seu próprio perfil deslize o mouse até a sua foto no canto superior direito para exibir um menu de opções. Caso não esteja logado nessa região irá haver o botão ‘Entrar’, nesse caso primeiro entre em sua conta. Caso seja sua primeira vez no site você verá o ícone do party maker, essa é a imagem padrão para novos usuários.

Após deslizar o mouse sobre a imagem será exibido um menu com as opções ‘Ver perfil’ e ‘Sair’.

Figura 11 - Menu de usuário logado



Fonte: Desenvolvido pelos autores

Clique em ‘Ver perfil’, você será direcionado para a sua página de perfil, nesta página você irá ver seu perfil de forma muito semelhante a forma como outras pessoas verão caso pesquisem pelo seu perfil.

5.2 EDITANDO PERFIL

Para editar suas informações públicas primeiro faça os procedimentos do item anterior. Uma vez dentro de sua página pessoal clique sobre o ícone de uma engrenagem localizado à direita de seu nome de usuário.

Figura 12 - Botão editar perfil



Fonte: Desenvolvido pelos autores

Clicando neste ícone você será direcionado para a página de edição de perfil. Há muita coisa nessa página por isso ela será explicada em partes.

5.3 EDITANDO INFORMAÇÕES BÁSICAS

Figura 13 - Formulário de edições básicas

Informações do perfil

GABRIEL ALVES OLINDA

teste@gmail.com

55999999

Senha

SALVAR **EXCLUIR**

Fonte: Desenvolvido pelos autores

A primeira parte da edição de perfil são as informações básicas. Nesta parte Você poderá alterar seu nome ou o nome de sua empresa, seu e-mail, telefone e senha. Após preencher os campos com as novas informações, você pode clicar no botão ‘Salvar’ para atualizar seus dados. Esta parte funciona de forma isolada do restante da página de edição, se quiser alterar apenas essas informações pode só clicar no salvar, caso queira editar outras coisas retorne a página de edição de perfil e siga para os próximos itens.

5.4 EDITANDO TEXTO DE APRESENTAÇÃO

Figura 14 - Campo de texto de apresentação

Esse é o texto que é exibido ao entrar no seu perfil

Arquivo Editor Visualizar Inserir Formato Ferramentas Tabela

← → Parágrafo **B** *I* [Bulleted List] [Numbered List] [Link] [Unlink]

Olá! Eu estou usando Party Maker!

6 PALAVRAS DISTRIBUÍDO POR TINY

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Esse é o texto que é exibido em seu perfil quando alguém o acessa e por padrão é “Olá! Eu estou usando o Party Maker!”. Você pode alterá-lo para qualquer texto de sua preferência. Usando as opções do editor de texto você também pode formatá-lo alterando o tamanho da letra, a cor ou deixar em negrito ou itálico. Você não é obrigado(a) a mexer nessas opções, se não quiser ou não souber como apenas escreva um texto normal.

5.5 EDITANDO FOTO DE PERFIL

Figura 15 - Foto de perfil



Fonte: Desenvolvido pelos autores

Onde há uma imagem circular, o ícone do Party Maker, caso seja sua primeira vez, você poderá enviar uma foto clicando no botão ‘Escolher arquivo’ logo abaixo da imagem. Ao clicar nele seu computador abrirá uma janela onde você poderá navegar pelos seus arquivos. Procure a imagem que você deseja usar e a selecione e pronto.

Pode ser que o sistema dê algum erro caso a imagem que você escolheu seja muito grande ou muito pequena, isso dificilmente ocorre com imagens feitas em computador utilizadas por empresas, mas caso ocorra com a sua recomendamos que edite a imagem aumentando ou diminuindo sua resolução.

5.6 EDITANDO ITENS DO PORTFÓLIO

Figura 16 - Upload de itens para o portfólio

Adicione itens ao seu portfólio

ESCOLHER ARQUIVO

Texto a ser exibido junto com a imagem:

Portfólio

ESCOLHER ARQUIVO

Texto a ser exibido junto com a imagem:

Portfólio

ESCOLHER ARQUIVO

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Agora você deve adicionar itens ao seu portfólio. Esses itens são imagens promocionais que servirão para mostrar ao cliente um pouco do seu trabalho. Recomendamos que utilize fotos de trabalhos reais que você fez a não muito tempo. Para adicionar imagens basta clicar nos botões ‘Escolher arquivo’ e seguir o mesmo procedimento de escolher uma foto de perfil. Abaixo de cada botão há um campo de texto que poderá escrever. Esse texto será exibido quando um cliente passar o mouse em cima da imagem na sua página de perfil. O texto deve ser relacionado com a imagem e recomendamos que seja uma descrição desta, por exemplo, se for a foto de um evento que sua empresa organizou coloque a descrição “Evento tal realizado no lugar tal na data tal”.

5.7 EDITANDO TAGS

Figura 17 - Caixa de tags



Fonte: Desenvolvido pelos autores

As tags são uma maneira de te encontrar dentro do site. Elas são palavras chave relacionadas ao seu trabalho que um cliente pode usar para procurar empresas quando não sabe exatamente o nome de uma empresa mas sabe o que quer que essa empresa faça. Por exemplo, se sua empresa faz bolos e possui a tag bolos no sistema, qualquer pessoa que pesquisar por bolos irá ver a sua empresa nos resultados de busca. As tags são um recurso muito útil e você deve usá-las se quiser ser encontrado(a) mais facilmente.

Para adicionar tags vá até a última caixa de texto da página de edição e escreva todas as palavras chave relacionadas ao seu serviço separando-as por vírgula. Por exemplo: "bolos, confeitados, salgados, etc". É muito importante separar as tags com vírgula pois o sistema usa as vírgulas para distinguir uma tag da outra, caso se esqueça das vírgulas tudo que você escreveu será considerado uma tag só. Agora só clicar em 'Enviar' e todas as suas alterações serão salvas.

5.8 DESLOGANDO

Caso queira sair da sua conta, você pode deslogar. Repita o procedimento instruído no início deste tópico de manutenção e leve o mouse até sua foto – que agora é realmente sua foto, se você seguiu todos os passos de edição – para exibir o menu de opções. Clique então na última opção que diz 'Sair' e você será completamente deslogado(a). Quando quiser entrar novamente em sua conta você terá que informar novamente suas credenciais e sua senha.