

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

Alecsander Gabriel da Silva Teixeira
Erick Nalbert Costa de Jesus
Guilherme Cesar do Nascimento Victorelle
Guilherme Santana Machado

PRIVATE PARTY
SISTEMA DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Fernandópolis
2019

Alecsander Gabriel da Silva Teixeira
Erick Nalbert Costa de Jesus
Guilherme Cesar do Nascimento Victorelle
Guilherme Santana Machado

PRIVATE PARTY
SISTEMA DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção de Habilitação Profissional Técnica de **Nível Médio de Técnico em Informática para internet**, no **Eixo Tecnológico de Informação e Comunicação** à Escola Técnica Professor Armando José Farinazzo, sob a orientação do professor **Andre Zagato Gomes**.

Fernandópolis
2019

Alecsander Gabriel da Silva Teixeira
Erick Nalbert Costa de Jesus
Guilherme Cesar do Nascimento Victorelle
Guilherme Santana Machado

PRIVATE PARTY
SISTEMA DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção de Habilitação Profissional Técnica de **Nível Médio de Técnico em Informática para Internet**, no **Eixo Tecnológico de Informação e Comunicação** à Escola Técnica Professor Armando José Farinazzo, sob a orientação do professor **Andre Zagato Gomes**.

Examinadores:

André zagato gomes

Tiago ribeiro carneiro

Danubia aparecida bordignoni

Fernandópolis
2019

DEDICATÓRIA

Aos nossos orientadores, professores e à própria instituição, que contribuíram de diversas maneiras para nosso desenvolvimento tanto profissional como pessoal, a nós mesmos, pela dedicação e empenho, ao Coordenador Antônio Fiamenghi Neto e o Professor André Zagato Gomes, ambos do curso de Informática para Internet, e aos nossos amigos, que sempre nos apoiaram.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Deus por ter nos dado forças para superar as dificuldades. Aos professores pelo suporte, pelas correções e incentivos. A todos que de forma direta ou indireta fizeram parte de nossa formação, o nosso muito obrigado.

EPÍGRAFE

"Que todos os nossos esforços estejam sempre focados no desafio a impossibilidade. Todas as grandes conquistas humanas vieram daquilo que parecia impossível" — Charles Chaplin, ator

RESUMO

Baseando em modelos variáveis de evento, as festas contam com muitas possibilidades de experiências de todos os tipos e dimensões, e com tanta busca, os eventos que não se desenvolvem ligeiramente se tornam insignificantes. O setor de eventos obteve crescimento gradativo ao longo dos anos, podem ser importantes planos de comunicação e *marketing*, o setor mobilizou R\$ 209,2 bilhões, em 2013, 4,32% do PIB brasileiro no período, as empresas participam e organizam eventos, sendo de âmbito interno ou externo. A tecnologia serve para melhorar e facilitar, alguns aplicativos que fazem tarefas a serem cumpridas, assim executar metas sem fugir da data determinada, é necessário que o evento esteja cadastrado e que esse espaço seja o eixo da organização e segurança, aproveitando a existência de uma série de ferramentas que facilitam todo o processo necessário. Com isso, a falta de um sistema informatizado acaba ocasionando vários problemas, entre eles, a desordem em determinadas horas, entrada de não participantes no “evento”, falta de informações importantes. Após o uso de cada um dos objetivos de aprendizagem, imediatamente foi realizado um grupo, onde os participantes compartilharam ideias sobre a experiência de conhecimento os quais tiveram que pensar sobre como a tecnologia auxilia e possibilita a interatividade, desta forma, os alunos apresentaram em prática o estudo ensinado nas salas de informática para *internet* e para atender a lacuna organizativa, demonstrando em que a tecnologia auxiliará na realização dos eventos. Ao considerar o desenvolvimento do sistema Private Party demonstra-se como satisfazer o convidado no evento com uma melhor organização.

Palavras-chave: Interatividade. Organização de Eventos. Tecnologias em assessoramento.

ABSTRACT

Based on variable event models, parties have many possibilities for experiences of all kinds and dimensions, and with so much searching, events that do not develop slightly become insignificant. The sector of events has grown gradually over the years, it can be important communication and marketing plans, the sector mobilized R \$ 209.2 billion, in 2013, 4.32% of the Brazilian GDP in the period, companies participate and organize events, being of internal or external scope. The technology serves to improve and facilitate, some applications that do tasks to be fulfilled, thus to execute goals without evading the determined date, it is necessary that the event is registered and that this space is the axis of the organization and security, taking advantage of the existence of a series of tools that facilitate all the necessary process. Thus, the lack of a computerized system ends up causing several problems, among them, the disorder at certain times, entry of non-participants in the "event", lack of important information. After the use of each of the learning objectives, a group was immediately formed, where the participants shared ideas about the knowledge experience, which had to think about how the technology helps and enables the interactivity, in this way, the students presented in practice the study taught in computer rooms for the Internet and to attend to the organizational gap, demonstrating in which technology will help in the accomplishment of the events. When considering the development of the Private Party system demonstrates how to satisfy the guest in the event with a better organization.

Keywords: Interactivity. Event organization. Technologies in advising

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 — Sistema Eventrive.....	20
Figura 2 — Sistema EspaçoTH.....	21
Figura 3 — Sistema Symplâ.....	22
Figura 4 — Mix de <i>Marketing</i>	23
Figura 5 — Análise SWOT.....	28
Figura 6 — Logomarca.....	29
Figura 7 — Logomarca.....	29
Figura 8 — Cor utilizada na logomarca do <i>software</i>	30
Figura 9 — Alfabeto principal em fonteTempus Sans ITC, utilizado na logomarca. .	31
Figura 10 — Alfabeto complementar em fonte Square721 BTBauhaus. 93.	31
Figura 11 — Alfabeto complementar em fonte Cooper Std Black.	31
Figura 12 — Diagrama da marca em versão vertical.	32
Figura 13 — Cores Monocromáticas.....	33
Figura 14 — Versão monocromática da logomarca.	33
Figura 15 — Logomarca em versão alternativa.....	34
Figura 16 — Panfleto de divulgação do sistema.	36
Figura 17 — Perfil Private Party na rede social Instagram.....	37
Figura 18 — Escolha de qual logomarca o clientes gostaram mais no Instagram. ...	38
Figura 19 — Modelo Canvas de Negócios.....	41
Figura 20 — Diagrama de Atores do sistema.....	49
Figura 21 — Diagrama de Contexto.....	52
Figura 22 — Diagrama de Contexto- Sistema.....	53
Figura 23 — Diagrama de Contexto — Módulo Pessoa Usuário.....	54
Figura 24 — Diagrama de Contexto - Módulo Pessoa Administrador.....	55
Figura 25 — Diagrama de Contexto - Módulo Pessoa Convidado.....	56
Figura 26 — Diagrama de Entidade Relacionamento do <i>software</i>	57
Figura 27 — Diagrama de Classes do <i>software</i>	60

Figura 28 — Diagrama de Sequência – Cadastrar Usuário.	65
Figura 29 — Diagrama de Sequência - Carregar Usuário.	67
Figura 30 — Diagrama de Sequencia – Inativar Usuário.	67
Figura 31 — ilustra o Diagrama - Logar Administrador.	68
Figura 32 — Ilustra a página principal do sistema.	69
Figura 33 — Ilustra o cadastro do usuário.	70
Figura 34 — ilustra os requisitos de um evento.	71
Figura 35 — Ilustra a pagina do suporte.	71
Figura 36 — Ilustra o login do cliente.	72
Figura 37 — Ilustra o Listar do Usuário.	73
Figura 38 — Ilustração do Questionário <i>Online</i>	81

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Evento

CSS – Cascading Style Sheets (Folhas de estilo em cascata)

DER – Diagrama de Entidades e Relacionamentos

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDE – Integrated Development Environment (Ambiente de Desenvolvimento Integrado)

SGBD - Sistema Gerenciador de Banco de Dados

SQL – Structured Query Language (Linguagem de consulta estruturada)

SWOT - (*Streghts, Weakness, Opportunities e Threats*)

RGB- Red Green e Blue

CMYK - Cyan (Ciano), Magenta (Magenta), Yellow (Amarelo) e black (Preto)

ITC - International Trade Commission

HEC - (Hautes Études Commerciales)

JAD - Joint Application Development

HTML - HyperText Markup Language

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 — Lista de Caso de Uso Parte 1.	49
Quadro 2 — Lista de Mensagens exibidas nas telas do <i>software</i>	51
Quadro 3 — Dicionário de Atributos da Classe Pessoa.	61
Quadro 4 — Dicionário de Atributos da Classe Administrador.	61
Quadro 5 — Dicionário de Atributos da Classe Usuário.	62
Quadro 6 — Dicionário de Atributos da Classe Convidado.	62
Quadro 7 — Dicionário de Atributos da Classe Evento.	63
Quadro 8 — Dicionário de Atributos da Classe TipoEvento.	63
Quadro 9 — Dicionário de Atributos da Classe Serviço.	64
Quadro 10 — Dicionário de Atributos da Classe ServiçoTipoEvento.	64
Quadro 11 — Dicionário de Atributos da Classe ServicoEvento.	64

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO I	15
1. Fundamentação Teórica	15
1.1. Pesquisas relacionadas	15
1.1.1. Eventos	15
1.1.2. Contribuição da tecnologia para os eventos	16
1.1.3. Planejamento de eventos	17
1.1.4. Problemas na organização do evento	18
1.1.5. Controle de pessoas:	18
1.1.6. Sistemas de Informação	19
1.2. Pesquisa de <i>softwares</i> similares.....	19
1.2.1. Eventribe	20
1.2.2. Espaço TH.....	20
1.2.3. Sympla.....	21
1.3. Plano de <i>Marketing</i>.....	22
1.3.1. Apresentação do <i>Software</i>	23
1.3.1.1. Produto	24
1.3.1.2. Preço	25
1.3.1.3. Praça	25
1.3.1.4. Promoção.....	25
1.3.2. Análise SWOT	26
1.3.3. Identidade visual	28
1.3.4. Tipografia	31
1.3.5. Reprodução da Marca	32
1.3.6. Marca negativa	34
1.3.7. Publicidade	34
1.3.8. Modelo de negócio	39

1.4. Canvas	40
1.4.1.1 Proposta de valor	42
1.4.1.2. Segmentos de clientes	42
1.4.1.3 Canais de distribuição	43
1.4.1.4 Relacionamentos com clientes	43
1.4.1.5 Atividades chave	43
1.4.1.6 Recursos chave	43
1.4.1.7 Parcerias chave	44
1.4.1.8 Estruturas de custo	44
1.4.1.9 Fontes de renda	44
CAPÍTULO II	45
2. Levantamento de requisitos	45
2.1.Requisitos Funcionais	45
2.1.1. Requisitos Não funcionais	46
2.2. Principal dificuldade no levantamento de requisitos	46
2.3. Questionário de viabilidade do <i>software</i>	47
CAPÍTULO III	48
3. Modelagem de Requisitos.....	48
3.1. Diagrama de Atores do Sistema.....	48
3.2. Lista de Casos de Uso	49
3.3. Diagrama de Mensagens.....	51
3.4. Diagrama de Contexto.....	51
3.5. Diagrama Entidade Relacionamento.....	56
CAPÍTULO IV	58
4. Análise Orientada a Objeto	58
4.1. Diagrama de Classe.....	58
4.2. Dicionário de Atributos	61
4.3. Diagrama de Sequência	65
CAPÍTULO V.....	69
5. Protótipos de Telas.....	69
CAPÍTULO VI.....	74
6. Tecnologias Utilizadas	74
6.1. Tecnologias Utilizadas para Documentação	75
6.2. Tecnologias Utilizadas para Programação.....	75

6.3. Tecnologias Utilizadas para Criação e Edição de Imagens	75
CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS	77
APÊNDICE	80
GLOSSÁRIO	82

INTRODUÇÃO

É inegável que a área de eventos atingiu uma vasta evolução paulatina ao longo dos anos. De acordo com Exame (2018), destaca-se:

Segmento de eventos segue como um dos que ainda mais crescem no País. Estudo realizado com mais de 2,7 mil empresas do setor, pelo Sebrae Nacional e Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), aponta que o setor movimentou R\$ 209,2 bilhões, em 2013, 4,32% do PIB brasileiro no período. Pesquisas anteriores, de 2002, davam conta de R\$ 37 bilhões.

A função do planejamento de algum evento é definida em transcendência da ocasião, em perspectiva que permanecem inúmeras características de cerimônias que vão de congressos até mesmo conferências, porém, podem ser vistos como objetivos de comunicação e *marketing*. Dentre esses diversos tipos, se destacam as reuniões, onde os indivíduos se reúnem com intuito de debater ou organizar o tema decidido.

Uma das inúmeras divergências na organização é a perda da contagem o qual informa a quantidade de convidados que irá de fato comparecer ao evento, o sumiço da lista de convidados criando a desinformação da presença do visitador, e a falta do conhecimento da importância do visitante, conseqüentemente, ocasionando penetras se infiltrarem no evento privado.

No artigo citado por Guilherme Araujo (2018), o primeiro passo para produzir um bom evento é a elaboração da lista de convidados. É a partir dela que será possível embasar todo o restante do planejamento.

Neste particular é registrado sobre a tecnologia em virtude que:

Hoje em dia, é necessário que nosso evento esteja presente na *internet* e que esse espaço seja o eixo da organização, aproveitando a existência de uma série de ferramentas que facilitam o processo de organização e permitem que não seja 100% necessário manter um espaço físico aberto ao público. (MIZZIN, Fernanda, 2012).

É fundamental que a tecnologia contribui para a organização de um evento, ao considerar a construção de um sistema o qual contará com o cadastro de convidados (id automático, nome do participante), dos funcionários (id, nome, setor, telefone) lista de presença e tipos de eventos onde será feito pelo cliente em exposição digital de convidados que cairia direto no banco de dados da gerência, juntamente com o segurança poderão examinar a *Checklist* em tempo real, ao mesmo tempo com um campo no qual o cliente ou ate mesmo o segurança possa fazer oposição ou registrar um momento inconveniente. Também dispõe telas de cadastro e alteração, sendo capaz de incluir ou modificar um integrante dos funcionários, relatório de atividades no evento, além de exibir o cadastro dos locais e eventos.

CAPÍTULO I

1. Fundamentação Teórica

Similar a uma pesquisa bibliográfica, neste capítulo trata-se de toda a tecnologia usadas ao longo do projeto e todas as pesquisas que foram de extrema importância para conclusão do mesmo, com finalidade da compreensão total pertinência a integridade do projeto.

1.1. Pesquisas relacionadas

Diversas fontes foram consultadas e revisadas para o fundamento e desenvolvimento do relacionado projeto, simultaneamente como experiência de sua importância social, com o objetivo de expandir o conhecimento teórico em relação ao tema definido. Considerando o conceito e os princípios de fundamentação, o conteúdo observado e estudado é relativo ao Evento e a ampla responsabilidade adquirida pelos estudantes, pessoas comuns e Promoters de eventos inseridos neste contexto, em conjunto por meio de suas necessidades básicas e sociais.

1.1.1. Eventos

As empresas também participam e organizam eventos, sendo de âmbito interno ou externo. Eventos internos podem ser de diferentes tipos:

- Podem ser sociais, tendo como exemplo, comemorações de aniversários e confraternizações de final de ano;
- Os esportivos, corresponde a jogos e campeonatos;
- Religiosos, tal como missas ou cultos;

E outros como: cafés da manhã, almoços, coquetéis, jantares ou churrascos para funcionários, parceiros, clientes e alunos

De acordo com Agência Sebrae de Notícias-ES (2016), destaca-se:

De acordo com dados de 2015 do SindBufê/MG, o setor de eventos quintuplicou de tamanho em 12 anos. Além disso, a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc) aponta que o mercado de eventos cresce, em média, 14% ao ano.

1.1.2. Contribuição da tecnologia para os eventos

A organização de um evento de sucesso determina planejamento e dedicação. É permitido transformar a gestão de eventos mais direta e refinar o dia a dia do organizador. Conforme o artigo produzido pela GestãoClick no *site mobile*, apresentou algumas complicações e uma delas resultariam a falta de utilizar a tecnologia a benefício do seu evento:

A tecnologia está aí para ajudar a sua empresa a simplificar processos e reduzir erros – e isso vale para todas as áreas gerenciais, inclusive na organização de eventos, é claro. Uma boa plataforma *online* será de inestimável ajuda na hora de promover o seu evento na web, captar interessados e potencializar o número de participantes. Uma plataforma *online* de gestão de eventos empresariais vai ainda deixar a sua venda de ingressos muito mais rápida, ágil e eficiente. E isso graças à integração da venda com a sua estratégia de divulgação do evento.

1.1.3. Planejamento de eventos

O elemento primordial em um processo de organização de evento é o planejamento. É o ponto decisivo do acontecimento na qual estão presentes a coordenação executiva e os atuadores financeiro, técnico-administrativo e social do evento.

Os principais itens que devem ser observados nesse estudo e que integram a estrutura organizacional de um evento são definidos em:

- a) Definição do produto;
- b) Escolha do local;
- c) Definição da data;
- d) Elaboração de temática e calendário;
- e) Identificação e análise dos participantes;
- f) Estratégia de comunicação e *marketing*;
- g) Infraestrutura de recursos audiovisuais, materiais e serviços;
- h) Serviços de transportes para participantes e convidados;
- i) Programação social, cultural e turística;
- j) Agência de viagem e turismo;
- k) Recursos financeiros;
- l) Cronograma básico.

Vale constatar que, em conformidade com o tipo do evento e de sua magnitude cada um desses itens pode demonstrar graus de relevância alternativo, ou seja, maior ou menor marcação de detalhamento.

Em uma relação de decisões é necessário o *checklist*, que porta as tarefas ou necessidades do evento, o qual tem o intuito de facilitar o monitoramento, assim melhorar e capacitar e/ou resolver ocasiões no exato momento.

1.1.4. Problemas na organização do evento

De acordo com Munhoz encontram-se alguns medos que assombram os organizadores de eventos, abaixo são destacados quatro, sendo eles:

1. As pessoas não encontrarem o local do evento

O evento precisa estar bem situado e sinalizado, de fácil acesso e, sempre que possível, com estacionamento próximo. Determine o caminho com materiais de decoração e, se o local for de difícil acesso, contrate seguranças para demonstrar o caminho.

2. A equipe de trabalho não saber o que fazer

É indispensável ter um treinamento para a equipe no local do evento, para que todos os envolvidos compreendam onde os itens estão localizados e o que deve ser feito por cada um. Além disso, tal momento é essencial para transmitir as responsabilidades.

3. O tamanho do local não ser ideal

Nenhuma pessoa gosta de participar de eventos muito apertados ou até mesmo com espaço de sobra. Por isso, calcular qual a dimensão de sala ideal para comportar os integrantes do seu evento de maneira confortável e sem subutilizar o espaço é fundamental para o sucesso do seu evento.

4. Acontecer brigas e bagunça na festa

Contrate seguranças. Além de cuidar da segurança do local, eles podem ajudar a organizar as filas e, como citamos anteriormente, fazer a cortesia de levar um guarda-chuva quando a pessoa sair do carro e acompanhá-la até o evento.

1.1.5. Controle de pessoas:

Ocorrem de forma frequente a perda e o roubo de ingressos. Não estar preparado para circunstâncias como essas, pode transparecer ausência de planejamento e demonstrar pouca credibilidade ao evento.

Por não conhecerem o perfil ideal dos participantes, diversos setores da organização são prejudicados. Saber exatamente quais são os hábitos e

interesses dos participantes influenciam no trabalho assertivo, para que estas ações possam contribuir na compra de seus ingressos.

1.1.6. Sistemas de Informação

Stair, Citado por Canal (2018, pg.11) destaca que:

Um sistema de informação é um tipo especializado de sistema e pode ser definido de inúmeros modos. Nesse propósito, um sistema de informação é uma série de elementos ou componentes inter-relacionados que coletam (entrada), manipulam e armazenam (processo), disseminam (saída) os dados e informações e fornecem um mecanismo de 'feedback'

O processo no qual insere um conjunto de dados, onde é manipulado e tratado, onde regressa um resultado.

Entretanto é capaz de chamar o Sistema de Informação como *Internet das Coisas*, na qual múltiplos objetos tecnológicos conectados em um só local ou entre objetos.

Assim Como está no EBEE, a tecnologia é algo crucial nos dia-a-dia, ou seja, irá ajudar muito na organização de um evento:

Use e abuse de tecnologias, plataformas e aplicativos para te ajudar a planejar, organizar e executar um evento. Automatize o máximo que for possível. Isso liberará você e sua equipe para concentrar seus esforços em áreas específicas e executar etapas que não podem ser feitas por um *software*. Por exemplo: estratégia, planejamento e negociação com expositores e patrocinadores. Além disso, lembre-se de que cada evento possui diferentes tipos de problemas e demandam diferentes tipos de soluções. Escolha as ferramentas que melhor atendem as suas necessidades.

1.2. Pesquisa de *softwares* similares

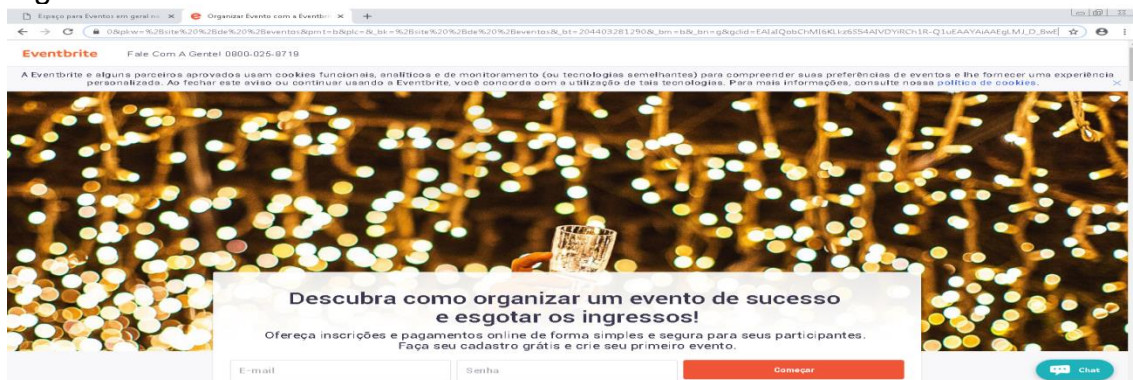
Como designado nos itens introdutórios, diversas fontes *online* proporcionam informações que se relacionam com o tema. A seguir, foram listados

três destes, como sendo os que mais se aproximam da ideia proposta. Devido a sua grandiosidade necessidade e amplitude mercado envolvido, foram encontrados *softwares* com características idênticas as do projeto.

1.2.1. Eventribe

Esse *site* promove a facilitação na divulgação dos eventos de seus clientes, por meio do envio de *e-mails* e integração com redes sociais, permitindo que seus afiliados saibam o quanto cada um está vendendo. Os formulários criados em sua plataforma ajudam, a saber, que tipos de eventos seus assessores mais desejam.

Figura 1 — Sistema Eventrive.

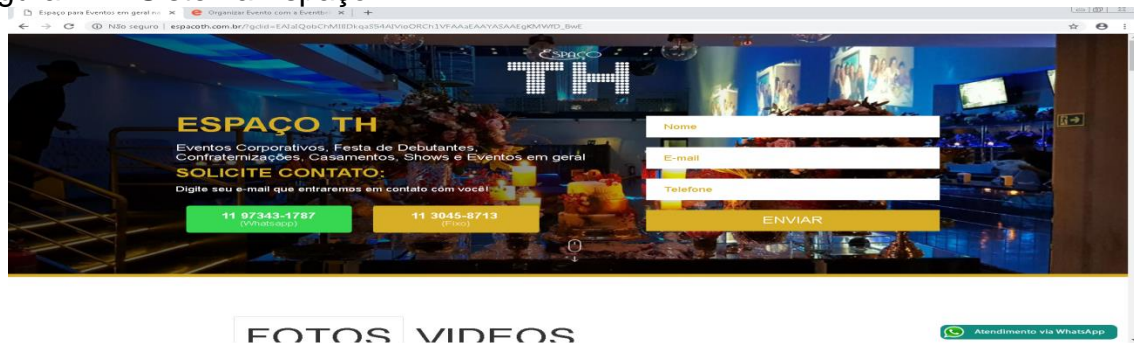


Fonte: (Elaborado por Eventrive – <http://twixar.me/bdhK/>).

1.2.2. Espaço TH

É um *software* para facilitar e modernizar a organização dos eventos, com um ambiente sofisticado, moderno e versátil, e com capacidade para atender de oitenta a mil pessoas, independente do tipo do evento, com uma tecnologia avançada.

Figura 2 — Sistema EspaçoTH.

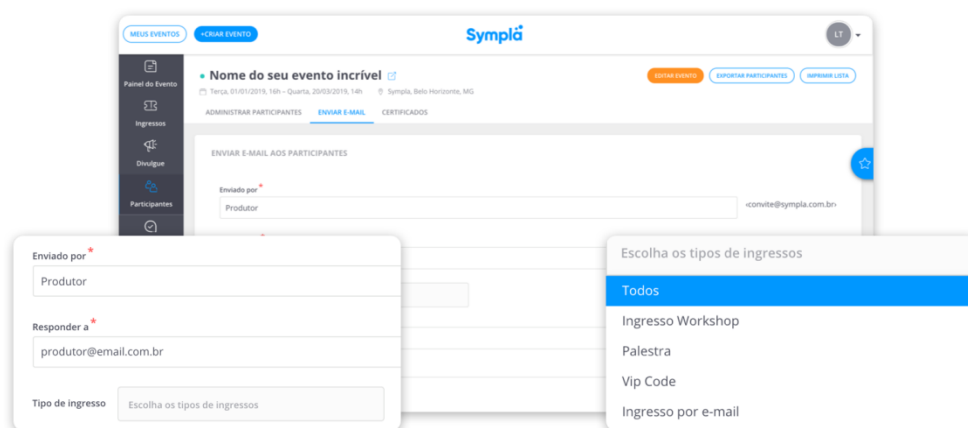


Fonte: (Elaborado por Espaço TH – <http://twixar.me/xdhK>)

1.2.3. Sympla

O Sympla é um *software* que faz a organização de eventos gratuitamente, mas, possuindo preços para alguns administradores. Oferece soluções simplificadas para toda a gestão e etapas do evento, trazendo diversas vantagens, sendo vista como uma plataforma de venda de ingressos e gestão de eventos do país, trazendo a segurança das informações e comodidade nos serviços, como todo cliente busca. A plataforma também possui a contabilização de vendas por meio de uma plataforma inteligente. O Sympla é um *software* que faz a organização de eventos gratuitamente, mas, possuindo preços para alguns administradores. Oferece soluções simplificadas para toda a gestão e etapas do evento, trazendo diversas vantagens, sendo vista como uma plataforma de venda de ingressos e gestão de eventos do país, trazendo a segurança das informações e comodidade nos serviços, como todo cliente busca. A plataforma também possui a contabilização de vendas por intermédio de uma plataforma inteligente.

Figura 3 — Sistema Symplã.



Fonte: (Elaborado por Symplã – <http://twixar.me/IDhK>).

1.3. Plano de *Marketing*

É um planejamento de ações de *marketing* de uma determinada empresa, tendo em vista alcançar certo objetivo. Esse planejamento é orientado para a marca, produto específico ou algum serviço atribuído pela empresa.

De acordo com Gomes (2013),

“O Plano de *Marketing* é uma ferramenta de gestão que deve ser regularmente utilizada e atualizada, pois permite analisar o mercado, adaptando-se às suas constantes mudanças e identificando tendências. Por meio dele você pode definir resultados a serem alcançados e formular ações para atingir competitividade”.

Na elaboração de um bom plano de *marketing*, é necessário que a empresa analise bem o mercado no qual atua.

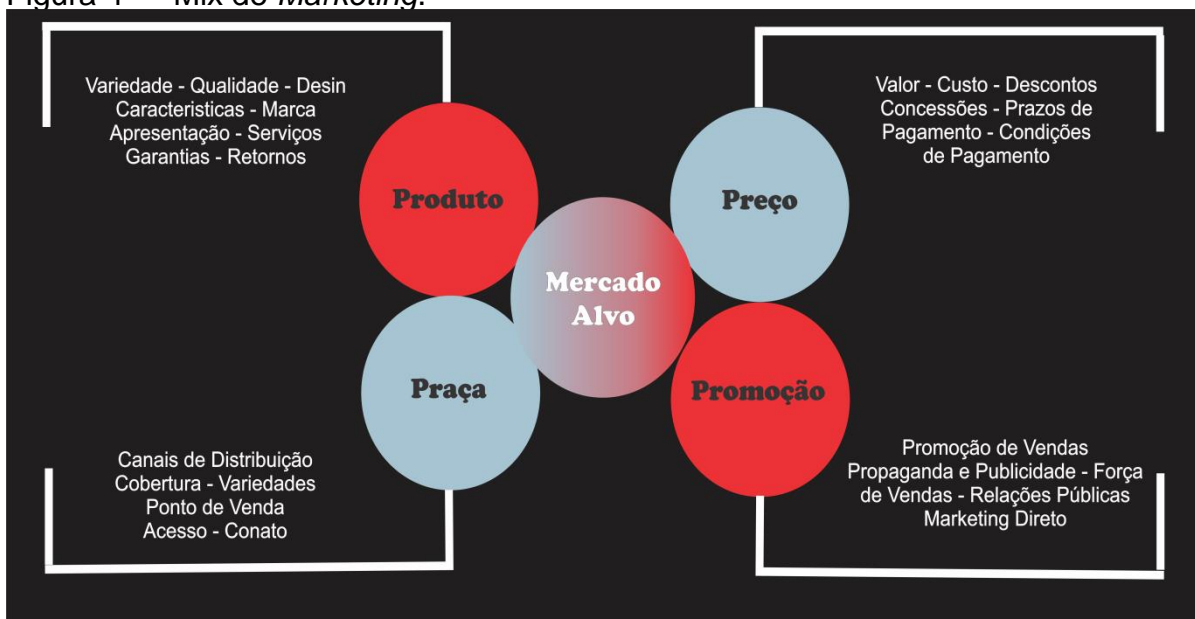
O objetivo que pretende ser alcançado com o Plano de *Marketing* é simples, as definições tomadas no plano de ação vão persuadir a partir do planejamento até a execução das campanhas, e essas ações em relação com a situação atual do mercado são obrigados a ser condizentes, deixar como a empresa se posiciona nesse mercado com base nas tendências para o futuro.

1.3.1. Apresentação do Software

O Private Party baseia-se no Mix de *Marketing*. A ferramenta, também conhecida como 4P's é composta por quatro elementos básicos: Produto, Preço, Praça e Promoção, que, por serem atributos importantes para a elaboração de estratégias eficazes de *marketing*.

A Figura 4 foi elaborada segundo o conceito apresentado por Gabriel (2010, p.42), tendo como finalidade simplificar os princípios do Mix de *Marketing* e o que é levado em consideração para sua elaboração prática, com base nos parâmetros utilizados. O sistema visa auxílio na organização e o planejamento. Contará também com controle de convidados em tempo real (*Checklist*), orçamentos, relatório de atividades do evento.

Figura 4 — Mix de *Marketing*.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O *software* foi elaborado para resolver as necessidades e dificuldades apresentadas por pessoas que buscam organização e planejamento em seus eventos. Uma grande parte desse público se prejudica de acordo com a quantidade de dados não estabelecidas referentes a esse contexto, que estão distribuídas em diferentes condições, o que torna fundamental que o cliente transite pela rede tendo

muito tempo para obter algum resultado, então acabando não alcançando seus objetivos na pesquisa.

O conteúdo desenvolvido é apresentado por meio de uma base simples, se adaptando às pessoas conforme suas necessidades, assim permitindo a compreensão e entendimento dos mesmos. Os pontos abordados por meio do sistema são: a organização, planejamento de eventos, e o controle de pessoas em tempo real, (que contará com uma *Checklist*) no qual os funcionários e o promotor do evento possam acompanhar o controle de pessoas e registrar um momento inconveniente. O tipo de lucro previsto ocorre a partir de negociações com usuários, anúncios, acessos na página, parcerias e porcentagens dos tipos de serviços.

A criação de evento pelo usuário é auxiliada pelo *software* que o lembra quando alguma atividade deve ser feita ou certo tipo de serviço que está ligado ao seu evento deve ser confirmado. Possibilita também o total controle de gastos e o tempo que tem para fazer com que o evento seja concluído de acordo com a data proposta.

1.3.1.1. Produto

No meio do conceito do mix de *marketing*, a descrição de produto refere-se muito mais aos elementos intangíveis do que aos técnicos. Existem poucos atributos de marca que podem ser apresentados na experiência de uso de um produto ou serviço. Como diz Borges(2013) “existem alguns atributos de marca que podem ser passados na experiência de uso de um produto ou serviço.”

Com isso pode afirmar que, um meio fundamental na definição do produto é procurar compreender quais atributos considerados pelo público que são abandonados pela concorrência. Sem deixar de lado o posicionamento definido pela empresa, com isso todos os atributos do produto precisam ser analisados em medidas da estratégia de *marketing*. A partir das importantes funcionalidades até a embalagem, incluindo os métodos e prazos da entrega.

1.3.1.2. Preço

Prevê o quanto o consumidor está determinado a pagar, a empresa examina se seu preço ideal de venda é compatível com aquele vigente no mercado.

Conforme Xavier (2009, p.11);

“Reflete o custo do produto para o consumidor: condições de pagamento, aceitação ou não de cartões ou cupons, parcelamento de preço, promoções, descontos, concessões, financiamento. O preço justo não deve ser muito elevado – para que o cliente não o considere muito alto – e nem muito baixo – para que o cliente não considere o produto inadequado.”

1.3.1.3. Praça

Diz respeito a como será o preparativo do seu negócio, ou seja, como o produto ficará apresentado à disposição do seu cliente.

Segundo Xavier (2009, p.11);

“Conhecido como ponto de venda, relaciona-se com a distribuição, localização e logística (estoque, transporte) para que o produto ou serviço chegue às mãos do cliente: canais, cobertura de venda. O produto desejado com preço justo deve estar ao alcance do consumidor.”

1.3.1.4. Promoção

Tem o papel de promover a demanda relacionando serviços às necessidades e desejos de seus clientes, de acordo com Xavier (2009, p.11), “comunicação dos atributos dos produtos ou serviço para o seu público-alvo desejado. Envolve criação, veiculação de programas e propaganda, relações públicas, venda pessoal.”

O *software* desenvolvido tem como objetivo principal facilitar a vida das pessoas que tem como profissão ou até mesmo *hobby* a organização de eventos. A criação de eventos pelo usuário é auxiliada pelo *software* que o lembra quando alguma atividade deve ser feita ou certo tipo de serviço que está ligado ao seu evento deve ser confirmado. Possibilita também o total controle de gastos e o tempo que tem para fazer com que o evento seja concluído de acordo com a data proposta.

Tem como forma de ganho o número de acessos e pelas parcerias que tem com as empresas de eventos, que são divulgadas, cobrando dessa forma um certo valor a ser pago por mês.

1.3.2. Análise SWOT

A análise SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities e Threats*) baseia-se em modelo elaborado com um sistema capaz de apresentar um espaço interno e externo, em condições de possibilidades e riscos, como o espaço interno da organização, levando de suas eficácias e vulnerabilidades. A oração “Concentre-se nos pontos fortes, reconheça as fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se contra as ameaças”, apresentada por Tzu (1998, p.33), resume o objetivo principal da análise, que tem como base o 32 fatores externos, à intenção estratégica da organização com suas forças e fragilidades, elementos do ambiente interno.

A matriz SWOT é dividida em quatro áreas, que servem como indicadores da situação, permitindo a percepção de possíveis formas de lidar com os elementos provenientes da análise, por meio da elaboração e gerenciamento das políticas mais apropriadas para cada situação. A Figura 5 exemplifica a análise realizada especialmente para o projeto, demonstrando suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Após a análise SWOT, pode-se analisar que há um público abrangente e em constante crescimento, cada vez mais eventos estão sendo realizados, apesar do problema em que o *software* irá auxiliar, onde será entregue uma qualidade de serviço muito elevada que garantirá a alta demanda, e acaba se tornando uma grande vantagem que dependerá apenas dos usuários.

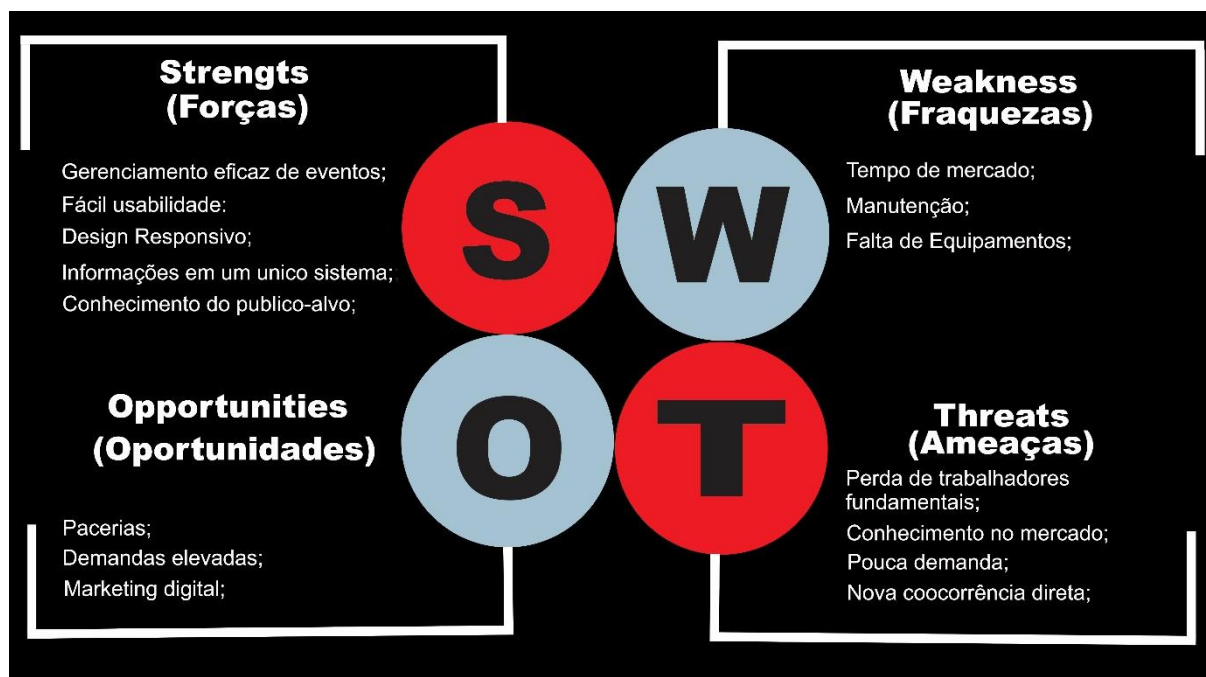
O público alvo compartilha de um objetivo em comum: um novo tipo de organização irá mudar radicalmente a conclusão dos eventos. A junção disso com algumas características mais genéricas desse grupo possibilita maior reconhecimento do mercado, que, além de possibilitar um relacionamento estratégico com os usuários, influencia diretamente no planejamento das ações tendo como guia primordial na tomada de decisões que se adequem ao setor, com maior chance de aceitação.

Poder haver diversos tipos de informações relacionadas à área de eventos, mas o Private Party é o único em que traz características muito relevantes. A disposição das informações em um só lugar é uma forma de fortalecer o vínculo dos usuários com o *software*, após o uso, que é completo, o usuário não necessitar de outros tipos de pesquisa. Embora essas e outras peculiaridades fazem com que o Private Party não tenha uma concorrência elevada, mas isso não anula o fato de que outras empresas podem surgir a qualquer momento no mercado.

A variedade dos dados, definida pelos dados e pela quantidade dos mesmos a serem recebidos e analisados, como garantia de perfeição e, em consequência da realização dos objetivos traçados, interfere profundamente no cumprimento dos prazos, pois, além de atenção, esse desenvolvimento demanda muito tempo, modificando assim a direção estratégica estabelecida, até o alcance do usuário.

Uma possibilidade para a resolução do item relacionado à complexidade das informações tratadas é a colaboração dos próprios usuários, que podem contribuir com o projeto principalmente por meio do levantamento de dados e de suas respectivas análises. O *software* não entrará no mercado sendo aceito diretamente pelos usuários. Isso demanda tempo e confiança após atingir um novo patamar, é uma das dificuldades que o *software* terá, e a falta de credibilidade dos consumidores, como mostra estudos realizados recentemente pelos administradores do sistema, muitos brasileiros ainda não confiam plenamente nas informações e serviços oferecidos pela internet.

Figura 5 — Análise SWOT.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

1.3.3. Identidade visual

Identidade Visual é composta de um símbolo visual que se complementa nos códigos de cores (o chamado logotipo), além das tipografias, nos grafismos, em personagens, nas personalidades e outros componentes que reforçam o conceito que a empresa quer comunicar. De forma bem resumida, podemos dizer que a identidade visual é a “cara” da marca. É a maneira como as pessoas enxergam, se lembram e reconhecem a sua marca (Gustavo Mota, 23/03/2016).

A marca do Private Party tem quatro elementos, dentre eles, uma taça, bolo de aniversário, flores e uma bexiga tem referência ao tema abordado, que são eventos em geral, pode ser um encontro de executivos até um aniversário.

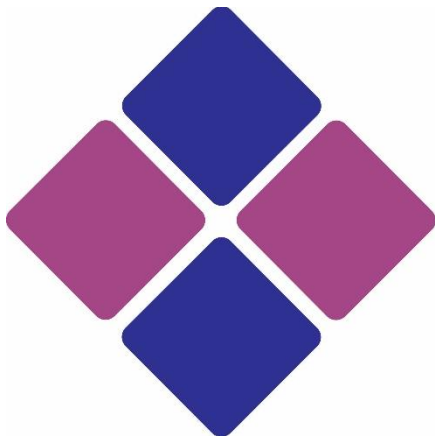
Figura 6 — Logomarca.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

A imagem acima, qualificada como logotipo, apresenta um modelo figurativo conjunto a meios tipográficos também com conjunto de cores que compõe a personalidade da marca como um todo.

Figura 7 — Logomarca.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

As cores estão gravadas em nosso dia a dia, e fazem uma ação de extrema importância particularmente para o Design Gráfico, que as usufruem para passar impressões aos clientes. A cor possui um grande poder sobre as escolhas

feitas pelos consumidores nos dias de hoje. Segundo Farina (1990, p.27) “[...] a cor é uma linguagem individual. O homem reage a ela subordinado às suas condições físicas e as suas influências culturais”.

A cor exerce várias funções entre elas: á de impressionar, a de expressar e a de construir, a cor basicamente chama a atenção dos clientes, após a visualização acontecem às impressões, e é construtiva, pois, quando o cliente consegue captar o que a logo deseja influenciar.

RGB – Red, Green and Blue (Vermelho, Verde e Azul, respectivamente) sistema criado para reprodução de cores em aparelhos eletrônicos e os diferentes modelos de tela. O RGB está presente em praticamente todos os dispositivos conhecidos atualmente, TVs, monitores de computador, telas de notebooks, câmeras digitais, escâneres, aparelhos celulares, etc. Essas cores foram escolhidas por serem primárias, tendo suas combinações originando outras cores e sua origem tem como base o triângulo de cores de James C Maxwell, matemático escocês do séc. XIX, segundo Creativeblog (março,2016).

CMYK – Ciano, Magenta, Amarelo (Yellow) e Preto (Black Key) sistema de cores utilizado em impressões, seja em impressoras domésticas ou gráficas profissionais, como, por exemplo, serigrafia, fotolito. Tem como suas cores principais as opostas ao sistema RGB: Ciano/Vermelho, Magenta/Verde e Amarelo/Azul. O preto se inclui ao sistema por mais de um motivo: primeiro, é produzido por intermédio da mistura das cores anteriores; textos finos impressos na cor preta não seriam possíveis na junção de cores; além disso, o custo de junção de três cores para preto versus somente o preto é muito maior, segundo Creativeblog (março,2016).

O Quadro 1 mostra a formação das cores utilizadas na composição da identidade visual do Universos a partir dos sistemas RGB e CMYK, com suas respectivas numerações e aplicação geral.

Figura 8 — Cor utilizada na logomarca do *software*.

	Púrpura	Azul	Preto	Branco	Aplicação
CMYK	C20 M80 Y0 K20	C100 M100 Y0 K0	C0 M0 Y0 K100	C0 M0 Y0 K0	Peças de Eventos
RGB	R168 G81 B138	R 62 G 64 B 149	R55 G52 B53	R254 G254 B254	Conteúdos digitais.

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

1.3.4. Tipografia

De acordo com a definição do Grande Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, tipografia é o “conjunto de procedimentos artísticos e técnicos que abrangem as diversas etapas da produção gráfica (desde a criação dos caracteres até a impressão e acabamento), espelhados no sistema de impressão direta com o uso de matriz em relevo; imprensa”.

Geralmente, as composições tipográficas têm como objetivo a boa legibilidade e a construção de um visual envolvente, que atraia o leitor e contextualize com o conteúdo e o intuito da publicação. No caso de obras que utilizam o design como forma de expressão, apresentando experimentalismo no design gráfico, os objetivos estéticos ultrapassam questões como a legibilidade da tipografia.

Um das principais fontes que compõe a logo do Private Party é a Tempus Sanz ITC, que aparenta ser moderna e diferente. A Figura 8 e 9 ilustram as fontes utilizadas na construção da logomarca do sistema, enquanto as demais figuras representam versões alternativas desta mesma tipografia.

Figura 9 — Alfabeto principal em fonte Tempus Sans ITC, utilizado na logomarca.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Fonte: elaborado pelos criadores

Figura 10 — Alfabeto complementar em fonte Square721 BTBauhaus. 93.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Fonte: elaborados pelos criadores

Figura 11 — Alfabeto complementar em fonte Cooper Std Black.

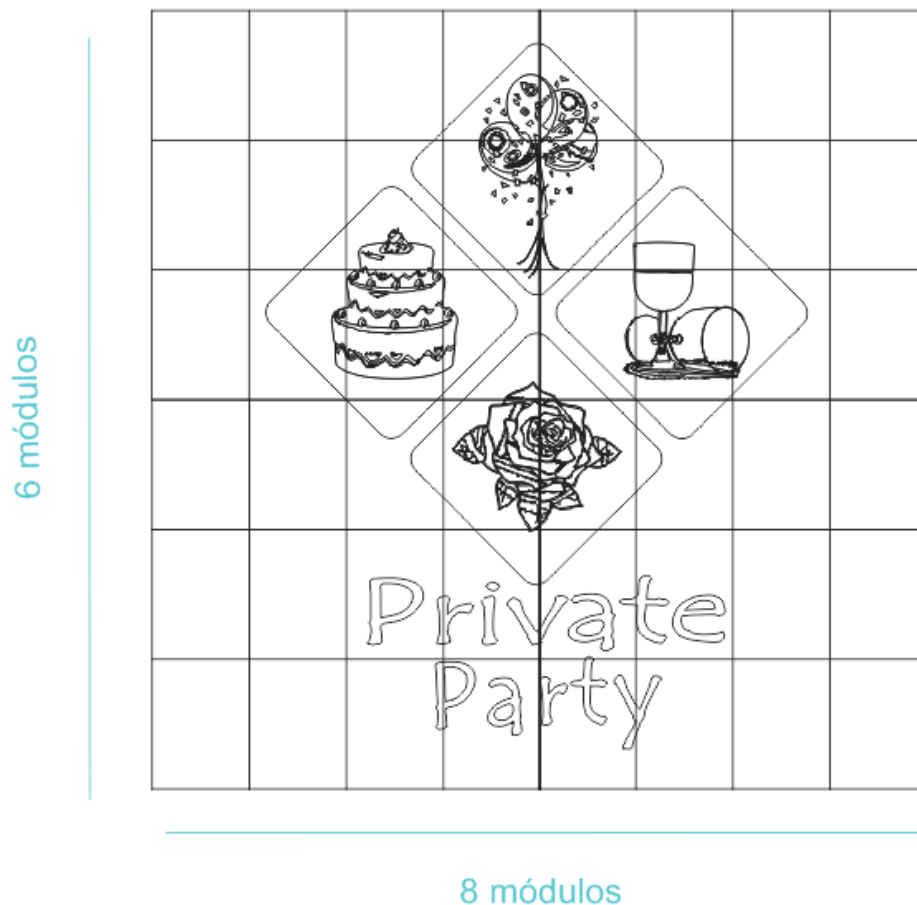
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Fonte: elaborados pelos criadores

1.3.5. Reprodução da Marca

A malha ou grade de construção é um recurso do design editorial que também tem sido usado no design digital. Trata-se de um sistema modular que serve de base para a construção do leiaute da página. Garrett (2003) descreve a grade como um “leiaute máster” usado como template para criação das páginas e distribuição dos elementos gráficos garantindo uniformidade e consistência ao leiaute da interface.

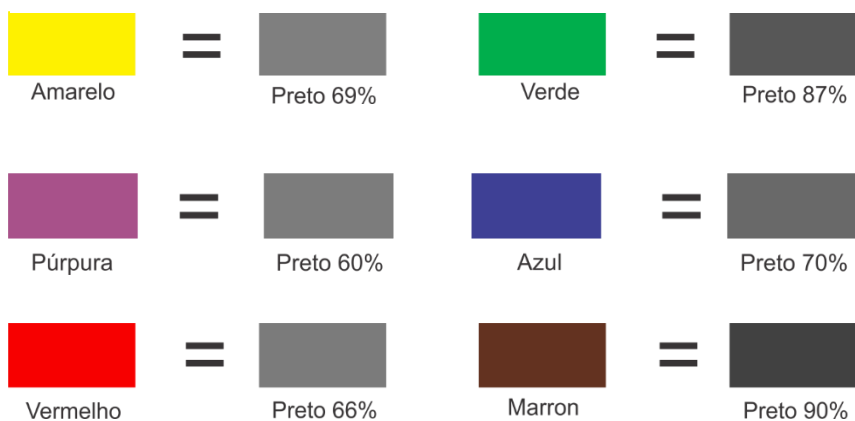
Figura 12 — Diagrama da marca em versão vertical.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

Em casos de limitações a logo deverá passar por um processo de inversão, em que apenas duas cores poderão apenas ser invertidas, a cor “Purpura” e “Azul” que estão no mesmo tema apresentado no *software*.

Figura 13 — Cores Monocromáticas.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

A substituição da cor original pela tonalidade mencionada, em escala de cinza resulta na logomarca representada na figura abaixo.

Figura 14 — Versão monocromática da logomarca.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

1.3.6. Marca negativa

A logo deve ser usada principalmente em fundos claros onde teria destaque nas cores, mas quando tiver a necessidade de usar em cores escuras deve haver mudanças consideráveis. A Figura 16 é um exemplo do caso mencionado, onde as cores da logo são trocadas para adequar integralmente ao fundo.

Figura 15 — Logomarca em versão alternativa.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

1.3.7. Publicidade

Publicidade é a estratégia de *marketing* que envolve a compra de espaço em um veículo de mídia para divulgar um produto, serviço ou marca, com o objetivo de atingir o público-alvo da empresa e incentivá-lo a comprar. Porém, essa é uma definição limitante da publicidade, que envolve muito mais que a compra de um produto. Publicidade também é uma área do conhecimento, dentro da

Comunicação Social, que estuda não só a técnica da atividade, mas também sua função nas relações sociais e culturais.

Afinal, se ela está tão presente no nosso dia a dia, ela participa das nossas vidas. Não por acaso, publicitários estão sempre de olho nas tendências culturais e comportamentais da sociedade, para que os anúncios gerem uma identificação com o consumidor, por Casarotto (2016).

1.3.7.1. Panfleto eletrônico

Para divulgar o projeto, diferentes campos foram usados. O panfleto mostrado abaixo teria o principal intuito de ser divulgado na *internet* (redes sociais). Tendo como principal objetivo de divulgar o projeto pouco explorado, para que, assim, o número de clientes aumentem consideravelmente.

Para manter um padrão para o tema, as cores que predominam o panfleto é o azul escuro e a cor púrpura referentes a logo.

Figura 16 — Panfleto de divulgação do sistema.

PRETENDE ORGANIZAR UM EVENTO ?

PRIVATE PARTY

Serviços:

- ❖ Auxílio
- ❖ Comprometimento
- ❖ Praticidade
- ❖ Organização
- ❖ Segurança
- ❖ Interatividade
- ❖ Assessoramento

Private Party

SISTEMA DE CONTROLE DE EVENTOS

www.privateparty.com.br

The flyer features a purple and blue color scheme. At the top, it asks 'PRETENDE ORGANIZAR UM EVENTO ?' in white text on a dark purple background. Below this is a large white banner with 'PRIVATE PARTY' in bold black letters. A list of services is presented in white text with blue diamond icons. To the right, there are four diamond-shaped icons: balloons, a cake, a wine glass, and a red rose. At the bottom, it says 'SISTEMA DE CONTROLE DE EVENTOS' and provides the website 'www.privateparty.com.br'.

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

Segundo o Portal Educação a propaganda é um meio de anunciar um determinado produto. É mostrar em um curto espaço (comerciais, revistas, jornais), o porquê o produto é bom, fazer com que chame a atenção do cliente, o estimulando a possuí-lo e depois comprar. O fato de uma pessoa falar de um produto para a outra, o famoso “boca a boca”, já é uma forma de propaganda.

A propaganda é de extrema importância para a atividade mercadológica, pois por meio dela as empresas podem manter cooperação de seus intermediários, familiarizar seus clientes com o uso dos produtos fabricados, criar imagem de credibilidade, lançar novos produtos, estimular demanda, criar lealdade de marca, enfatizar características dos produtos, entre outros propósitos (Associação Americana de *Marketing*).

O Instagram atualmente é visto como uma ferramenta de trabalho e divulgação que acaba gerando várias oportunidades para seus negócios, isso só ocorreu após o seus usuários aumentarem consideravelmente ao decorrer do tempo.

A prova disso é uma pesquisa feita pro Muller (2018) que indica que há 1 bilhão de usuários por mês. Uma maneira de divulgação totalmente viável e cada vez mais crescente oferece algumas ferramentas interessantes para empresas que configurarem um perfil comercial.

Figura 17 — Perfil PrivateParty na rede social Instagram.

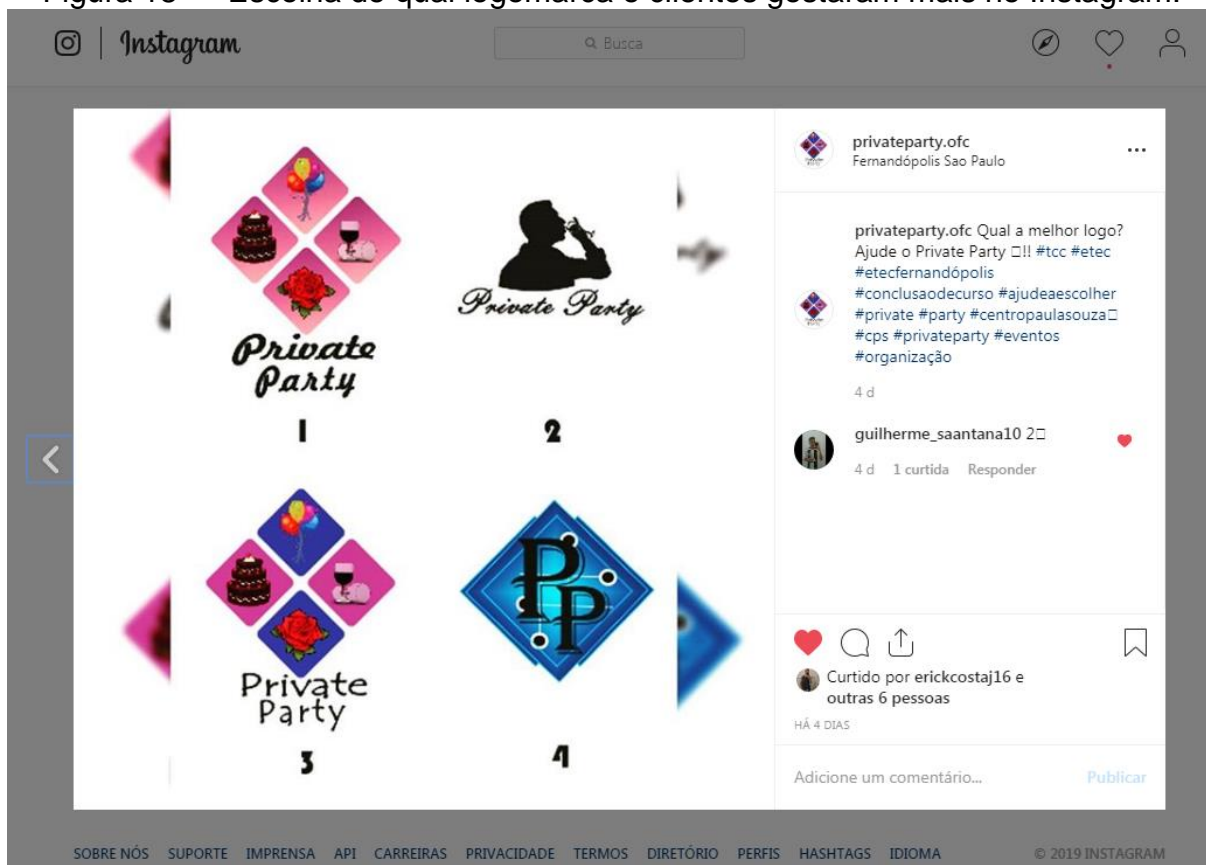


Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O perfil do Private Party criada na rede social Instagram tem o intuito de elevar o público-alvo a proposta de nosso sistema, abrangendo uma área de clientes muito maior.

Com o intuito de, a página do programa seja atualizada diariamente, buscando sempre aproximar os usuários, com enquetes, perguntas, entre outras, sempre relacionado com eventos. A logomarca do programa, como um meio de interação, teve percentual de votos obtidos por meio do Instagram.

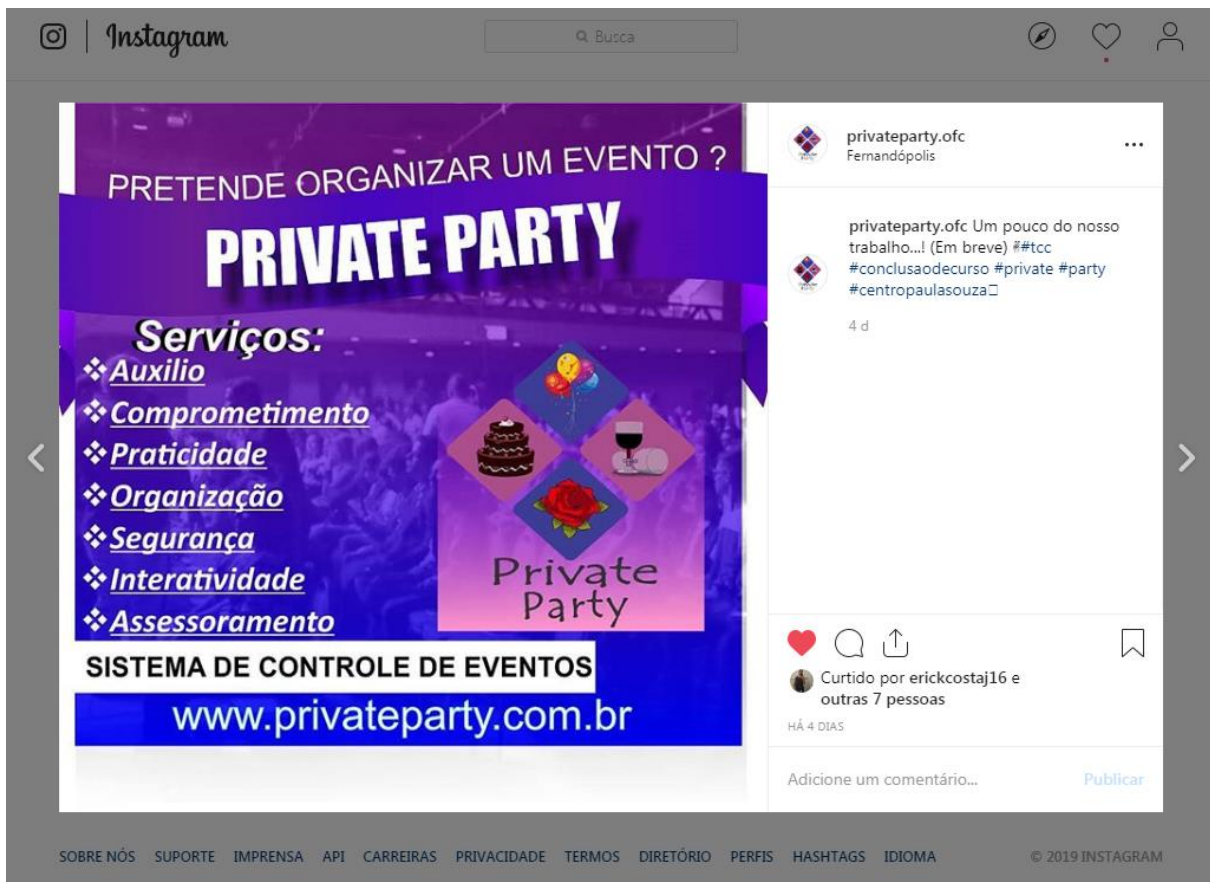
Figura 18 — Escolha de qual logomarca o clientes gostaram mais no Instagram.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

Publicações postadas com o intuito de interagir com os usuários. Um dos exemplos usados está a seguir.

Figura 19 – Postagem do Banner de apresentação.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

1.3.8. Modelo de negócio

Segundo Laís Bolina Modelo de Negócio é a representação de como a sua empresa gera e entrega valor para os seus clientes. Isso é feito a partir da estruturação dos elementos e etapas que fazem a sua empresa ser única, e demonstram o “como” ela faz o que faz.

Entre algumas possibilidades de elaborar um Modelo de Negócios, a mais conhecida é por meio do método conhecido como Canvas.

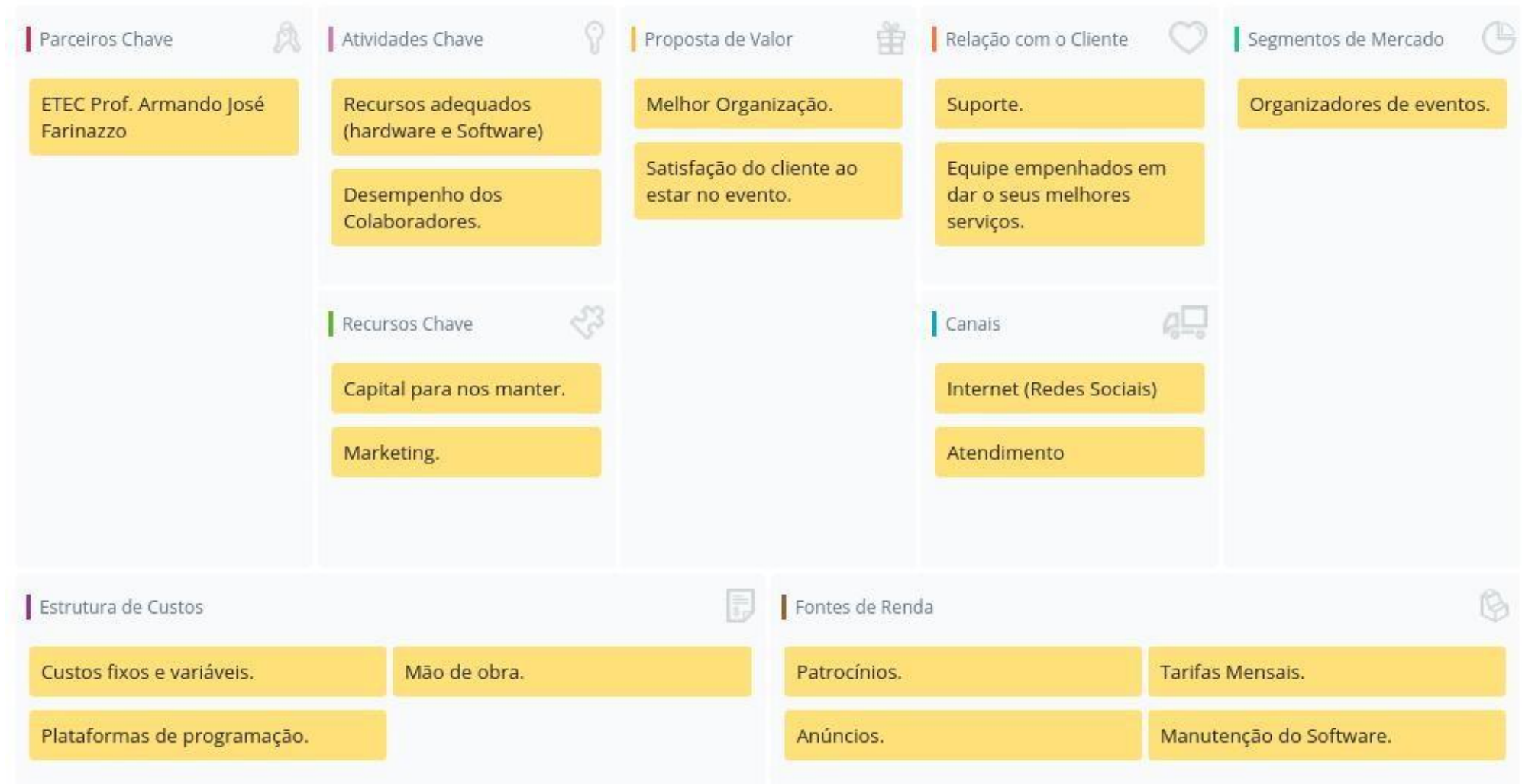
Esse método surgiu pelo do livro Business Model Generation de Alex Osterwalder e Yves Pigneur, ambos empreendedores, e aliás é uma ótima recomendação de leitura para quem está começando um novo empreendimento. Nesse formato, você consegue descrever de maneira simples e detalhada as partes que mais estão

relacionadas à entrega de valor ao cliente e visualizá-las durante todos os processos.

1.4. Canvas

O *Business Model Generation*, ou simplesmente Canvas, é uma metodologia criada em meados dos anos 2000 pelo suíço Alex Osterwalder durante sua tese de doutorado na prestigiada HEC Lausanne, e Yves Pigneur. O Canvas é um esquema visual que possibilita as pessoas criarem modelos de negócios analisando nove elementos que toda empresa ou organização possuem: Proposta de Valor, Parcerias Chaves, Atividades Chaves, Recursos Chaves, Relacionamento com Clientes, Segmentos de Clientes, Canais de Distribuição, Estrutura de Custos e Fluxo de Receitas, (MOTA, Fev. 2018).

Figura 19 — Modelo Canvas de Negócios.



Fonte: (Elaborada pelos autores, 2019)

1.4.1.1 Proposta de valor

Propostas de valor são as declarações de benefícios que são entregues pela empresa ao seu público externo, como clientes (por exemplo, preço mais baixo, mais opções de produtos, entrega mais rápido) e também ao seu público interno, como funcionários e acionistas (por exemplo, reembolsos de despesas mais rápidas, menor tempo para mercado, o crescimento da quota de mercado)(BAGCHI, TULSKIE, 2006).

O Private Party oferece aos seus clientes uma maneira muito mais fácil de organizar seu evento, desde o começo, meio e fim, avisando-o a partir de porcentagem todas as tarefas já feitas. Com intuito de orienta-los, tendo tudo que um *software* necessita, evitando algumas duvidas que possam surgir ao decorrer de sua utilização.

1.4.1.2. Segmentos de clientes

Segundo o *site* Portal Gestão(?) o processo de segmentação requer que sejam identificados os critérios que afetam as decisões de compra. Existem diversos critérios de segmentação: demográficos, geográficos, sociais, económicos, de personalidades, de estilos de vida, de comportamentos e atitudes face ao produto e à marca.

Os critérios usados para concluir o segmento de clientes são aqueles interessados a aquele determinado tema, no caso, evento. Portanto, o sistema poderá ser usado por qualquer pessoa que deseja usufruir dos trabalhos Private Party. Assim, como temos eventos de vários tipos o público alvo passa a ser qualquer pessoa que queira um evento organizado. A faixa etária não foi considerada, embora seja importante, pois independente da idade a qual um usuário pertença, o importante para a empresa é que o mesmo encontre no sistema aquilo que deseja.

1.4.1.3 Canais de distribuição

Os canais de distribuição usados para a divulgação do sistema, correio eletrônico (mala-direta), divulgação pelos próprios consumidores, parceiros e o próprio *site*.

1.4.1.4 Relacionamento com clientes

O Private Party procura ter uma relação muito próxima com seus clientes. Para que isso aconteça, disponibiliza redes sociais em que o usuário entraria em contato a qualquer momento, visando também deixá-los atualizados. Caso necessite de outro tipo de contato os administradores tem *e-mails* privados em que podem tirar qualquer dúvida.

1.4.1.5 Atividades chave

Para atender as necessidades dos clientes, o Private Party possui muitas informações referentes a eventos (o que fazer, como fazer, a media que quanto gastaria a festa, etc..), dando suporte total ao usuário em todos os sentidos. .

1.4.1.6 Recursos chave

No que se se relaciona aos recursos-chave do sistema podem-se analisar os dados referentes a eventos como principal objetivo, sabendo que o público alvo cresce cada vez mais e trazendo novas informações e recursos é um grande passo a frente.

1.4.1.7 Parcerias chave

Uma das principais parcerias do sistema são os próprios usuários, que acabam divulgando como ocorreu o processo de organização e como isso o ajudou. Também pode haver empresas parceiras que podem necessitar do sistema como ferramenta de divulgação, fazendo assim um ato de reciprocidade.

1.4.1.8 Estruturas de custo

Os custos do sistema ficam pendentes em Plataformas de programação, não teríamos acesso a qualquer momento, os custos fixos e variáveis, que depende totalmente do usuário e a mão de obra dos administrados do *software*.

1.4.1.9 Fontes de renda

O Private Party realizará serviços mercantes, agindo em determinadas áreas. As empresas que desejarem parceria deverão entrar em contato com administradores para dar inicio nas divulgações. Os demais clientes também terão que entrar em contato para fechar o contrato, dando inicio a um novo evento. Mais adiante, o sistema também contará com a assistência de patrocinadores e colaboradores envolvidos no projeto.

CAPÍTULO II

2. Levantamento de requisitos

Condição ou capacidade que devem ser alcançadas. Simplificando, é algo que um sistema ou componente deve possuir para satisfazer um contrato, padrão ou especificação.

Geralmente, requisitos são identificados a partir de um *software* de um domínio de negócio. Domínio de negócios seria a área que o sistema iria atuar, a solução para o problema.

2.1.Requisitos Funcionais

Declaram características de qualidade que o sistema deve possuir e que estão relacionadas às suas funcionalidades. Temos algumas divisões dentro desse tipo de requisitos.

- Portabilidade
- Segurança
- Usabilidade
- Confiabilidade

2.1.1. Requisitos Não funcionais

Os requisitos não funcionais abordam o que o sistema deve fazer como por exemplo:

- O sistema deve permitir que cada professor realize o lançamento de notas das turmas nas quais lecionou.
- O sistema deve permitir que o aluno realize a sua matrícula nas disciplinas oferecidas em um semestre.

2.2. Principal dificuldade no levantamento de requisitos

Segundo um artigo citado por Janaina (2009), Falha do analista em não descrever corretamente os requisitos de modo específico, sem ambiguidades, conciso e consistente com todos os aspectos significativos para o sistema proposto.

Atividades repetida em todas as demais etapas da engenharia de requisitos:

1. Dificuldades encontradas
2. Técnicas de Levantamento de Requisitos
3. Levantamento orientado a pontos de vista
4. Etnografia
5. Workshops
6. Prototipagem
7. Entrevistas
8. Questionários
9. Brainstorming
10. JAD
11. Conclusão

2.3. Questionário de viabilidade do *software*

Para assegurar a competência de um sistema, a análise prévia de alguns fatores são fundamentais. Uma das condições mais importantes e principais a serem analisados refere-se á viabilidade e evolução do projeto, pois são elas que definem por meio de referências reais se o *software* será de fato aplicado e se resolverá as dificuldades apresentadas pelo seu público alvo. É nesta parte que se responde ao questionamento sobre a importância social do projeto. Os elementos foram observados de diferentes formas, a forma estabelecida foi a de elaborar um questionário, tendo como principal objetivo a coleta de informações pessoais de cada pessoa que facilitava avaliar a viabilidade do projeto tendo em vista as funções a serem implementados.

O questionário de viabilidade do sistema foi aplicado nos grupos das turmas onde só 15 (quinze) pessoas responderam, em que os alunos dos cursos de Informática para *Internet* e Secretariado e especialmente para a uma professora encarregada pela organização em eventos Danubia Aparecida Bordignoni da ETEC Armando José Farinazzo.

O questionário é proposto por 6 (seis) questões e foi realizado com o objetivo de entender qual era o nível de conhecimento e opiniões que o público gostaria que fossem estabelecidas em relação ao tema proposto, além de que as questões tiveram como base principal se a instituição faz ou não o uso de ferramentas com o mesmo propósito do projeto, além de outras informações a respeito das necessidades e problemas encontrados na rotina de trabalho desse setor.

CAPÍTULO III

3. Modelagem de Requisitos

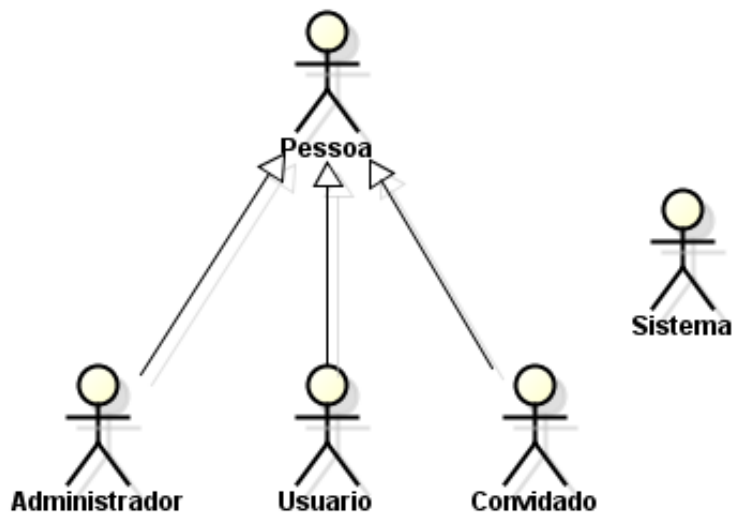
Modelagem de Requisito é um aspecto crucial no Gerenciamento de um Projeto além disso é responsável por coletar dados indispensáveis, importantes, e exigências de que o usuário careça para desvendar um problema e alcançar seus objetivos.

É possível notar que com crescimento deste produto, houve o aumento de novas técnicas de levantamento de requisitos, fato preponderante para a produção de software. O levantamento de requisitos é uma das tarefas essenciais da engenharia de requisitos, parte que integra todo o processo de criação de um *software*. (FIGUEIRA, 2012, p.12)

3.1. Diagrama de Atores do Sistema

Os atores tornam-se os usuários e os papéis que realizarão para interagir e aplicar os serviços e funcionalidades do *software*, sendo capaz ser pessoa, *hardware* ou outros *softwares*, Guedes afirma que os atores são representados por bonecos magros (GUEDES, 2014). A figura ilustra a forma como o ator do presente *software*, está organizado, o *software* Private Party terá apenas os atores, administrador para gerencial e monitorar o sistema, o usuário que fará total interação com o *site* e o sistema que ajudará com lembretes o usuário, o qual terá acesso pleno a todas as atividades desempenhadas.

Figura 20 — Diagrama de Atores do sistema.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

3.2. Lista de Casos de Uso

No sentido de Vasquez e Simões (2016) caso de uso é um tipo de classificação dada aos requisitos do *software*, ou seja, representam as ações que o sistema deverá realizar, e proporcionam uma abstração coerente para as funcionalidades, o quadro 1 representa a Lista de Caso de Uso do presente projeto onde consta todas as funções e as interações do ator com o sistema e o quadro 2.

Quadro 1 — Lista de Caso de Uso Parte 1.

Número	Ator	Entrada	Caso de uso	Resposta
1	Pessoa_usuario	Dados Usuário	Manter Usuário	Msg.01
2	Pessoa_usuario	Id Usuário	Listar Usuário	Dados Usuário
3	Pessoa_usuario	Dados Evento	Manter Evento	Msg.01
4	Pessoa_usuario	Id Evento	Listar Evento	Dados Evento

5	Pessoa_usuario	Id Evento	Inativar Evento	Msg.02
6	Pessoa_usuario	Dado Convidado	Manter Convidado	Msg.01
7	Pessoa_usuario	Id Convidado	Listar Convidado	Dados Convidados
8	Sistema	Id Local	Inativar Local	Página Inicial
9	Sistema	Dados Evento	Aviso Checagem	Msg.03
10	Sistema	Dados Evento	Aviso Gastos	Msg.05
11	Pessoa_convidado	Dados Convidado	Confirma Presença	Msg.01
12	Pessoa_convidado	Dados Convidado	Altera Convidado	Msg.07
13	Pessoa_convidado	Id Convidado	Login Convidado	Msg.06
14	Pessoa_adm	Dados Usuário	Manter Usuário	Msg.01
15	Pessoa_adm	Id Usuário	Listar Usuário	Dados Usuário
16	Pessoa_adm	Dados Evento	Manter Evento	Msg.01
17	Pessoa_adm	Id Evento	Listar Evento	Dados Eventos
18	Pessoa_adm	Id Convidado	Manter Convidado	Dados Convidado
19	Pessoa_adm	Dados Convidado	Listar Convidado	Dados Convidado

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

3.3. Diagrama de Mensagens

Como mostra a definição do *site* Priberam, entende-se por dicionário uma compilação de termos, palavras ou representações com seus respectivos significados. No caso do Dicionário de Mensagens, serão atribuídos a cada número, correspondente a mesma, seu conteúdo. Estas mensagens se referem às saídas empregadas no Quadro 1, visto no tópico anterior, que serão impressas na tela do usuário sempre que as ações nas quais estas estão inclusas forem executadas por 65 ele.

Quadro 2 — Lista de Mensagens exibidas nas telas do *software*.

Mensagem	
Msg.01	Cadastrado com sucesso/Erro ao cadastrar
Msg.02	Inativado com Êxito/ Falha ao inativar
Msg.03	Porcentagem de conclusões de atividades
Msg.04	Relembrar atividades não confirmadas
Msg.05	Gastos Eventos
Msg.06	Logado com sucesso
Msg.07	Alterado com sucesso

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

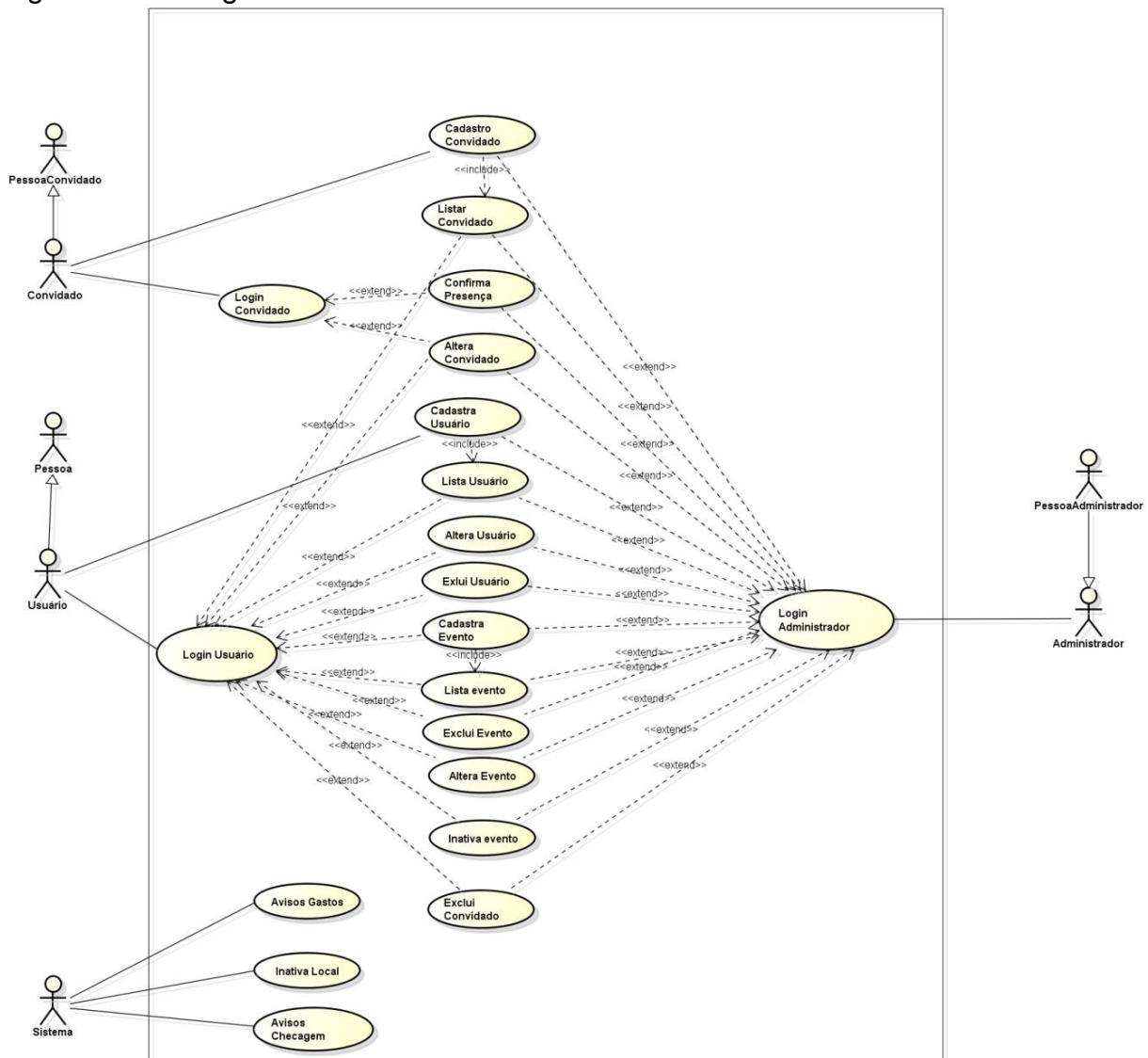
3.4. Diagrama de Contexto

É utilizado para modelar o sistema a por meio de um diagrama o qual representa todo o *software*.

Diagrama de contexto é uma ferramenta para modelar o escopo através de um diagrama. Em desenvolvimento de sistemas, é considerado o diagrama de fluxo de dados de maior nível, isto é, um diagrama que representa todo o sistema. (MONTES, 2017. n.p.)

De acordo com Sbrocco esse diagrama apresenta uma ideia do fluxo de informações entre o *software* e os elementos que interagem com ele de uma forma visual, para facilitar a compreensão do mesmo, e como os atores interagem com o *software*, a Figura 2 ilustra o diagrama do Privete Party.

Figura 21 — Diagrama de Contexto.

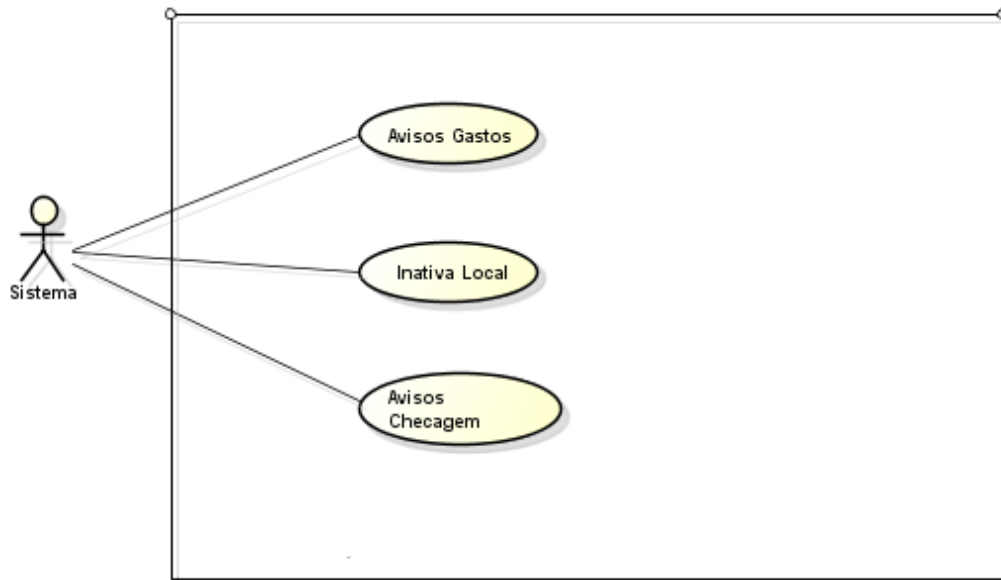


Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O diagrama de contexto Sistema tem umas das principais funcionalidades do *software*, são eles: Avisos de gastos, inativa local, avisos de

checagem, que fazem com que os usuários tenham noção de tudo sobre seu evento.

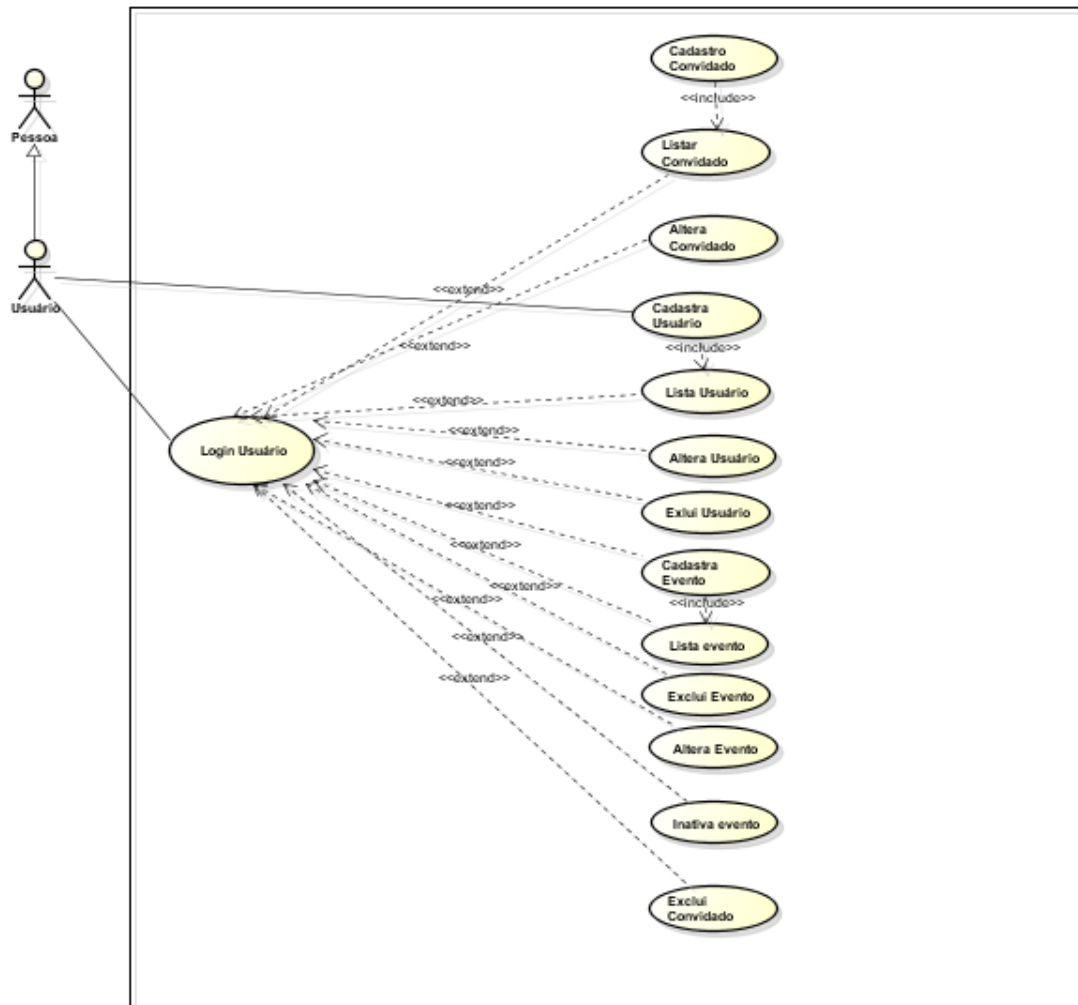
Figura 22 — Diagrama de Contexto- Sistema.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O diagrama de contexto Usuário é um dos principal do sistema, é a partir dele que todo evento começa a fluir, organiza todos os serviços utilizados entre eles: Lista de convidados, Cadastro de eventos, serviços, etc.

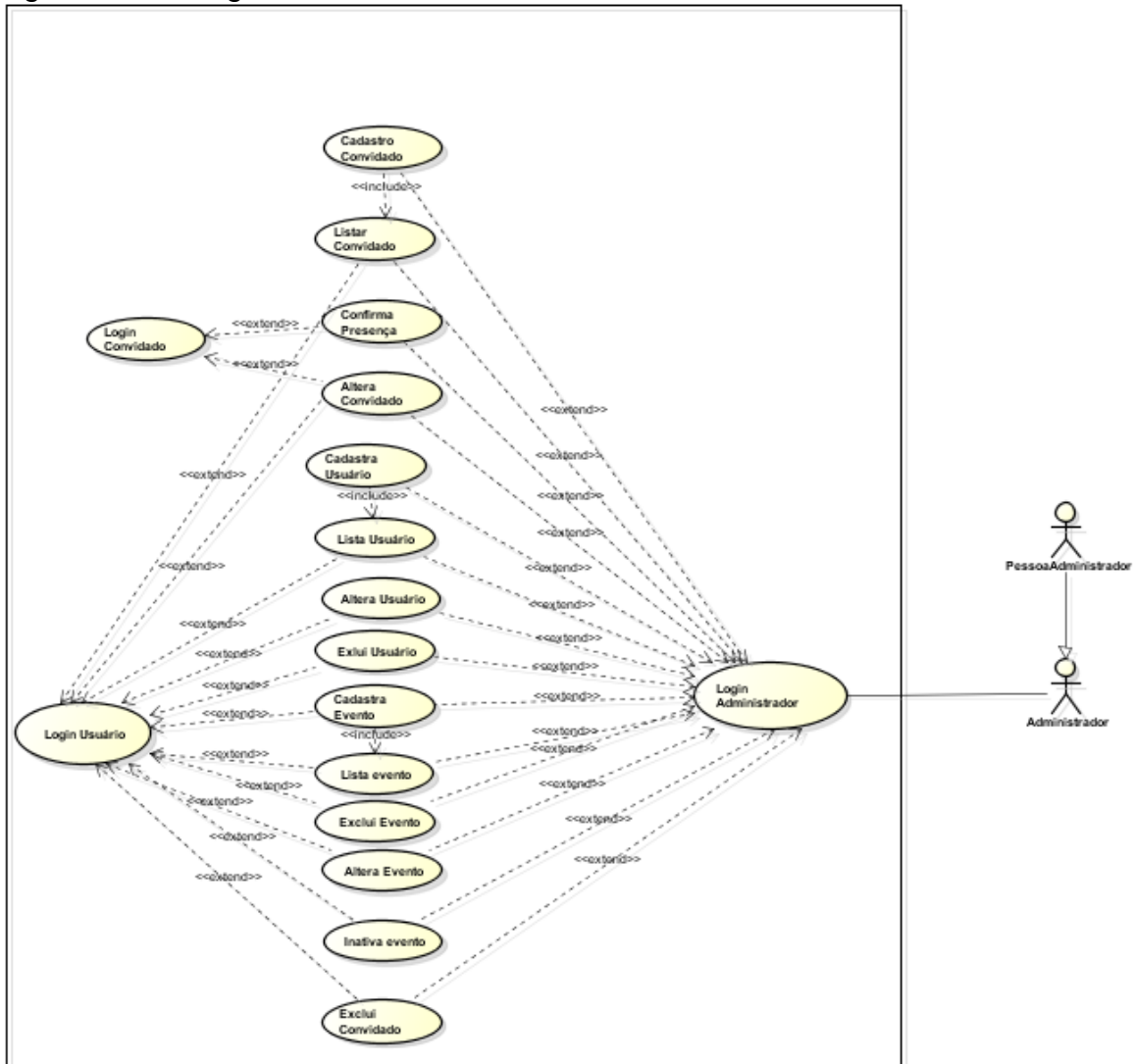
Figura 23 — Diagrama de Contexto — Módulo Pessoa Usuário.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O diagrama de contexto Administrador é o principal ator do sistema, poderá ter todas as informações cadastradas e o controle de todo o sistema.

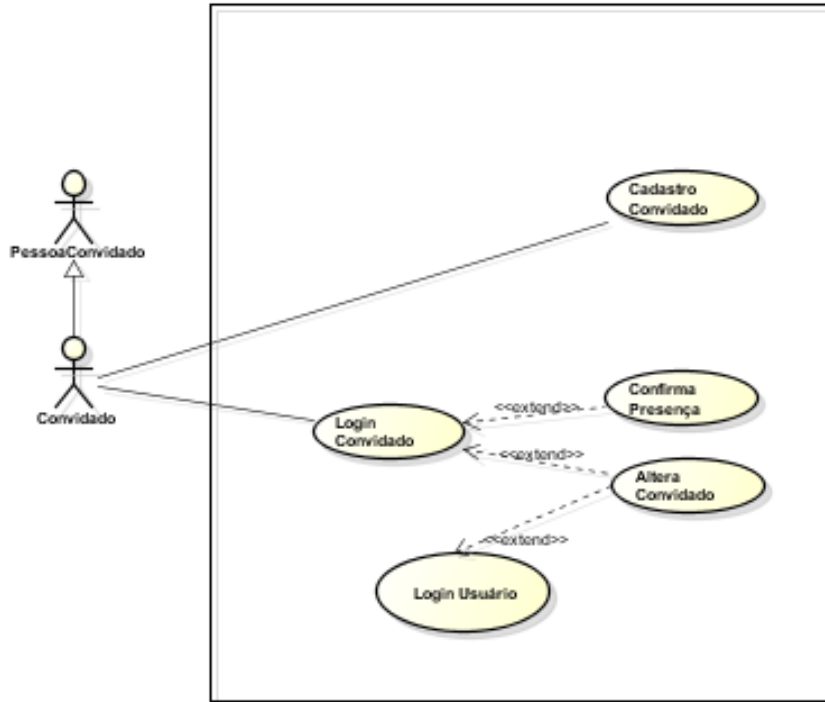
Figura 24 — Diagrama de Contexto - Módulo Pessoa Administrador.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O diagrama de contexto Convidado tem menos opções de interação com *software* que os demais atores, incluindo : O cadastro, confirmar presença, e logar. É um ator de apenas confirmação então não necessita de ter uma maior interação.

Figura 25 — Diagrama de Contexto - Módulo Pessoa Convidado.



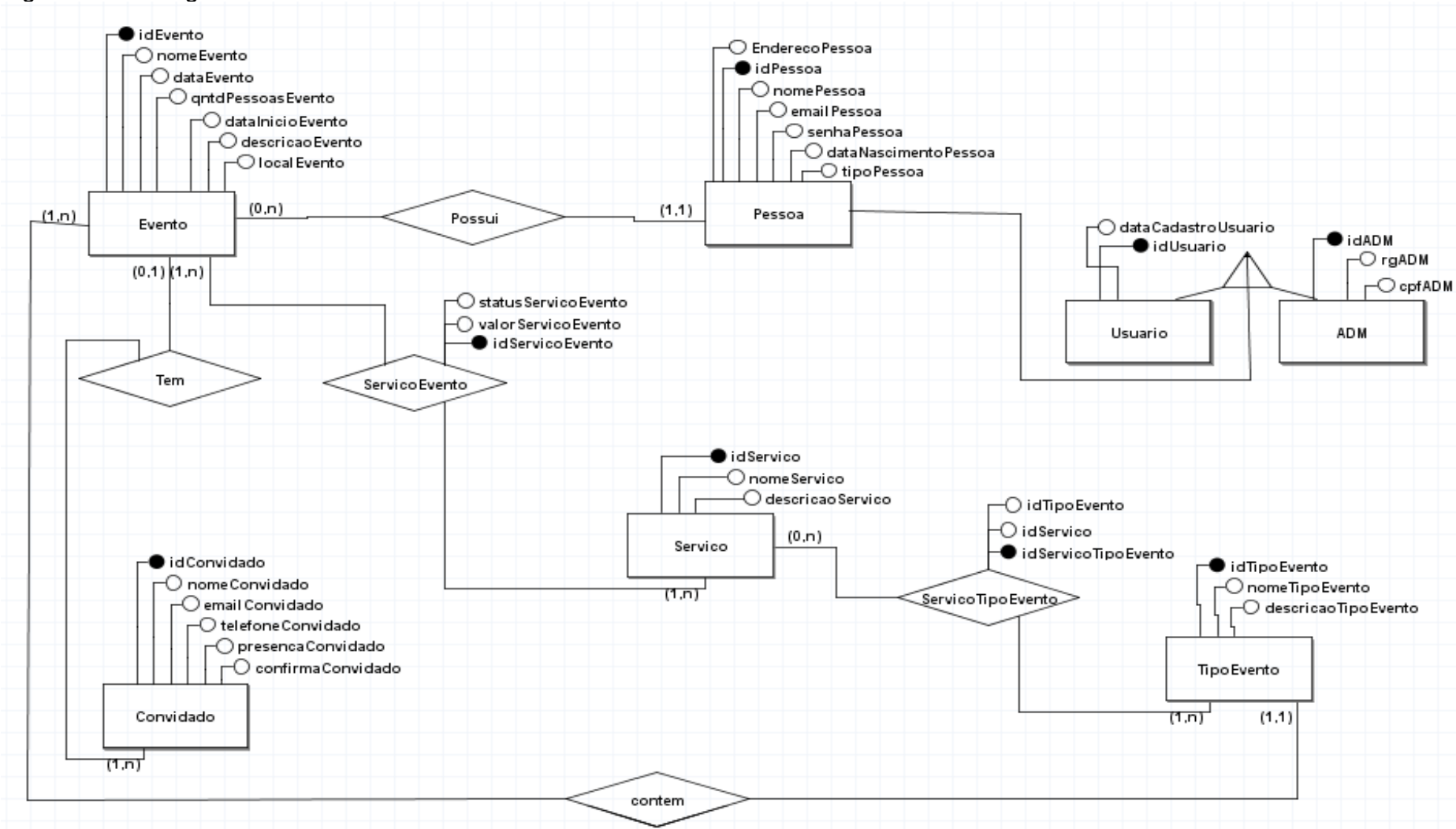
Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

3.5. Diagrama Entidade Relacionamento

Representa a estrutura de Banco de Dados por meio de elementos gráficos, o que facilita a validação e elaboração de uma estrutura de dados para armazenamento das informações (FURGERI, 2013), tornando-se um modelo conceitual descritos por vários elementos, havendo entre eles o: Retângulo - que seriam as entidades, envolvendo em seu interior o nome. Losango - representando um conjunto de relacionamentos entre as entidades, incluindo em seu interior um verbo. Elipse – que refere aos atributos de cada entidade. E por fim a Linha cheia: que indica a ligação entre entidades e relacionamentos.

A figura representa o DER Conceitual do sistema Private Party.

Figura 26 — Diagrama de Entidade Relacionamento do software.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

CAPÍTULO IV

4. Análise Orientada a Objeto

Consiste na definição das classes (objetos) que representam os problemas a serem resolvidos de modo pelo qual as classes se relacionam e se interagem umas com as outras, o funcionamento interno (atributos) que permite a eles trabalharem juntos no decorrer das situações. Deve-se fazer uma explicação estática e dinâmica das classes que descrevem um sistema ou algum determinado produto. Ainda se pode complementar como sendo o conjunto de representações gráficas ou baseado em linguagem que definem os atributos, relacionamento e comportamento das classes, um gráfico do comportamento da classe ao longo do tempo.

Em cada estágio, os elementos do modelo de análise orientada a objetos são revistos quanto a clareza, correção, completeza e consistência com os requisitos do cliente e entre si.

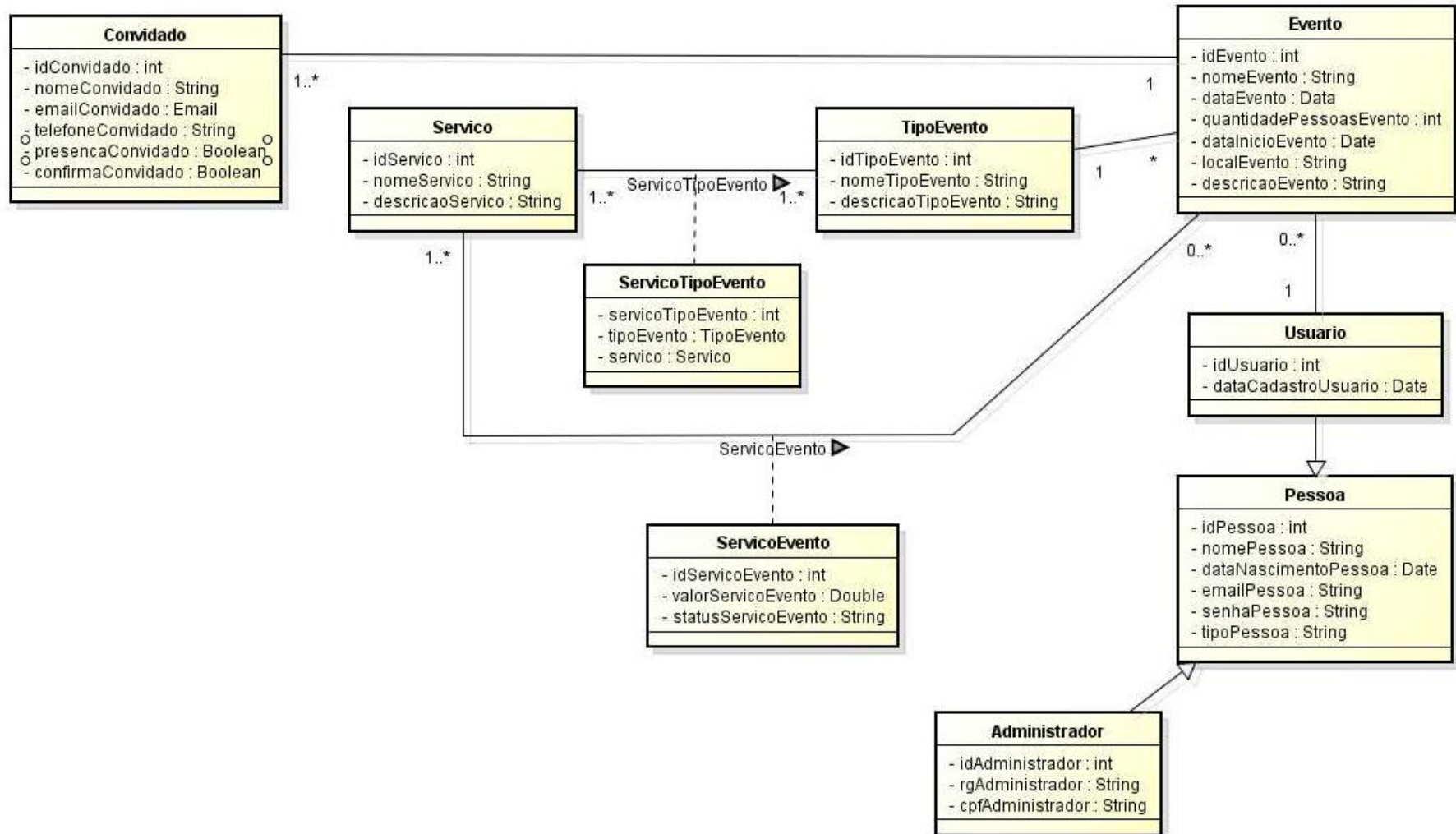
4.1. Diagrama de Classe

O diagrama de classe vai descrever os objetivos e as informações de estrutura utilizadas pelo *software*, conforme diz Prof. Braz “Um diagrama de classe denota a estrutura estática de um sistema e as classes representam coisas que são manipuladas por esse sistema.” Ainda de acordo com Guedes (2014) as classes contêm seus atributos e métodos, representados num retângulo com três divisões, onde a primeira divisão contém o nome da classe, a segunda divisão contém os atributos e indicação da visibilidade deste atributo (público ou privado) e a terceira

divisão lista os métodos próprios da classe, que podem receber parâmetros ou não. Por fim como diz Junior (2007) “Um diagrama de classes denota a estrutura estática de um sistema e as classes representam coisas que são manipuladas por esse sistema.”

A figura 4 demonstra o Diagrama de Classes do projeto, que estabelece a relação que cada uma tem com a outra.

Figura 27 — Diagrama de Classes do *software*.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

4.2. Dicionário de Atributos

O dicionário de atributos representa numa lista organizada de todos os elementos de informações que são relevantes a o sistema representados na classe O dicionário de atributos explica as condições estabelecidas entre as características de cada Classe do projeto e suas respectivas funções, ou seja, o que será armazenado nessas propriedades. (GUEDES,2014)

A primeira coluna do Quadro 3 mostra os atributos que compõe a classe pessoa, e logo a esquerda apresentam as descrições manuscritas em uma linguagem menos técnica.

Quadro 3 — Dicionário de Atributos da Classe Pessoa.

Classe Pessoa	
Atributos	Descrição
idPessoa	Código identificador a pessoa
nomePessoa	Nome da pessoa
dataNascimentoPessoa	Data de Nascimento da Pessoa
emailPessoa	E-mail da pessoa
senhaPessoa	Senha que a pessoa usará
tipoPessoa	Tipo de Pessoa

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O padrão do quadro acima é utilizado para os próximos quadros, portanto o Quadro 4 mostra os atributos da Classe Administrador com suas respectivas definições.

Quadro 4 — Dicionário de Atributos da Classe Administrador.

Administrador	
Atributos	Descrição
idAdministrador	Código identificador do administrador
rgAdministrador	Registro Geral do administrador
cpfAdministrador	Cadastro de Pessoa Física do administrador

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

A seguir, será apresentado o quadro 5 onde mostra as descrições da Classe Usuário e seus dois únicos atributos.

Quadro 5 — Dicionário de Atributos da Classe Usuário.

Usuário	
Atributos	Descrição
idUsuario	Código identificador do usuário
dataCadastroUsuario	Data do cadastro do usuário

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O Quadro abaixo é correspondente ao quadro 6 onde irá apresentar os atributos da Classe Convidado, precedidos de seus nomes.

Quadro 6 — Dicionário de Atributos da Classe Convidado.

Convidado	
Atributos	Descrição
idConvidado	Código identificador do convidado
nomeConvidado	Nome do convidado
emailConvidado	E-mail do convidado
telefoneConvidado	Telefone do convidado
presencaConvidado	Presença do Convidado
confirmaConvidado	Confirmação de convidado

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O Quadro 7 mostra os atributos correspondentes a Classe Evento, com seus respectivos atributos e descrições, onde conterà as informações já cadastradas do evento.

Quadro 7 — Dicionário de Atributos da Classe Evento.

Evento	
Atributos	Descrição
idEvento	Código identificador do evento
nomeEvento	Nome do evento
dataEvento	Data do evento
quantidadePessoasEvento	Quantidade de pessoas no Evento
dataInicioEvento	Data do Inicio do evento
localEvento	Local do evento
descricaoEvento	Descrição Evento

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

Esse quadro corresponderá ao Quadro 8 onde mostrará os atributos e descrições da Classe TipoEvento, que será responsável pelas informações do tipo do evento.

Quadro 8 — Dicionário de Atributos da Classe TipoEvento.

TipoEvento	
Atributos	Descrição
idTipoEvento	Código identificador do tipo do evento
nomeTipoEvento	Nome do tipo do evento
descricaoTipoEvento	Descrição do tipo de evento

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O quadro abaixo refere-se ao 9, conseqüentemente da Classe Serviço onde estarão contidos os dados de serviço e seus atributos e descrições.

Quadro 9 — Dicionário de Atributos da Classe Serviço.

Serviço	
Atributos	Descrição
idServiço	Código identificador do serviço
nomeServiço	Nome do serviço
descricaoServico	Descrição do serviço

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

Esse quadro é originado de um relacionamento entre duas classes à Serviço e a TipoEvento, também possuindo os seus atributos e suas respectivas descrições de acordo com o modelo.

Quadro 10 — Dicionário de Atributos da Classe ServiçoTipoEvento.

ServiçoTipoEvento	
Atributos	Descrição
idserviçoTipoEvento	Código identificador do serviço tipo evento
tipoEvento	Código identificador do Tipo do evento
servico	Código identificador do serviço

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

Para a conclusão, os atributos da Classe ServiçoEvento são exibidos, descritos no Quadro 11.

Quadro 11 — Dicionário de Atributos da Classe ServiçoEvento.

ServiçoEvento	
Atributos	Descrição
idServiçoEvento	Código identificador do serviço evento
valorServiçoEvento	Valor do serviço evento
statusServiçoEvento	Status do serviço do evento

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

4.3. Diagrama de Sequência

Baseia-se em um diagrama que possui o objetivo de apresentar como as mensagens entre os objetos são trocadas no decorrer do tempo para a realização de uma operação.

No artigo citado por Plínio (2018):

Como citamos, um diagrama de sequência tem como finalidade equalizar a comunicação entre profissionais que estão num mesmo contexto técnico (projeto, demanda, produto etc.).

Essa comunicação pode ter como objetivo apenas “esboçar” ideias, mostrar como uma determinada funcionalidade ocorre, como alguma integração ocorre.

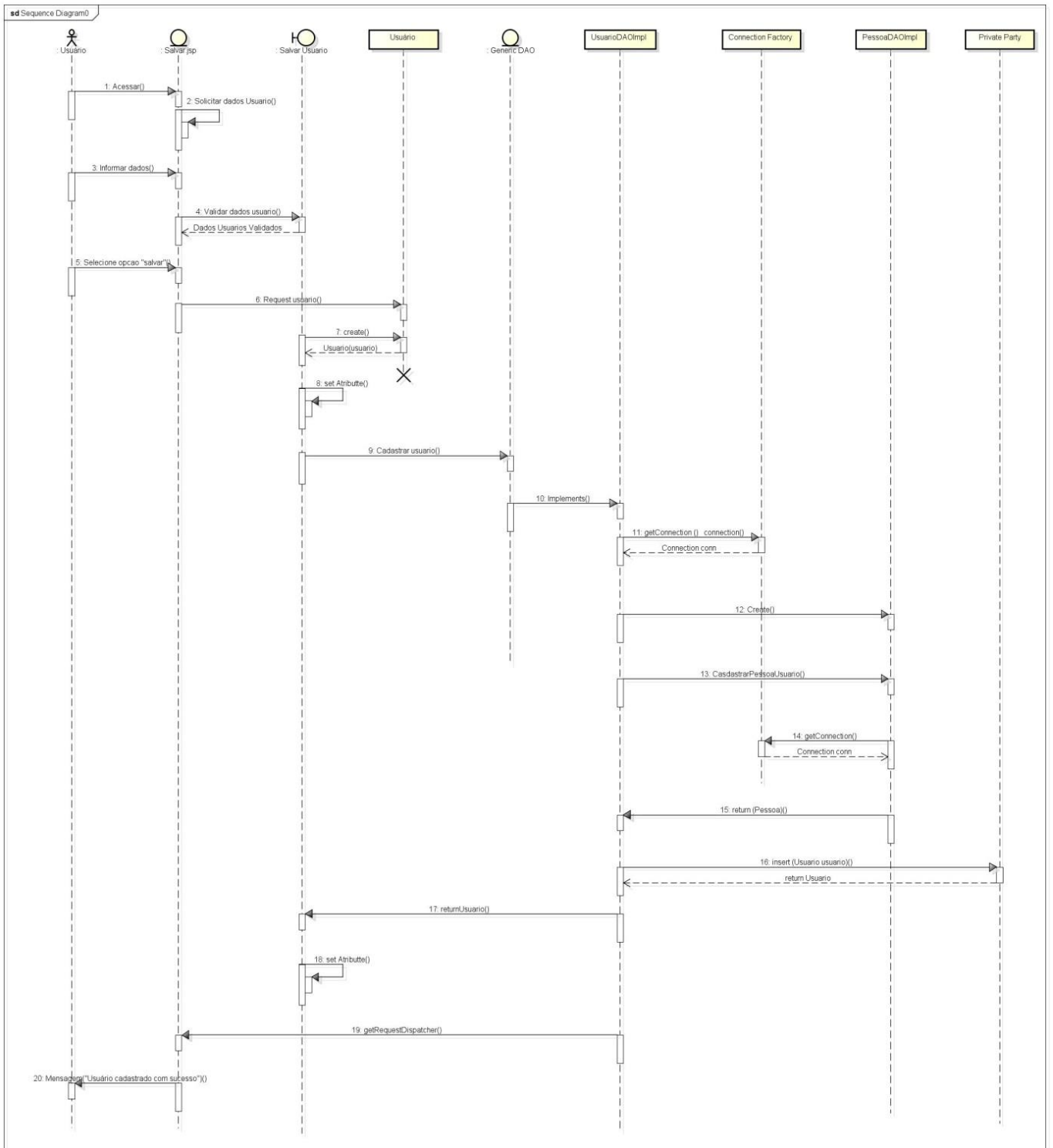
Ainda no mesmo artigo:

Quando a finalidade é esta, utilizamos diagramas de sequência sem muito rigor com relação à notação, sem falar em especificação técnica, apenas para fazer o colega de trabalho entender como alguma funcionalidade “funciona” no sistema.

A Figura 28 ilustra o Diagrama de Sequência do caso de uso Cadastrar Usuário, onde estão representadas todas as etapas do cadastro da referida função, incluindo as validações que ocorrem durante o processo.

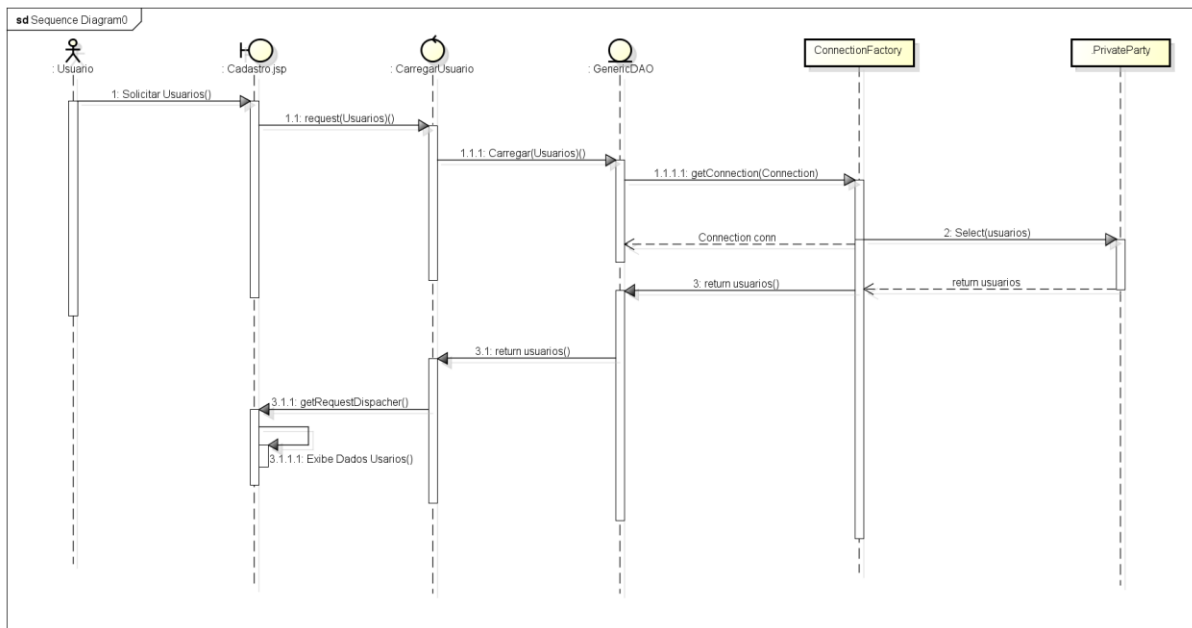
Figura 28 — Diagrama de Sequência – Cadastrar Usuário.

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)



A Figura 29 ilustra o Diagrama de sequência do Caso de Uso Carregar, representando todas as etapas usadas em sua conclusão.

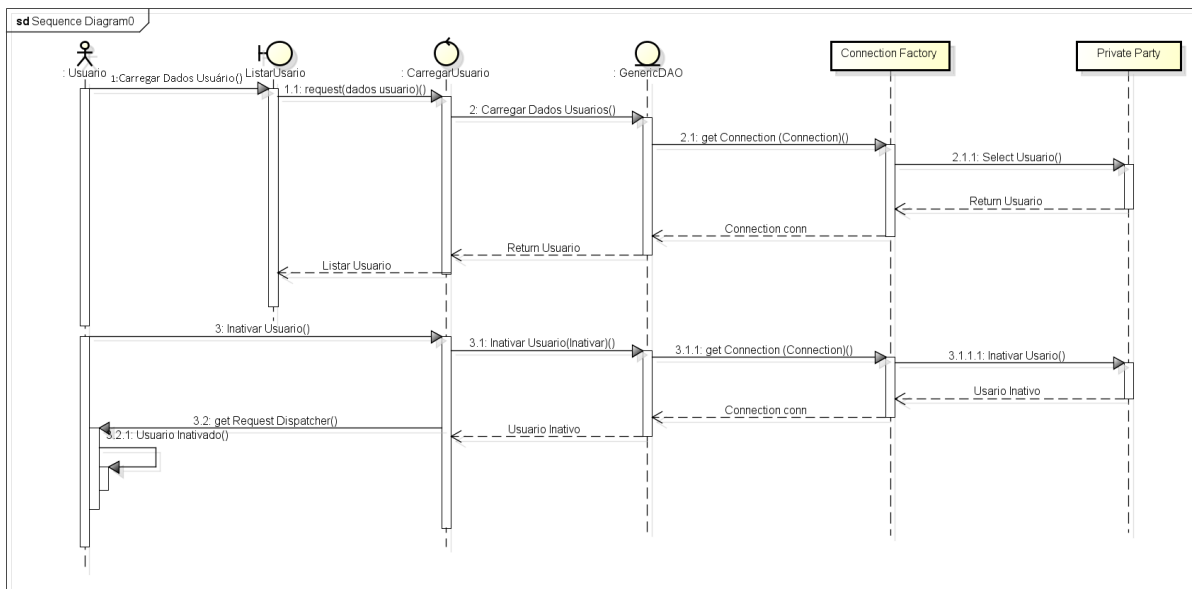
Figura 29 — Diagrama de Sequência - Carregar Usuário.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

A Figura 30 ilustra o Diagrama de Sequência do caso de uso Inativar Usuário em sua ordem. Para concluir a inativação o Usuário deve estar logado no Carregar Usuário.

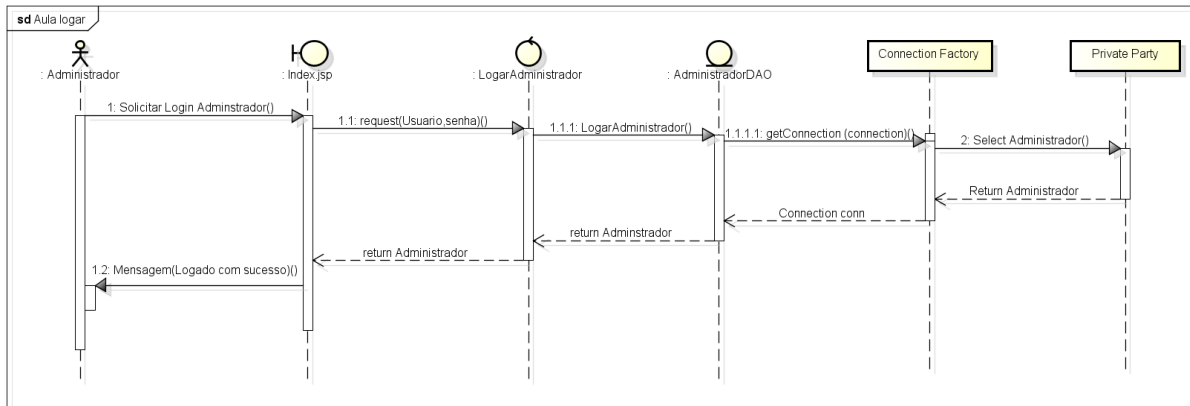
Figura 30 — Diagrama de Sequencia – Inativar Usuário.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

Figura 31 ilustra o Diagrama de Sequência do caso de uso Inativar apresenta um login onde as informações devem ser válidas, caso não, voltará à página principal para uma próxima tentativa.

Figura 31 — ilustra o Diagrama - Logar Administrador.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

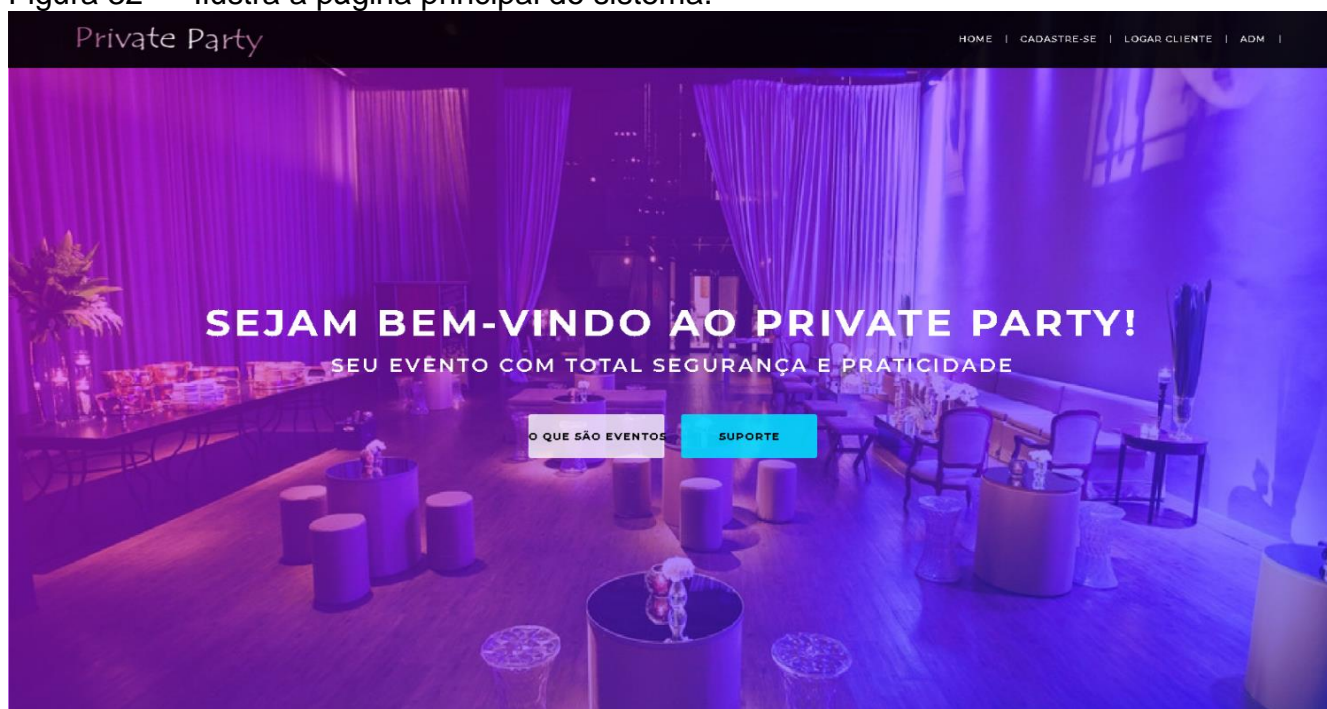
CAPÍTULO V

5. Protótipos de Telas

Esta etapa tem como importante objetivo apresentar o sistema para com cliente, esclarecendo suas grandes aplicações. Consiste em figuras que explicam determinadas paginas do sistema, em que os usuários terão acesso e conseguirão relacionar-se diretamente com a página.

A figura 32 representa a região interna da página inicial (HOME) do Private Party composta por uma Imagem onde consta informações diretamente relacionado as atividades centrais do sistema, contendo um menu com as partes de Cadastro, Logar Cliente, ADM (Administrador), onde dão inicio a todas as atividades presentes no *software*.

Figura 32 — Ilustra a página principal do sistema.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

O cabeçalho da página inicial é dividido em duas partes, a primeira compreende no nome do sistema, localizada á esquerda, á direita as opções “de para ir até a home”, cadastro do usuário, logar o cliente e a página do ADM. Ao clicar em alguma opção o formulário é expandido, possibilitando que a ação seja realizada na própria página.

Na figura 33 são representados os cadastros que requer o preenchimento de formulários, onde é realizada em uma página diferente, o qual o usuário é direcionado a se cadastrar para criar seu evento. A Figura - ilustra a tela de cadastro do usuário, demonstra os atributos a principais que farão parte do perfil.

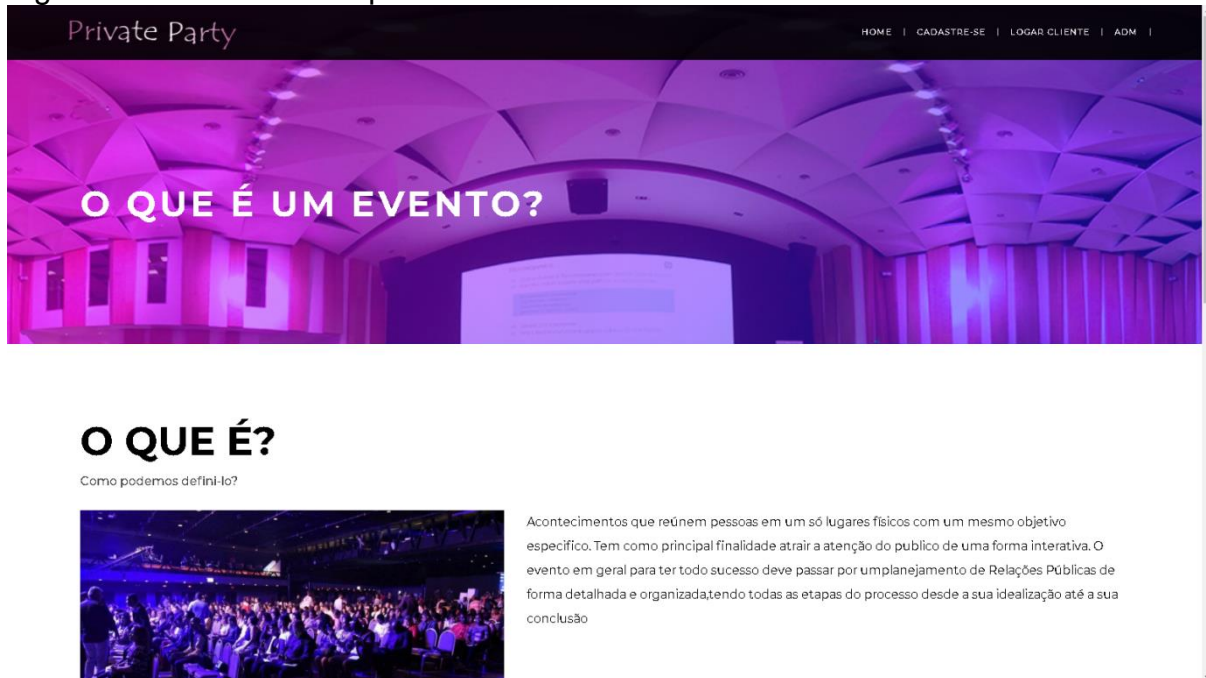
Figura 33 — Ilustra o cadastro do usuário.

The image shows a web interface for user registration. On the left is a purple sidebar menu with the title 'MENU' and three items: 'Local Cadastro', 'Listar', and 'Inativar'. The main content area is titled 'Cadastre-se' and contains the following fields: 'ID:' (text input), 'Data Cadastro Usuario:' (date input with mask 'dd/mm/aaaa'), 'Data de Nascimento:' (date input with mask 'dd/mm/aaaa'), 'Nome Usuario:' (text input), 'Email Usuario:' (text input), 'Senha Usuario:' (password input), 'Cidade:' (text input), and 'Enderego:' (text input). Below these fields is a 'Cadastrar' button. In the top right corner of the page, there are links for 'Sair', a notification bell, a grid icon, and a profile icon.

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

A figura 34 apresenta uma página onde terá todos os assuntos relacionados há eventos, (“o que é?”, “como organizar?” etc...). Após as informações poderá ter total noção de como planejar seu evento.

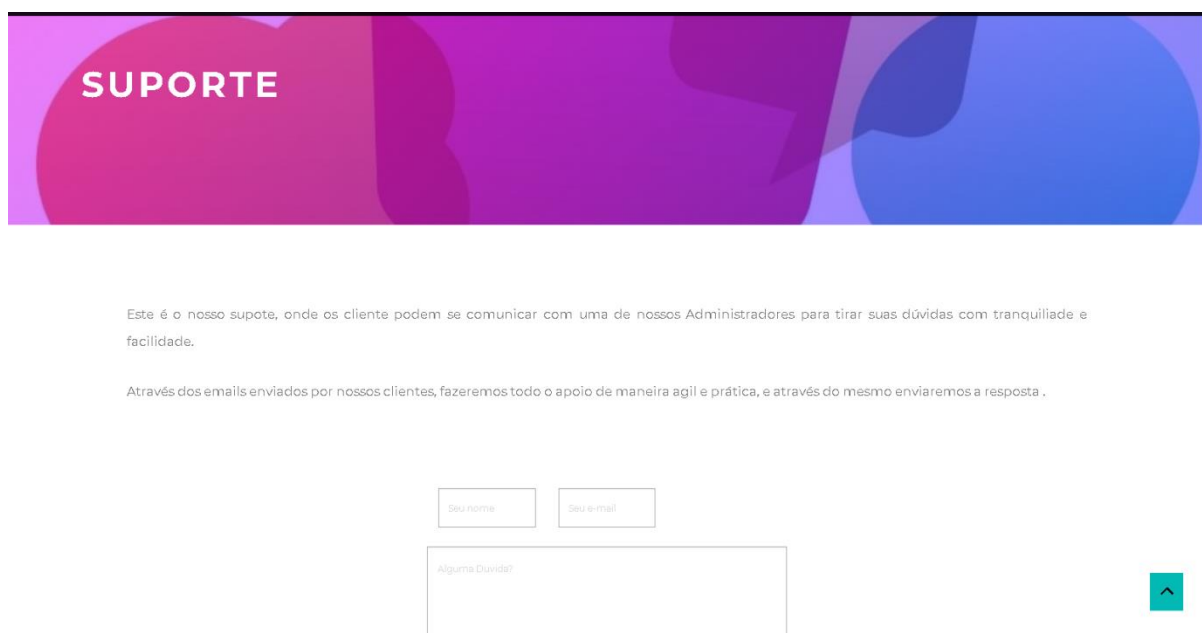
Figura 34 — ilustra os requisitos de um evento.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

Figura 35 ilustra a página do suporte, onde o usuário irá tirar alguma dúvida com os administradores, assim preenchendo os campos nome, e-mail. Logo após ele tira suas dúvidas, se tiver alguma sugestão deixará no formulário também.

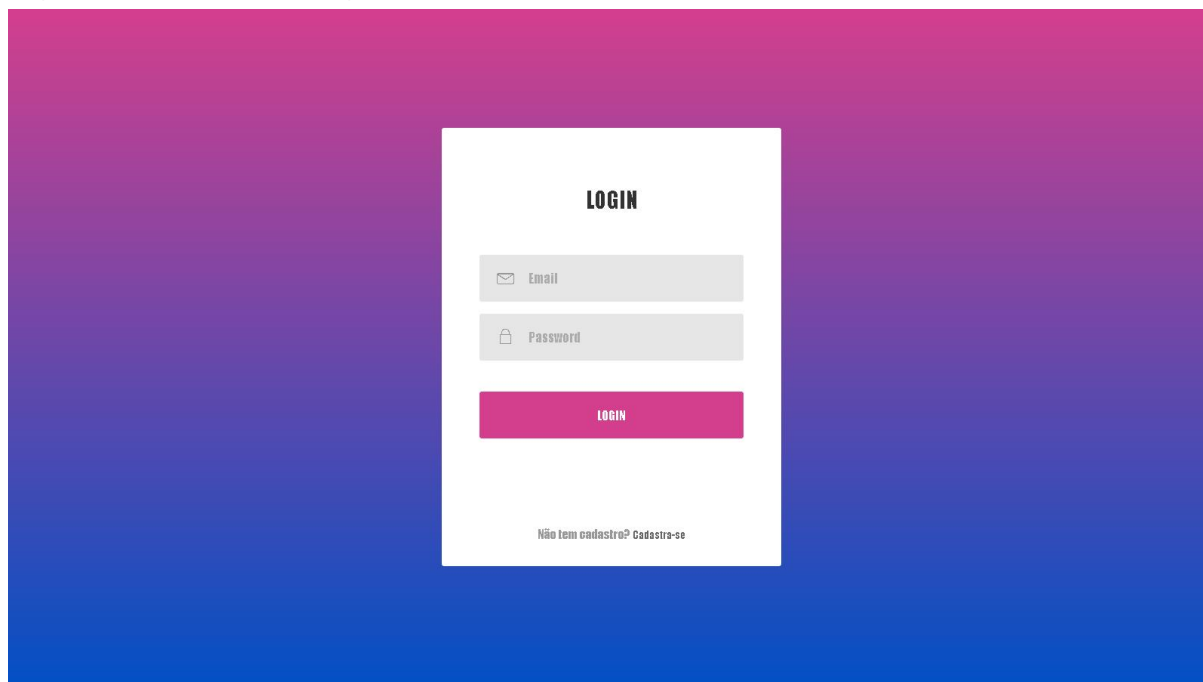
Figura 35 — Ilustra a pagina do suporte.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

A figura - representa o login do usuário após o cadastro, ele finalmente partirá para a página de login. Onde terá que preencher dois formulários como o seu e-mail e sua senha, se caso não possuir nenhum cadastro, direcionar-se para a página de cadastro orientada em baixo.

Figura 36 — Ilustra o login do cliente.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

A figura 39 representa a página listar usuário, onde os adm terão total acesso a alguns dados do cliente como (data de cadastro, nome do usuário, data de seu nascimento, endereço, entre outras informações).

Na coluna de editar, o adm conta com dois botões, o alterar caso o cliente deseje alterar algum dado seu e não consiga e o excluir, caso o adm deseje excluir todos os dados do cliente.

Figura 37 — Ilustra o Listar do Usuário.

PRIVATE PARTY

Sair

MENU

- Local Cadastro
- Listar
- Inativar

LISTAR USUÁRIOS

ID	Data Cadastro	Nome Pessoa	Data Nascimento	Email	Cidade	Endereço	Editar	
1	31/05/2019	Guilherme Cesar	24/04/2002	gui@etec.sp.gov.br	Maceda	Teste	Alterar	Excluir
2	31/05/2019	Leandro Nogueira	25/05/2005	leandro@gmailcom	Maceda	Rua Teste	Alterar	Excluir
3	31/05/2019	Alecsander Viera	26/06/2006	alec@gmailc.om	Ferpa	Rua Teste	Alterar	Excluir

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

CAPÍTULO VI

6. Tecnologias Utilizadas

Além dos livros e documentos consultados, diversas tecnologias foram utilizadas para o desenvolvimento do presente projeto. Seu conteúdo em geral, é fruto de pesquisas efetuadas em diferentes fontes que, embora não sejam consideradas tecnologias, desempenharam um importante papel na elaboração do mesmo.

Figura 38 – Ilustra as tecnologias utilizadas.



Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

6.1. Tecnologias Utilizadas para Documentação

Para a elaboração dos documentos que compõe o projeto, foram utilizadas algumas ferramentas fundamentais como: Microsoft Word na criação e formatação da documentação que pertence ao pacote Office. O Google Docs utilizado para o desenvolvimento do questionário *online* em relação ao tema do projeto e o Bloco De Notas utilizado para diversas anotações sobre o projeto.

6.2. Tecnologias Utilizadas para Programação

O Netbeans foi usado como a IDE para a programação em Java (linguagem de programação orientada a objetos), juntamente com HTML (uma das linguagens que utilizamos para desenvolver *websites*), CSS (utilizada para definir a apresentação (aparência) em páginas da *internet* que adotam para o seu desenvolvimento linguagens de marcação) e o JavaScript (a linguagem de programação que permite a você implementar itens complexos em páginas web). O PostgreSQL é um SGBD para a linguagem SQL e foi utilizado para a construção do banco de dados.

6.3. Tecnologias Utilizadas para Criação e Edição de Imagens

Para a elaboração da logomarca foram utilizadas as ferramentas Corel Draw e Fire Works e Photoshop, sendo programas para a criação de imagens vetoriais, podendo também ser usado para a criação de *layouts*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos principais problemas em alguns eventos são os imprevistos e defeitos de diversos tipos como por exemplo a falta de organização, podendo ocasionar até a desistência de algum deles. O desenvolvimento do *software* apresentado pretende melhorar principalmente a organizações dos eventos. Com o intuito de ter uma organização e uma maior agilidade em seus eventos, o cliente usará o “Private Party”.

A relevância social do *software* pôde ser constatada ao longo de seu desenvolvimento como consequência da expansão da procura e da forte aprovação por parte do público.

Após a introdução aos usuários, conclui-se uma continuidade no projeto, pois grande parte dos entrevistados acatou a ideia. Assim um dos principais motivos pelos quais exerceu a procura foi a facilidade de interação com o usuário, fazendo com que a agilidade e a praticidade na utilização não ocupe tanto tempo do usuário.

Também pode se dizer que os desenvolvedores tiveram um conhecimento muito maior, tendo como ponto de partida pesquisas, empresas que necessitaram do projeto, estudos em livros e a orientação dos próprios professores, ensinamentos estes que foram fundamentais não somente para composição do Trabalho de Conclusão de Curso, mas também para a formação individual de cada componente do grupo.

REFERÊNCIAS

- AMARAL S. A., **os 4ps do composto de *marketing* na literaturade iência da informação**, Jun. 2000. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/tinf/v12n2/04.pdf>> Acesso em Abr. 2019.
- ARAUJO G. **Aprenda como fazer uma lista de convidados para eventos**, 20 Fev. 2018. Disponível em: <<https://lets.events/blog/como-fazer-uma-lista-de-convidados/>> Acesso em: Mai. 2019.
- ARAUJO N. S. **Conflitos nas Organizações**, Administradores. 26 Mai. 2008 Disponível em: <<https://bit.ly/2zqINbt>> Acesso em: Abr. 2019.
- BOLINA L., **Plano de Negócios x Modelo de Negócios: você sabe quais são as reais diferenças entre eles?**, Jan. 2017. Disponível em <encurtador.com.br/bfIP4> Acesso em Mai. 2019.
- BORGES L., **O que são os 4 Ps do *Marketing*, Mix de *Marketing* ou Composto de *Marketing***, Out. 2013. Disponível em <encurtador.com.br/qxCHP> Acesso em Abr. 2019
- CANAL D. C. G. PDF **Administração em Sistemas de Informação** <<https://bit.ly/2AILDOO>> Acesso em: Abr. 2019.
- CASAROTTO C., **Saiba o que é Publicidade, para que serve e como é a carreira do publicitário** 04 Set. 2016. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/publicidade/>> Acesso em Mai 2019.
- EBEE. **7 erros comuns na produção de grandes eventos e como evitá-los.**, 27 mai. 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/2S6SYJI>>. Acesso em: Abr. 2019.
- EXAME. **Mercado de eventos tem expectativa de crescimento em 2018**. 12 jan. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-eventos-tem-expectativa-de-crescimento-em-2018/>>. Acesso em: Mar. 2019.
- FIGUEIRA A. M. S.; **ANÁLISE DAS TÉCNICAS DE LEVANTAMENTO DE REQUISITOS PARA DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE NAS EMPRESAS DE**

VITÓRIA DA CONQUISTA – BA. PDF, Abr. 2012. Disponível em:
<<https://bit.ly/2y86hDZ>>. Acesso em Nov. 2019.

FURGERI, S.; **Modelagem de Sistemas Orientados a Objetos.** 1. ed. São Paulo: Érica, 2013.

GESTÃOCLICK. **Gestão de eventos empresariais:** 5 erros comuns para prestar atenção. Disponível em: <<https://bit.ly/2BtUgs9>>. Acesso em: ago. 2019.

GIACAGLIA M. C.; **Organização de eventos:** Teoria e Prática. 1. Ed. São Paulo: Tompson Learning, 2006.

GUEDES, Gilleanes T. A.; **UML 2:** Guia Prático. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2014, 192 p.

JUNIOR G. B.; **Diagrama de Classe.** PDF, 2007. Disponível em:
<<http://www.deinf.ufma.br/~geraldo/dob/7.Classes.pdf>>. Acesso em: Nov.2019.

MICROSOFT; **Guia do comprador- Microsoft.** Disponível em:
<<https://www.impeto.com.br/Docs/Guia%20de%20Compras%20O365.pdf>>. Acesso em: Nov. 2019.

MONTES E.; **Diagrama de contexto** Escritório De Projetos 23 Mar. 2017.
Disponível em: <<https://escritoriodeprojetos.com.br/diagrama-de-contexto>>. Acesso em: Mar. 2019.

MOTA.; **CANVAS:** O que é e para que serve?. Administradores, 12 fev. 2018.
Disponível em: <<https://bit.ly/2JrTRsK>> Acesso em: Abr. 2019.

MÜLLER L., **Instagram já tem 1 bilhão de usuários ativos por mês,** 20 Jun 2018.
Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/131503-instagram-tem-1-bilhao-usuarios-ativos-mes.htm>> Acesso em: 27 Mai. 2019.

MUNHOZ V. J.; **Sexta feira 13:** 13 medos e problemas que assombram os organizadores de eventos. Moblee. Disponível em: <<https://bit.ly/2FFjDvj>>. Acesso em: Abr. 2019.

Priberam. **Dicionário.** Disponível em:
<<http://www.priberam.pt/dlpo/dicion%C3%A1rio>>. Acesso em: mar. 2019

REDAÇÃO OFICINA; **Tudo sobre Photoshop.** Oficina Net, 14 Fev. 2008.
Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/artigo/753/tudo_sobre_photoshop>. Acesso em: Nov. 2019.

SEBRAE; **Aprenda a montar um plano de negócio**. Sebrae. Disponível em: <<https://bit.ly/2mPTD1N>>. Acesso em Nov. 2019.

SOUZA R. R., ALVARENGA L.; **A Web Semântica e suas contribuições para a ciência da informação**. PDF, Jan/Abril 2004 <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v33n1/v33n1a16>>. Acesso em: Out. 2019.

SBROCCO, José T. C.; **UML 2.3 Teoria e Prática**. São Paulo: Érica, 2011, 270 p.

STAIR, R. M.; **Princípios de sistemas de Informação: uma abordagem gerencial**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

PASTRE, Mariella.; **Conceitos e aplicações das tipografias**. Disponível em: <<https://www.printi.com.br/blog/conceitos-e-aplicacoes-das-tipografias>>. Acesos em: Abr. 2019.

WERG. N.; **O que é RSVP e qual a sua importância para um evento**. Sucesso pede mais, 30 Abril. 2018. Disponível em: <<http://sucessopedemais.com/o-que-e-rsvp-e-qual-a-sua-importancia-para-um-evento/>>. Acesso em: set. 2019.

XAVIER J. T. P., **Marketing: Fundamentos e Processos**, 2009. Disponível em: <<http://www2.videolivriaria.com.br/pdfs/24065.pdf>> Acesso em Abr. 2019.

APÊNDICE

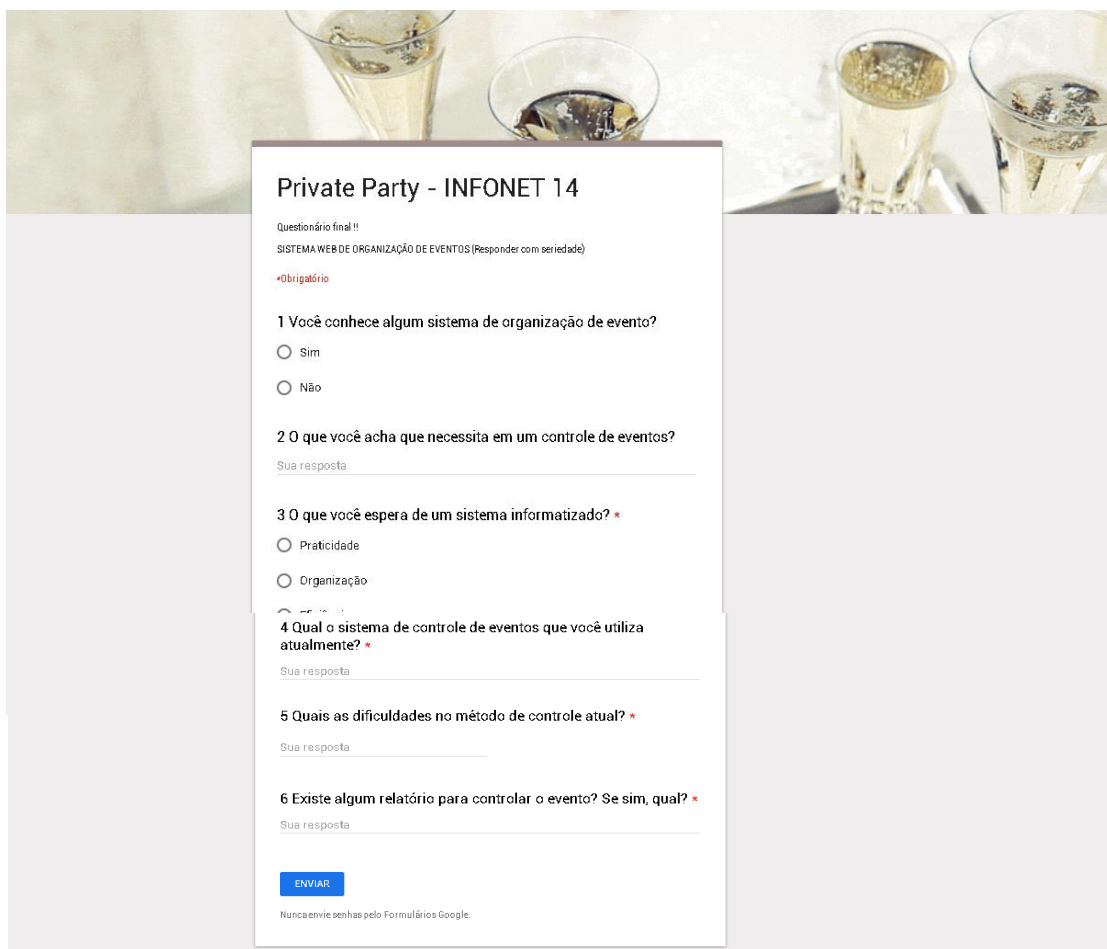
Apêndice 1 - Questionário *Online*.....**Error! Bookmark not defined.**

QUESTIONÁRIO ONLINE

A figura— demonstra o questionário quantitativo utilizado para o levantamento das informações (requisitos) do *software*, onde os dados foram analisados e observados no Capítulo 2.

O questionário foi desenvolvido via internet, sendo divulgada por meio do e-mail institucional da Microsoft. As questões foram elaboradas com base no setor de eventos e foram desenvolvidas no aplicativo Formulário, disponibilizado pelo Google Docs e o mesmo foi enviado ao publico.

Figura 39 – Demonstra o questionário *online*.



The image shows a screenshot of an online questionnaire titled "Private Party - INFONET 14". The questionnaire is displayed on a white background with a blue border, overlaid on a background image of champagne glasses. The text of the questionnaire is as follows:

Questionário final !!
SISTEMA WEB DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS (Responder com seriedade)
*Obrigatório

1 Você conhece algum sistema de organização de evento?
 Sim
 Não

2 O que você acha que necessita em um controle de eventos?
Sua resposta _____

3 O que você espera de um sistema informatizado? *
 Praticidade
 Organização

4 Qual o sistema de controle de eventos que você utiliza atualmente? *
Sua resposta _____

5 Quais as dificuldades no método de controle atual? *
Sua resposta _____

6 Existe algum relatório para controlar o evento? Se sim, qual? *
Sua resposta _____

ENVIAR

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Fonte: (Elaborado pelos autores, 2019)

GLOSSÁRIO

O glossário é um tipo de dicionário específico para palavras de termos técnicos usada no documento em que é proposta definições acerca dos temas de acordo com a situação.

1. Atributo: Objetos físicos, pessoas ou até mesmo tudo aquilo que possui características próprias. Pegando uma pessoa como exemplo, os atributos da mesma são, data de nascimento, nome, cor dos olhos, entre outros, e são esses aspectos que são atributos. Simplificando, atributos é praticamente a mesma coisa que características.

2. CMYK: Também conhecido como cor-pigmento e considerado o mais importante no mundo do design gráfico, o CMYK é composto por três cores (ciano, magenta e amarelo) e um elemento chave (preto), que além de darem origem as demais cores também definem suas tonalidades.

3. Elemento: O que é essencial informar, subsidiar ou fundamentar algo. Todo elemento linguístico que pode ser averiguado em partes.

4. Empreendedor: Aquela pessoa criativa, inovadora, que deixa de ficar só nos sonhos e começa aplicá-los em ação para desenvolver algo para o futuro que ninguém tenha criado, ou transformando de uma maneira mais eficiente e ao mesmo tempo trazendo lucro para ela mesma.

5. Funções: Uma “ação” que pode ser executada em um sistema. Uma função pode ser diretamente relacionada ao significado da palavra funcionalidade em um 104 contexto mais geral, podendo ser definido como algo que está ligado à um outro elemento, responsável as ações realizadas.

6. *Marketing*: É um estudo completo do mercado, que por meio desse estudo o ponto principal é buscar uma renda/lucro por meio da satisfação de seus clientes. O *marketing* compreende o entendimento das necessidades de um determinado segmento mercadológico, para basear a produção e, conseqüentemente vender para o público desejado algo benéfico para ambas as partes. O *marketing* pode ser considerado um estudo completo do mercado, cujo ponto principal é buscar uma renda e lucro, paralelamente, por intermédio da satisfação de seus clientes.

7. Métodos: Condiz com as descrições de procedimento que um objeto executa quando recebe um aviso. Esse aviso simboliza a execução de um método que está presente em um objeto. O mesmo indica comportamentos dinâmicos de uma classe ou objeto, sendo o autor pelo comando ou acesso aos atributos existentes.

8. *Online*: O termo *online* que em português significa conectado, ou seja, quando um dispositivo ou sistema está conectado a alguma rede, diz-se que este está *online*. Quando uma pessoa está conectada à *internet* ou a “bolinha” de alguém está verde em algum bate-papo, como se vê normalmente, pode-se dizer que esta pessoa está *online*.

9. Plataforma: Suporte composto por *hardware*, físico ou virtual, pelo sistema, e por aplicações que são a apoio para o andamento de novas utilidades.

10. Protótipo: Versão preparatória de um *software* ou programa de computador que está passando pela sua fase de teste, que ainda pode ser aperfeiçoado, modificado.

11. RGB: É a abreviação do sistema de cores aditivas que é composta por Vermelho, Verde e Azul e é chamado também por cor-luz. Tem como finalidade central a reprodução de cores em dispositivos eletrônicos como monitores de TV e computador, scanners, câmeras digitais, etc.

12. Sistema Web: Tem como critérios as informações ligadas por meio da hipermídia e permite a seus usuários acessarem uma infinidade de proposições, informações,

por meio da internet. Possui também algumas linguagens e entre elas está JSP (Java Server Pages), que faz algumas dinâmicas no Sistema Web.

13. *Site*: Conjunto de paginas da *internet* com diversas informações, e tem suas ferramentas que desenvolve a sua programação para que assim sejam mostrados seus dados, e se interagindo por intermédio da tela do computador com a pessoa que esta do outro lado, levando o máximo de informações necessário.

14. *Software*: Classificado como a parte lógica do computador, a função do *software* é a de executar tarefas específicas previamente programadas, transmitindo informações para o *hardware*, que é a parte física do computador (mouse, monitor, processador, teclado, entre outros).