

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO RN
BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

UM MODELO DE SITE PARA LOJA DE MATERIAL ESPORTIVO

UM MODELO DE SITE PARA LOJA DE MATERIAL ESPORTIVO

Monografia apresentada ao Curso
de Graduação em Bacharelado em
Sistemas de Informação da
Faculdade Natalense para o
Desenvolvimento do Rio Grande do
Norte como requisito parcial para a
obtenção do título em Bacharel em
Sistemas de Informação.

Eider Alves da Silva

Orientador:
Levi Augusto Machado Mendes Neto

**NATAL/RN
2003**

**NATAL/RN
2003**

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Bacharelado em Sistemas de Informação da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte como requisito parcial para a obtenção do título em Bacharel em Sistemas de Informação.

Orientador:
Luiz Augusto Machado Mendes Filho

EIDER ALVES DA SILVA

UM MODELO DE SITE PARA LOJA DE MATERIAL ESPORTIVO

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Bacharelado em Sistemas de Informação da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte como requisito parcial para a obtenção do título em Bacharel em Sistemas de Informação.

Silva, Eider Alves da Silva

Um modelo de site para loja de material esportivo/Eider Alves da Silva. - Natal: FARN, 2003.

36p.

Monografia (Graduação em Bel. Sistemas de Informação) - Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

Orientador: Luiz Augusto Machado Mendes Filho(Msc)

1. Desenvolvimento de página para Internet – Monografia
2. Linguagem de Programação – Monografia. 3. Comércio Eletrônico – Material Esportivo – Monografia. I. Título.

RN/FARN/BC

CDU – 004.738.5



NATAL/RN
2003

M
004.738.5

5579M

2003

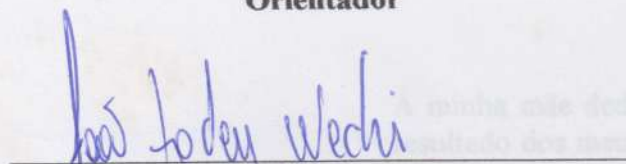
**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO RN
BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

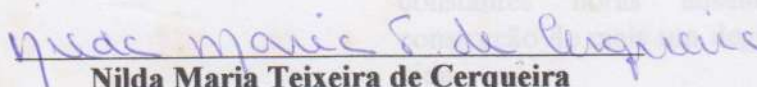
UM MODELO DE SITE PARA LOJA DE MATERIAL ESPORTIVO

Eider Alves da Silva

**Monografia apresentada e aprovada em 08 de dezembro de 2003 pela banca
examinadora composta pelos seguintes membros**


Luiz Augusto Machado Mendes Filho
Orientador


João Tadeu Weck
Membro Examinador


Nilda Maria Teixeira de Cerqueira
Membro examinador

Natal, 08 de dezembro de 2003.

AGRADECIMENTOS

Antes de fazer qualquer tipo de agradecimento gostaria de fazer uma reflexão e lembrar que para que tudo isso acontecesse é necessário a presença de DEUS. Sem ele nada é possível, obrigado meu DEUS, pelo simples fato de eu estar aqui. Já que nas palavras de Jesus, não há uma folha de uma árvore que não seja por a tua permissão. Obrigado por permitir que eu fizesse este livro.

Quero agradecer aos meus professores, pelos ensinamentos dispensados, aos coordenadores, e em especial ao meu orientador Luis Augusto que com paciência e dedicação soube ministrar de forma simples e eficiente a um orientando sem tempo algum.

Agradeço a todos os meus amigos em especial Luiz Henrique e Flávia que tanto me apoiaram para esta empreitada, e não esquecendo de agradecer as colegas de trabalho Ivaniel, Jaciera e Alice que com apoio e paciência me incentivavam e me encorajavam em todos os dias desses longos quatro anos.

A FARN - Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, em especial aos meus colegas de sala pelo companheirismo e atenção que deles recebi. A todos os funcionários que com simpatia souberam desempenhar muito bem o papel que lhes cabiam, com respeito e amor ao próximo.

À minha mãe dedico este trabalho como resultado dos meus esforços e pelo apoio que dela recebi em todos os projetos de minha vida. À Sabrina, aos meus irmãos Erivan, Silvia, Elder e Suzy e aos meus filhos Vinicius, Raissa e Gabriel pelas constantes horas ausentes para a construção de mais um degrau em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Antes de fazer qualquer tipo de agradecimento gostaria de fazer uma reflexão e lembrar que para que tudo isso acontecesse é necessário a presença de DEUS. Sem ele nada é possível, obrigado meu DEUS, pelo simples fato de eu estar aqui. Já que nas palavras de Jesus, não cai uma folha de uma árvore que não seja sem a tua permissão. Obrigado por permitir que eu fizesse este curso.

Quero agradecer aos meus professores pelos ensinamentos dispensados, aos coordenadores, e em especial ao meu orientador Luiz Augusto que com paciência e dedicação soube ministrar de forma simples e eficiente a um orientando sem tempo algum.

Agradeço a todos os meus amigos em especial Luiz Henrique e Fredna que tanto me apoiaram para essa empreitada, e não esquecendo de agradecer as colegas de trabalho Ivanice, Jaciara e Alice que com apoio e paciência me incentivavam e me encorajavam em todos os dias desses longos quatro anos.

A FARN - Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, em especial aos meus colegas de sala pelo companheirismo e atenção que deles recebi. A todos os funcionários que com simpatia souberam desempenhar muito bem o papel que lhes cabiam, com respeito e amor ao próximo.

1.6.6. Java Services.....	21
2.7. JAVA.....	21
2.8. BANCO DE DADOS.....	23
2.9. SQL.....	23
2.10. FLASH.....	24
3. METODOLOGIA.....	26
4. ANÁLISE DE RESULTADOS.....	27
4.1. SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SITE.....	27
4.2. MANUTENÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO SITE.....	27
4.3. DIFICULDADES ENCONTRADAS PARA A CONFECCÃO DO SITE.....	28
4.4. RAZÕES PELA QUAL UM CLIENTE DEVE ACESSAR ESTE SITE.....	28
4.5. MODELO DE SITE PROPOSTO.....	28
5. CONCLUSÃO.....	34
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	36

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
1.1. PROBLEMA DE PESQUISA.....	10
1.2. OBJETIVOS.....	10
1.3. JUSTIFICATIVA.....	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 COMÉRCIO ELETRÔNICO.....	13
2.2. HTML.....	14
2.3. XML.....	15
2.4. ACTIVE SERVER PAGES-ASP.....	16
2.4.1 Como Rodar ASP.....	17
2.5. EVOLUÇÃO DAS TECNOLOGIAS DE CONTEUDO DINÂMICO.....	18
2.6. FORMAS DE PROVER CONTEUDO DINÂMICO.....	19
2.6.1. Common Gateway Interface (CGI).....	19
2.6.2. Coldfusion.....	19
2.6.3. Active Serverpages.....	19
2.6.4. Server-Side Javascript.....	20
2.6.5. PHP.....	20
2.6.6. Java Servlets.....	21
2.7. JAVA.....	21
2.8. BANCO DE DADOS.....	22
2.9. SQL.....	23
2.10. FLASH.....	24
3. METODOLOGIA.....	26
4. ANÁLISE DE RESULTADOS.....	27
4.1. SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SITE.....	27
4.2. MANUTENÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO SITE.....	27
4.3. DIFICULDADES ENCONTRADAS PARA A CONFECÇÃO DO SITE.....	28
4.4. RAZÕES PELA QUAL UM CLIENTE DEVE ACESSAR ESTE SITE.....	28
4.5. MODELO DE SITE PROPOSTO.....	28
5. CONCLUSÃO.....	34
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	36

RESUMO

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1.	ESTRUTURA DE UMA PÁGINA HTML.....	15
FIGURA 2.	XML – EXEMPLO DE UMA APLICAÇÃO.....	16
FIGURA 3.	ESTRUTURA DE UMA PÁGINA ASP.....	17
FIGURA 4.	AMOSTRA DE UM PROGRAMA EM JAVA.....	22
FIGURA 5.	ESTRUTURA DE UMA INTERFACE DO FLASH.....	25
FIGURA 6.	INTERFACE PRINCIPAL DO SITE.....	29
FIGURA 7.	INTERFACE DE ACESSO AOS MATERIAIS ESPORTIVOS EM GERAL.	30
FIGURA 8.	INTERFACE DE ACESSO AOS MATERIAIS ESPORTIVOS ESPECÍFICOS.....	31
FIGURA 9.	INTERFACE DE ACESSO AO PRODUTO COM AS ESPECIFICAÇÕES..	32
FIGURA 10	INTERFACE DE ACESSO AO PRODUTO IDEAL.....	33

RESUMO

O processo de modernização do comércio eletrônico, tendo por base as grandes organizações varejistas está em pleno desenvolvimento. É cada vez maior o número de empresas com sites na Internet. Na ânsia de fazer negócios cada vez mais rápidos, as lojas de materiais esportivos têm feito de tudo para agradar os seus clientes através do comércio eletrônico. Só que essas empresas ainda não realizaram grandes passos em alguns detalhes, entre eles pode-se citar a ausência de informações técnicas e ou específicas dos produtos expostos no site. Se um consumidor compra um produto sem o seu conhecimento prévio, ele pode ter sérios problemas por usar um produto que não lhe servia. Através de algumas interfaces apresentadas nesta monografia mostra-se como um site ainda em fase de conclusão, ou seja, um site experimental, pode ajudar um cliente a conhecer detalhadamente um produto, analisar para poder comprar. E se ele ainda tiver dúvidas pode acessar uma sub-página, fornecer alguns dados pessoais e o site vai indicar o produto ideal. Os serviços oferecidos pelo site tem como objetivo fidelizar o cliente, fazendo com que seja cada vez mais forte o lema: a satisfação do cliente é a nossa grande preocupação.

Palavras-Chaves: Internet, Cliente, Material Esportivo, Comércio Eletrônico.

1. INTRODUÇÃO

ABSTRACT

It is in full development the great retail organizations through the process of modernization of the electronic commerce. The number of companies with sites in the Internet is increasing. In the anxiety to make faster businesses each time, the store of sport materials have made everything to please its customers through the electronic commerce. However, these companies had still not carried through great steps in some details, for instance: the absence of techniques information and or specific of the products displayed in the site. If a consumer purchases a product without its previous knowledge, it can have serious problems for using a product that did not serve to it. Through some interfaces presented in this monograph one reveals as a site still in conclusion phase, or either, an experimental site, can help a customer to know a product and analyzes it to be able to buy. And if he still in doubt, he can access a sub-page and supply some personal data and the site will indicate ideal product for him. The services offered by the site have as objective to keep the customer, making with that it is each stronger time the motto: the satisfaction of the customer is our great concern.

Keywords: Internet, Client, Sport Material, Electronic Commerce

De acordo com Brecher apud Lima e Nique (2002), o processo de modernização do comércio eletrônico, tendo por base as grandes organizações varejistas, está em pleno desenvolvimento. É cada vez maior o número de empresas com sites, as áreas de fazer negócios bem mais rápidas. Essas empresas pecam em fatores condicionantes para obter a busca importante, já nos olhos do consumidor essas empresas não de grande valor na hora de fechar uma compra.

Segundo Lima e Nique (2002), devido ao grande crescimento da concorrência, não basta somente uma administração eficiente, é preciso satisfazer os clientes da melhor maneira e, se possível, superar suas expectativas. Kotler apud Lima e Nique (2002) diz que "satisfação é o nível do sentimento de uma pessoa, resultante da comparação do resultado de um produto em relação a suas expectativas".

Quando se trata de ramos específicos pode-se destacar as lojas especializadas em materiais esportivos. Na busca de aumentar o número de seus clientes, elas estão fazendo de tudo para agradá-los através do comércio eletrônico. Essas empresas têm enfrentado uma grande dificuldade de informações que prendam o cliente no seu site. Só que, como já citado anteriormente, essas empresas ainda não tem realizado grandes passos em alguns detalhes, como, por exemplo, o item especificação dos produtos disponíveis em seus sites.

Os consumidores de hoje, com o avanço da tecnologia, passaram a ser mais exigentes, e estão se preocupando mais e detalhes que até antes eram de pouca importância. Portanto, para atender a exigência do consumidor moderno, esse trabalho vem apresentar um modelo de

1. INTRODUÇÃO

Mudança nos hábitos dos consumidores tem feito com que um número cada vez maior de pessoas procure a Internet para fazer compras. Através do comércio eletrônico o consumidor tem hoje em dia comprado praticamente tudo que deseja. Basta acessar um site de uma empresa específica que já está de frente do produto desejado. De um lado a tela de um monitor mostrando os produtos disponíveis, do outro, o consumidor cada vez mais eufórico em realizar a transação pela Internet.

Pesquisa da revista Info-Exame de maio de 2003, mostra que o aumento de pessoas que costumam comprar pela Internet passou de 800 mil em 2001, para perto de 1,4 milhões em 2002, e o volume financeiro em transações on-line gerado em 2002 sendo 129% superior aos 54,9 bilhões de reais registrados em 2001, que por sua vez foi o dobro de 2000, fez com que as empresas despertassem para essa área, fazendo grandes investimentos em comércio eletrônico.

De acordo com Brecher apud Lima e Nique (2002), o processo de modernização do comércio eletrônico, tendo por base as grandes organizações varejistas, está em pleno desenvolvimento. É cada vez maior o número de empresas com sites, na ânsia de fazer negócios bem mais rápidos. Essas empresas pecam em fatores considerados para elas de pouca importância, já aos olhos do consumidor esses fatores são de grande valia na hora de fechar uma compra.

Segundo Lima e Nique (2002), devido ao grande crescimento da concorrência, não basta somente uma administração eficiente, é preciso satisfazer os clientes da melhor maneira e, se possível, superar suas expectativas. Kotler apud Lima e Nique (2002), diz que “satisfação é o nível de sentimento de uma pessoa, resultante da comparação do resultado de um produto em relação a suas expectativas”.

Quando se trata de ramos específicos pode-se destacar as lojas especializadas em materiais esportivos. Na busca de aumentar o número de seus clientes, elas estão fazendo de tudo para agradá-los através do comércio eletrônico. Essas empresas têm enfrentado uma corrida acelerada de informações que prendam o cliente no seu site. Só que, como já citado anteriormente, essas empresas ainda não tem realizado grandes passos em alguns detalhes, como, por exemplo: o item especificações dos produtos disponíveis em seus site

Os consumidores de hoje, com o avanço da tecnologia, passaram a ser mais exigentes, e estão se prendendo muito a detalhes que até então eram de pouca importância. Pensando nessa exigência do consumidor moderno, esse trabalho vem elaborar um modelo de

site para lojas de material esportivo que além de conter todas as especificações necessárias dos produtos, vêm também oferecer um serviço diferenciado que é: através dos dados do cliente, indicar o produto que mais se adequou com as características fornecidas pelo próprio cliente.

1.1. PROBLEMA DE PESQUISA

É comum encontrar nos sites, a ausência de informações técnicas ou específicas dos produtos. E se o consumidor compra um produto sem o seu conhecimento prévio, ele pode ter uma série de problemas por usar um produto que não devia, ou que desconhecia a matéria prima daquele produto.

Acontecem muitos casos em que, um cliente compra um produto pela Internet e por achar um preço convincente e gostar do modelo, passa a ter sérios problemas por não ter obtido informações sobre o mesmo. É o caso dos tênis, onde um cliente pode ter sérios problemas de coluna por usar um tênis não apropriado para o esporte que está praticando.

É pensando nesses casos que essa monografia busca auxiliar os clientes de uma forma geral. Se os produtos passarem a vir com suas especificações, de que é feito (material utilizado na fabricação), para que serve (sua finalidade), como deve ser utilizado e até mesmo se é composto de algum material que venha prejudicar a saúde do consumidor, com certeza essas informações serão de suma importância na hora de adquirir um produto. Sem contar com a possibilidade desse mesmo site fazer a escolha pelo cliente, automaticamente ele não passará por certas armadilhas. Com isso o cliente terá mais segurança e confiabilidade no site e com certeza mais satisfação.

Com tantos problemas encontrados nestes sites, será que vale a pena continuar usando os mesmos? Como deveria ser um site de loja de material esportivo para atender melhor as expectativas dos clientes?

1.2. OBJETIVOS

Este trabalho tem por objetivo apresentar à comunidade acadêmica e para aqueles que trabalham com a confecção de sites direcionados à lojas de material esportivo, uma elaboração diferenciada para um modelo de site que contenha todas as especificação do produto e também uma forma de indicar para o cliente o tipo do produto que ele deve comprar, através de dados fornecidos pelo próprio cliente. A idéia é apresentar através de interfaces como será o site.

A intenção é mostrar a viabilidade e conseqüentemente a futura satisfação que o consumidor desse tipo de produto venha a ter, após verificar um detalhamento maior na hora de examinar um produto que deseje adquirir. A abordagem será feita de forma simples e direta, através dos seguintes objetivos específicos.

- Pesquisar junto ao fabricante dos produtos, informações complementares sobre os mesmos;
- Confeccionar um modelo de site, que comporte as seguintes características:
- Descrever de forma mais detalhada, todas as informações possíveis dos produtos expostos no site;
- Especificar qual o tipo de tecnologia usada na confecção dos produtos;
- Especificar a composição de todos os produtos expostos no site;
- Preparar uma interface, para auxiliar o cliente a encontrar o produto desejado;
- Descrever detalhadamente como poderá ser implementada a interface sugerida no item anterior.

1.3. JUSTIFICATIVA

Este trabalho visa além de alguns fatores já citados, colaborar com empresários do setor de material esportivo, com o usuário (cliente) de uma forma geral, com aqueles profissionais que trabalham com sites dessa área e também a comunidade acadêmica e ao leitor, sobre os problemas encontrados em sites de e-commerce, quando se trata de especificação de produtos.

Ao mesmo tempo vem conscientizá-lo da importância da adoção de tal medida, além dessas ainda vem mostrar como o usuário poderá ser auxiliado pelo site na hora da compra. Através de um questionário que o cliente preenche com suas informações; o site estuda todas essas informações e indica o produto desejado.

É bem verdade que alguns sites já trazem essa observação, de uma maneira muito superficial. Com tudo, a idéia é aprimorar cada vez mais esses sites para que o consumidor não saia prejudicado na hora de comprar um produto pela Internet, e que ele tenha a mesma, ou quem sabe, melhor assistência que teria indo a uma loja física.

Outra coisa que se pode levar em consideração é que, essa monografia possa interessar também ao INMETRO (Instituto Nacional de Pesos e Medidas), já que a função desse órgão é a preocupação com o consumidor.

2. RESUMO A adoção deste modelo de site implicará para as empresas do ramo, uma certa comodidade em relação a propagandas. Já que a própria Internet se encarrega de fazer essa parte. Trará também uma redução nos custos de material e de pessoal, saindo na frente daqueles que ainda não dispõem desse tipo de atividade.

Para entender melhor sobre essas tecnologias, inicia-se falando sobre algumas linguagens de programação utilizadas para o desenvolvimento deste modelo que será voltado para a Internet.

2.1. COMÉRCIO ELETRÔNICO

De acordo com Albertin (2002, p. 15), o comércio eletrônico (CE) é a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico, por meio da aplicação integrada das tecnologias de comunicação e de informação, atendendo aos objetivos de negócio. Os processos podem ser realizados de forma completa ou parcial, incluindo as transações negócio-a-negócio, negócio-a-consumidor e intra-organizacional, numa infraestrutura predominantemente pública de fácil e livre acesso e baixo custo.

Albertin (2002, p. 15) apud Cameron (1997) define que CE inclui qualquer negócio transacionado eletronicamente, em que essas transações ocorrem entre dois parceiros de negócio ou entre um negócio e seus clientes.

Segundo Albertin (2002, p. 15) apud Kabakota e Whinston (1997), dependendo do para quem se pergunte, CE pode ter definições diferentes:

- De uma perspectiva de comunicações, o CE é a compra de informações, produtos/serviços, ou pagamentos por meio de linhas de telefonia, redes de computadores ou qualquer outro meio eletrônico;
- De uma perspectiva de processo de negócio, o CE é a aplicação de tecnologia para a automação de transações de negócio e fluxos de dados;
- De uma perspectiva de serviço, o CE é uma ferramenta que endereça o desejo das empresas, consumidores e parceiros para cortar custos de serviços, enquanto melhora a qualidade das mercadorias e aumenta a velocidade da entrega do serviço.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta parte da monografia serão listados alguns conceitos relevantes sobre as tecnologias utilizadas para a confecção do modelo, como também suas aplicações e padronizações. Para que possa o leitor se fundamentar, e se embasar nas argumentações citadas.

Para entender melhor sobre essas tecnologias, inicia-se falando sobre algumas linguagens de programação utilizadas para o desenvolvimento deste modelo que será voltado para a Internet.

2.1. COMÉRCIO ELETRÔNICO

De acordo com Albertin (2002, p. 15), o comércio eletrônico (CE) é a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico, por meio da aplicação intensa das tecnologias de comunicação e de informação, atendendo aos objetivos de negócio. Os processos podem ser realizados de forma completa ou parcial, incluindo as transações negócio-a-negócio, negócio-a-consumidor e intra-organizacional, numa infraestrutura predominantemente pública de fácil e livre acesso e baixo custo.

Albertin (2002, p.15) apud Cameron (1997) define que CE inclui qualquer negócio transacionado eletronicamente, em que essas transações ocorrem entre dois parceiros de negócio ou entre um negócio e seus clientes.

Segundo Albertin (2002, p. 15) apud Kalakota e Whinston (1997), dependendo de para quem se pergunte, CE pode ter definições diferentes:

- De uma perspectiva de comunicações, o CE é a entrega de informações, produtos/serviços, ou pagamentos por meio de linhas de telefone, redes de computadores ou qualquer outro meio eletrônico;
- De uma perspectiva de processo de negócio, o CE é a aplicação de tecnologia para a automação de transações de negócio e fluxos de dados;
- De uma perspectiva de serviço, o CE é uma ferramenta que endereça o desejo das empresas, consumidores e gerência para cortar custos de serviços, enquanto melhora a qualidade das mercadorias e aumenta a velocidade da entrega do serviço;

- De uma perspectiva on-line, o CE provê a capacidade de comprar e vender produtos e informações na Internet e em outros serviços on-line
- Ou ainda, o CE pode ser definido como a compra e a venda de informações, produtos e serviços por meio de redes de computadores.

2.2. HTML

De acordo com Brogden e Minnick(2002), HTML (linguagem de marcação de hipertexto), como o nome elucida, é utilizada para a criação de documentos hipertexto para a WEB. Através do HTML pode-se mostrar e organizar as informações na Internet. A função do hipertexto é facilitar a navegação não-linear entre documentos. Um documento de hipertexto contém links ativos, ou ponteiros, para outras fontes de informações. Isso quer dizer que, com alguns cliks pode-se navegar entre diferentes fontes de informações HTML/SERVIDOR, permitindo a troca de informações ponto a ponto em qualquer parte do mundo

Quando se fala de hipertexto, a fonte de informação é texto. Hipermídia é uma extensão do hipertexto, e inclui acesso a outras fontes de informações, incluindo imagens, vídeos, som e multimídia que podem ser incorporados a HTML.

Um arquivo HTML nada mais é do que texto simples, mais tags de informação.

- Tags, são instruções dispostas entre os sinais "<" e ">".

- Os tags de formatação especificam como o arquivo deve ser exibido por leitores especiais chamados browsers.

- Pode-se editar um arquivo HTML em um programa específico para edição HTML, ou até mesmo no bloco de notas do Windows. As extensões mais comuns são: ".htm" ou ".html".

1998 pela World Wide Web Consortium (w3c), linguagem que veio para dar continuidade a HTML. Na verdade ela foi criada para corrigir algumas deficiências da HTML. A XML não veio substituí-la, até porque enquanto a HTML tem um conjunto de TAG a XML não contém TAG alguma. Em vez disso a XML dá a habilidade de criar linguagens de marcação que realmente satisfaçam para a aplicação específica.

Segundo Brogden e Minnick (2002), a finalidade da XML é tornar possível separar os dados em um documento do código que especifica como os dados deverão ser mostrados, para tornar fácil extrair dados programaticamente.

Estrutura de uma página HTML

```
< HTML>
  < HEAD>
    < TITLE> titulo da página </TITLE>
  < HEAD>
  </BODY>
</HTML>
```

Figura 1

Exemplo extraído do livro Guia do desenvolvedor Java, Brogden e Minnick(2002)

* Significado dos tags principais;

- HTML – Determina a extensão do documento HTML,
- /HTML – Determina o fim (fechamento) do HTML,
- HEAD – “CABEÇALHO”, Área onde são colocadas informações adicionais sobre a página,
- TITLE – “TÍTULO”, Define o título da página,
- BODY – “CORPO”, Define o conceito a ser exibido.

OBS: É preciso salvar no editor de texto com a extensão htm ou html, feito isso, poderá ser visualizada em um navegador.

2.3. XML

XML significa, Extensible Markup Language (Linguagem de Marcação Extensível), e foi publicada em 1998 pela World Web Consortium (wwc), linguagem que veio para dar continuidade a HTML. Na verdade ela foi criada para corrigir alguma deficiência da HTML. A XML não veio substituí-la, até porque enquanto a HTML tem um conjunto de TAG a XML não contém TAG alguma. Em vez disso a XML dá a habilidade de criar linguagens de marcação que realmente satisfaçam para a aplicação específica.

Segundo Brogden e Minnick (2002), a finalidade da XML é tornar possível separar os dados em um documento de código que especifica como os dados deverão ser mostrados, para tornar fácil extrair dados programaticamente.

XML pode ser disponível tanto no lado cliente como no lado servidor. No lado cliente XML permite um nível de apresentação de dados personalizados que é muito difícil ou impossível de se conseguir usando HTML, por exemplo: dispositivos habilitados para a web, como os computadores de mão (PDAS), ou telefones celulares, requerem que as páginas sejam formatadas de maneira diferente daquela usada nos navegadores padrão web. A maneira típica para se exibir um site nos dispositivos de tela pequena tem sido criar uma versão totalmente diferente do site. No entanto, usando dados estruturados em documentos XML, os dados ficam separados da formatação, e tudo o que você tem que fazer para personalizar a exibição do seu site em diferentes tipos de dispositivos é aplicar aos dados uma folha de estilo diferente.

No lado servidor são os sistemas de mensagens. Esses sistemas consistem no intercâmbio de dados entre aplicativos ou computadores. Para que os aplicativos, os computadores e as empresas compartilhem as informações, eles devem escolher o formato de mensagem.

Exemplo de uma aplicação XML

```
<?xml version="1.0" encoding="ISO-8859-1" ?>
<Grafo>
  <Vertices>
    <Vertice>
      <Nome>Natal</Nome>
      <Linha>685</Linha>
      <Coluna>214</Coluna>
      <Tamanho>3</Tamanho>
      <TamPincel>3</TamPincel>
      <Numero>1</Numero>
      <Cor>clBlack</Cor>
      <Informacoes>Cidade NATAL</Informacoes>
    </Vertice>
  </Vertices>
</Grafo>
```

Figura 2 - Exemplo extraído de Brogden e Minnick (2002).

2.4. ASP

Segundo Mitchell e Atkison (2000), as Active Server Pages (ASP), são a solução da Microsoft para criar páginas da web dinâmicas. Com a explosão da Internet e da world wide

web em nossas vidas cotidianas, a criação de site da web está rapidamente tornando-se um dos setores de mais rápido crescimento.

Nos primeiros dias da world wide web, o projeto de site da web consistia principalmente em criar páginas da web fáceis de ler com imagens gráficas, sofisticadas e designs arrojados. Como os sites da web atuais tornaram o usuário interativo, os passos no projeto de site da web mudaram. Embora criar um site da web de aparência agradável ainda seja importante, o foco principal mudou do projeto gráfico para o projeto programático. Por exemplo, imagine que você quisesse criar um site da web no qual pudesse vender seus produtos. O projeto programático, criar as páginas da web que coletarão e armazenarão informações coletadas do usuário, por exemplo, é mais importante que decidir que cor de fundo utilizar.

Explore as active Server Pages, se precisar construir um site da web dinâmico, um site que possa interagir com os usuários, as Active Server Pages são soluções fácil de usar.

Estrutura de uma página ASP

```
<%@ Language=VBScript%>
<% Option Explicit%>
<HTML>
  <BODY>
    I can count to one hundred!
    <%
      Dim icount
      For icount = 1 to 100
        Response.Write "<BR>"
        Response.Write icount
      Next
    %>
  </BODY>
</HTML>
```

Figura 3 - Exemplo extraído de Mitchell e Atkinson (2000)

2.4.1. Como rodar ASP

De acordo com Mitchell e Atkinson (2000), para rodar páginas ASP em seu computador, é preciso estar executando um servidor da web. A Microsoft disponibiliza produtos que permitem executar um servidor da web tanto no Windows 95 como no 98, além

de no Windows NT e no Windows 2000. Se não tiver um servidor da web instalado que pode tratar páginas ASP, quando precisar solicitar uma página ASP por um navegador, recebe-se um diálogo perguntando se quer salvar o arquivo ASP em disco, por exemplo, crie um arquivo com uma extensão.asp e copie para ele o conteúdo da listagem 1.1. Em seguida, abra esse arquivo em seu navegador de escolha, Você vê um diálogo perguntando se quer salvar o arquivo em disco.

Lembre-se de que um servidor da web capaz de tratar páginas ASP processa a página ASP solicitada antes de ela ser enviada para o cliente. Durante esse processo duas coisas ocorrem:

1 – O código programático no ASP é interpretado pelo servidor da web.

2- O servidor da web informa o navegador que está enviando as informações de html, em que ponto o servidor da web envia a saída da página ASP. O navegador, recebendo esse código de html cru, renderiza-a para o usuário.

Se não tiver um servidor da web instalado, porém, e tentar visualizar uma página ASP em seu navegador, o segundo passo não é realizado. Isto é, o navegador não é informado de que a página ASP contém código de html. O navegador não sabe o que fazer com um arquivo.asp e tenta ver se quaisquer outros programas sabem o que fazer com um arquivo.asp. Se houver um programa instalado em seu computador que tem a extensão de arquivo.asp associada a ele próprio, esse programa é carregado, por exemplo, tanto VisualInterdev como o Microsoft FrontPage se associam a extensão.asp. Se você tiver um desses programas instalados em seu computador e tentar visualizar uma página ASP por seu computador antes de instalar um servidor da web, o visual InterDev ou o FrontPage é carregado automaticamente. Se entretanto, não houver programas instalados em seu computador que se associam a extensão de arquivo.asp, então você recebe o diálogo. Depois de instalar um servidor da web, você será capaz de visualizar páginas ASP pelo seu computador.

2.5. EVOLUÇÃO DAS TECNOLOGIAS DE CONTEÚDO DINÂMICO

O conteúdo dinâmico na web é necessário por que ele exige que o servidor realize um determinado processamento para gerar uma resposta. Se o documento HTML incluir qualquer imagem, o navegador por sua vez irá submeter solicitações para os documentos de imagem também.

De acordo com Fields e Kolb (2000), a maioria dos dados fornecidos através da web hoje tem uma natureza dinâmica. Os preços mais atualizados de ações e as mais recentes notícias meteorológicas podem ser visualizados. As mensagens pessoais de e-mail de um usuário e a agenda de compromissos podem ser gerenciadas. Todos esses dados são dinâmicos por natureza, porque a informação esta baseada em constante mudança, ou porque eles devem ser personalizados para cada visualizados individual, ou ambos.

2.6. FORMAS DE PROVER CONTEÚDO DINÂMICO:

2.6.1. Server-Side JavaScript

2.6.1.1. Common Gateway Interface (CGI)

- De acordo com Fields e Kolb (2000), a linguagem PERL é uma linguagem popular para escrever programas de CGI, mas os códigos de CGI podem ser escritos em qualquer linguagem que possa ser chamada como um programa independente pelo servidor HTTP, por exemplo, um programa CGI poderia ser escrito em qualquer linguagem de criação de SCRIPTS aceita pelo sistema operacional local. Alternativamente ele poderia ser escrito em C e comprado no código de objetos nativos. Os programas de CGI poderiam até ser escrito como aplicações Java.

2.6.2. Coldfusion

- Para Fields e Kolb (2000), o coldfusion, da Allaire, fornece um conjunto de TAGS do tipo HTML que inicialmente visavam embutir consultas de banco de dados em páginas da web, mas desde então, foram estendidas para suportar uma ampla variedade de fontes de dados para geração de conteúdo dinâmico as vantagens da adoção de TAGS do tipo HTML é a existência de um único estilo consistente de sintaxe ao longo da página as TAGS Coldfusion são confortáveis para designers da web porque elas se parecem com as outras TAGS presentes no documento. O coldfusion suporta tanto as plataformas Unix quanto Microsoft Windows.

2.6.3. Active Server Pages

- Segundo Fields e Kolb (2000), ASP como é chamada, suporta múltiplas linguagens de criação de scripts, incluindo Perl Script, Script e Vbscript Perlscript é baseada em

perl, e script é baseada em Javascript, um subconjunto da linguagem de programação popular visual básica da Microsoft. A Vbscript inclui suporte para acessar componentes active, que são objetos de código compilados que podem encapsular virtualmente qualquer funcionalidade, incluindo acesso a banco de dados e manipulação de arquivos. A principal limitação da ASP é que ela só está disponível com o Internet Information Server (IIS) da Microsoft, rodando no sistema operacional Windows NT.

2.6.4. Server-Side JavaScript

- Fields e Kolb (2000) afirmam que: SSJS usa Java Script como sua linguagem de criação de scripts. O Java script é uma linguagem orientada a objetos (com base nos bastidores protótipos, ao invés das classes), com uma sintaxe do tipo C, mas embora tenha um nome similar, não é Java. SSJS é uma extensão da linguagem Javascript básica, que também é a base para a linguagem Javascript no cliente popular, usada para criar script para navegadores da web. A SSJS adiciona recursos embutidos para suporte de e-mail e banco de dados, gerenciamento de sessão e interoperabilidade com classes Java no servidor usado a tecnologia livewire da netscape. SSJS é uma linguagem compilada e é específico para servidores de http da Netscape.

2.6.5. PHP

- Personal Home Page (Home Page Personal) vem crescendo muito nos últimos anos. Este nome não é mais adequado devido a popularidade que o software adquiriu e hoje passou a se chamar apenas PHP. Assim como Javascript PHP emprega uma síntese do tipo C e fornece forte suporte para acesso de banco de dados e correspondência de padrão. Diferentemente da maioria dos outros sistemas de conteúdo dinâmico, o PHP é um produto open source. Não é um produto comercial. Ao invés disso, ele é o resultado de contribuições de uma comunidade de programadores interessados, contribuindo gratuitamente para o suporte de sua base de código. O PHP está disponível em um grande número de plataformas. É compatíveis com o Windows e com vários servidores http, como o apache, IIS da Microsoft e Netscape Enterprise Server. Fields e Kolb (2000).

2.6.6. Java Servlets

- Fields e Kolb (2000), Em 1996 a sun introduziu Servlets como pequenas aplicações baseadas em Java para adicionar funcionalidade dinâmica a servidores da web. Os servlets de Java tem um modelo de programação similar aos scripts de CGI na medida que eles recebem uma solicitação de http de um navegador da web como input e espera-se que localizem e/ou construam o conteúdo apropriado para a resposta do servidor.

Welcome to Java programming!

2.7. JAVA

Figura 4 - Exemplo de Deitel e Deitel (2001)

Segundo Deitel e Deitel (2001), JAVA é uma linguagem de programação orientada a objetos desenvolvida pela Microsystems. Modelada depois de C++, a linguagem JAVA foi projetada para ser pequena, simples e portátil a todas as plataformas e sistemas operacionais, tanto o código fonte como os binários. Esta portabilidade é obtida pelo fato da linguagem ser interpretada, ou seja, o compilador gera um código independente de máquina chamado byte-code. No momento da execução este byte-code é interpretado por uma máquina virtual instalada na máquina. Para portar JAVA para uma arquitetura hardware/s específica, basta instalar a maquina virtual (interpretador). Além de ser integrada à Internet, JAVA também é uma excelente linguagem para desenvolvimento de aplicações em geral. Dá suporte ao desenvolvimento de software em larga scala.

De acordo com Deitel e Deitel (2001), programas Java consistem em partes chamadas classes. Essas partes chamadas métodos que realizam tarefas e retornam as informações ao completarem suas tarefas. Os sistemas Java geralmente consistem em varias partes: um ambiente, a linguagem a interface de programas aplicativos (API) Java e várias bibliotecas de classes. Os programas Java normalmente passam por cinco fases para serem executados. Essas fases são: edição, compilação, carga, verificação e execução.

Amostra de um programa simples em Java: imprimindo uma linha de texto:

```
//welcome.java
//um primeiro programa em Java
public class welcome{

    public static void main(string args[])
    {
        system.out.println("welcome to java programming!");
    }
}
```

Welcome to Java programming!

Figura 4 - Exemplo de Deitel e Deitel (2001)

2.8. BANCO DE DADOS

Para Silberschatz, Korth e Sudarshan (2002), um sistema de banco de dados, é uma coleção de dados inter-relacionados e uma coleção de programas para acesso a estes dados. Essa descrição corresponde a uma empresa em particular. A meta básica de um Banco de Dados é proporcionar um ambiente conveniente e eficiente para recuperação e armazenamento de informações.

Um sistema de banco de dados é projetado para armazenar grandes volumes de informações. O gerenciamento de informações implica a definição das estruturas de armazenamento destas informações e o fornecimento de mecanismo para sua manipulação. Além disso, o sistema de banco de dados precisa proporcionar segurança ao armazenamento de informações diante de falhas do sistema ou acesso não autorizado. Se os dados são compartilhados entre diversos usuários, o sistema precisa evitar possíveis resultados anômalos.

O objetivo principal de um sistema ou banco de dados é proporcionar aos usuários uma visão abstrata de dados. Isto é, o sistema esconde determinados detalhes de como os dados são mantidos e como estão armazenados. Isto é feito por meio da definição de três níveis de abstração de dados, os quais podem ser vistos como: nível físico, nível lógico e os níveis de visão.

Sob a estrutura do banco de dados está o modelo de dados: um conjunto de ferramentas conceituais para descrição dos dados, relacionamento entre os dados, semântica

dos dados e suas restrições. Os vários modelos de dados propostos possuem três diferentes grupos: modelos lógicos orientados a objetos, modelos lógicos com base em registros e modelos físicos de dados.

Os bancos de dados mudam ao longo do tempo pela inserção e exclusão de informações. O conjunto de informações armazenadas no banco de dados em determinado momento é chamado instância do banco de dados. O projeto do banco de dados como um todo é chamado esquema. A capacidade de modificar a definição de um esquema em um nível, sem afetar a definição do esquema do nível superior, é chamada independência de dados. Existem dois níveis de independência de dados: físico e lógico. Um esquema de banco de dados é determinado por um conjunto de definições que se expressa pela linguagem de definição de dados (DDL). Os comandos DDL são compilados em um conjunto de tabelas armazenadas em um arquivo especial chamado dicionário de dados; portanto, o dicionário dos dados possui metadados.

Uma linguagem de manipulação de dados (DML), é a linguagem que habilita o acesso e manipulação dos dados ao usuário. Existem basicamente dois tipos: DMLS procedurais, que obrigam a especificação de quais dados são necessários e como obtê-los. É DMLS não procedurais, que exigem que o usuário especifique quais dados serão necessários, sem especificar como estes dados serão obtidos.

O gerenciador de informações é responsável por garantir a manutenção de estados consistentes (correção), a despeito de falhas no sistema. O gerenciador de transações também garante que transações concorrentes sejam executadas sem conflito.

O gerenciador de memória é um módulo de programa que proporciona a interface entre o armazenamento dos dados em baixo nível e os programas de aplicação e consulta. O gerenciador de memória é responsável pela interação com os dados armazenados em disco.

2.9. SQL

As linguagens formais proporcionam uma notação concisa para a representação de consultas. Os sistemas de banco de dados comerciais precisam de uma linguagem de consulta mais fácil para o usuário. A SQL usa uma combinação de construtores em álgebra e cálculo relacional.

Segundo SilBerschatz, Korth, Sudarshan (1999), a versão original de SQL foi desenvolvida pela IBM no laboratório de pesquisa de San José (hoje o centro de pesquisa Almaden). Essa linguagem, originalmente chamada de Sequel, foi implementada como parte

do projeto do sistema R no início dos anos 70. Desde então, evoluiu e seu nome foi mudado para SQL (linguagem de consulta estruturada). É grande número de produtos que hoje dão suporte a linguagem SQL.

2.10. FLASH

De acordo com Bugay e Bugay (1999), o Flash é um software de autoria com enormes possibilidades para criar animações atraentes e interativas para páginas web, logos animados, controles de navegação, animações de formatos longos ou sites inteiramente feitos no flash sem qualquer script. É um editor de imagens vetoriais que incorpora som e animação, gerando um arquivo compacto e facilitando o downloading pelo usuário.

O Flash exporta arquivos comprimidos denominados filmes shockwave flash. Para visualizá-los, crie um documento html que chame o filme, carregue-o em um servidor web e use um navegador equipado com o shockwave flash player. Esse está incluído no flash e também está disponível gratuitamente para downloading no site da macromedia.

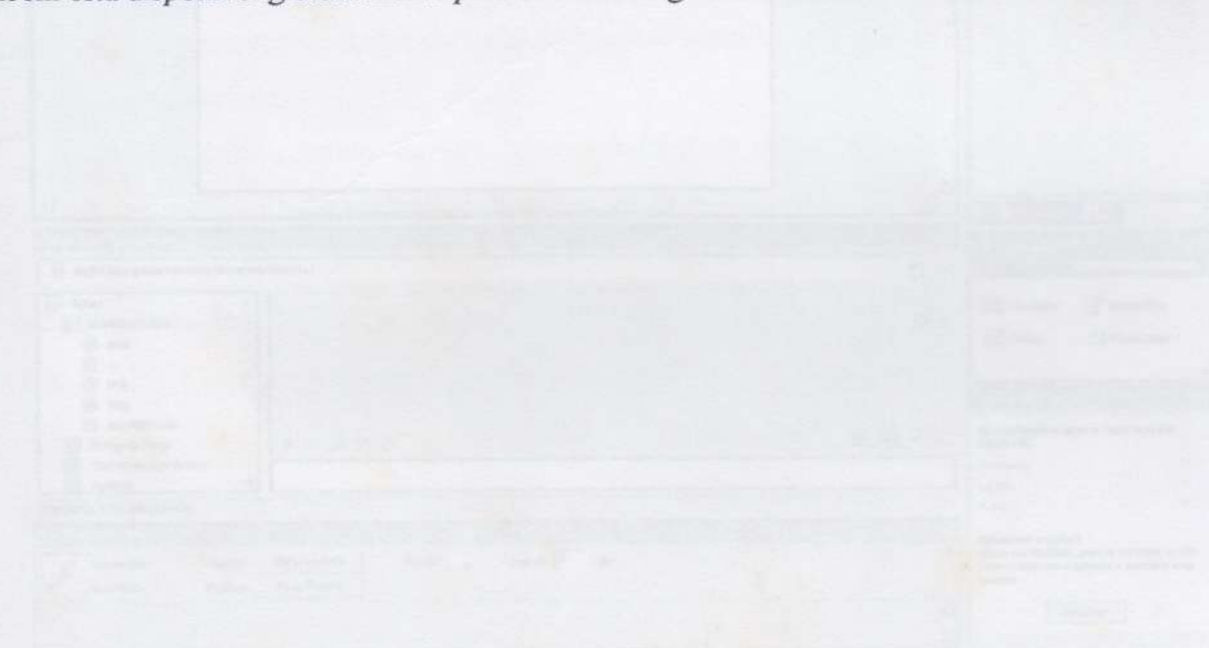


Figura 3 - Exemplo extraído da interface do flash-MX

Na figura 5 temos um exemplo de uma estrutura de uma interface do flash. O flash é um aplicativo muito rico para se trabalhar a parte de animação, entre elas gifs animados, apresentar fotos com movimentos e estruturas de aplicações baseados na web.

Estrutura de uma interface do Flash

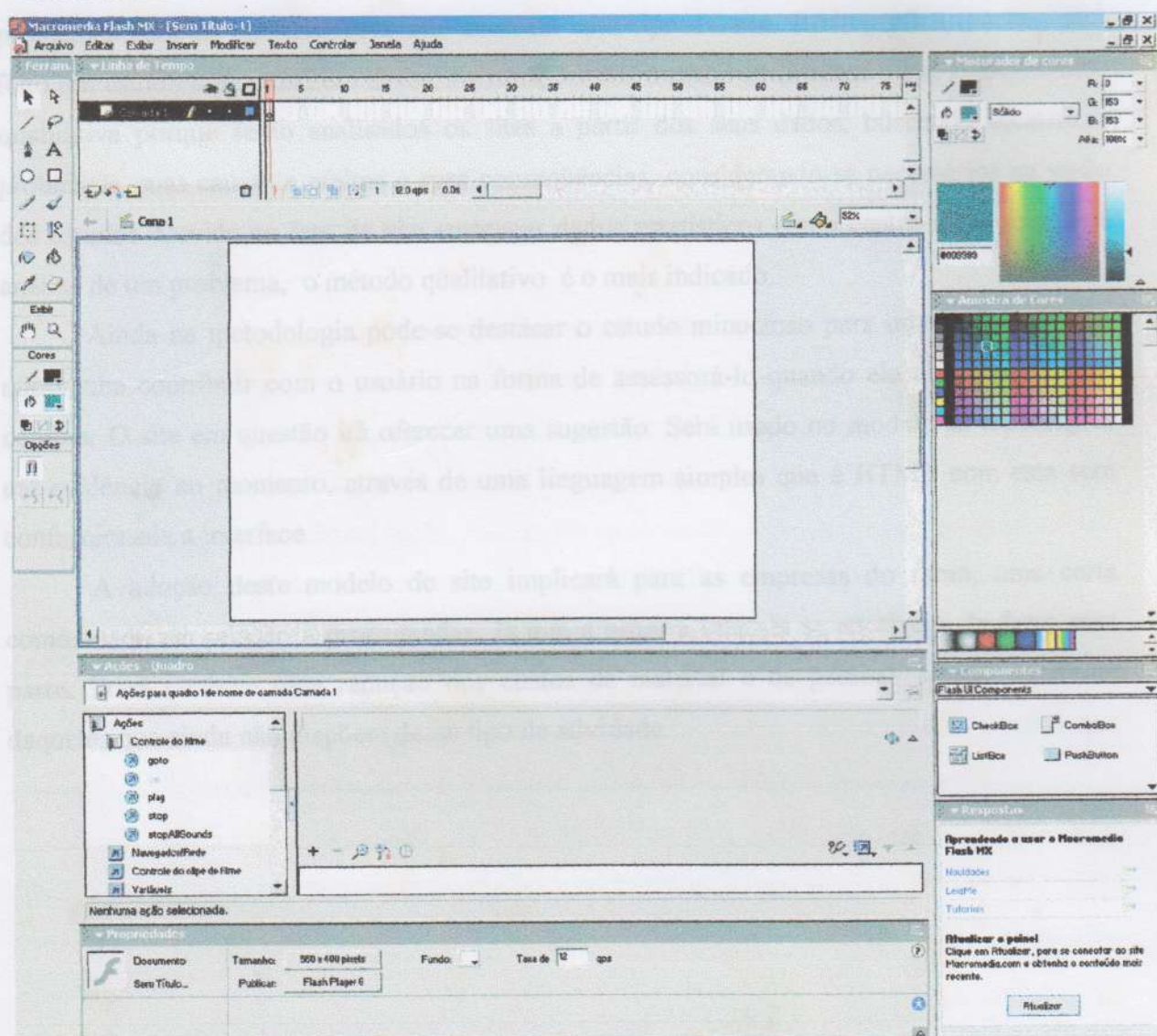


Figura 5 - Exemplo extraído da interface do flash-MX.

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada nesse trabalho será a aplicada, bibliográfica e exploratória-qualitativa. Aplicada porque visa aplicar o resultado dos estudos de sites de lojas de material esportivo, visando a solução de problemas freqüentemente encontrados naqueles sites. O mais freqüente é a falta de informações dos produtos expostos. Isso tem gerado inúmeros problemas para os consumidores que acessam esse tipo de site. Bibliográfica, porque será feito um estudo minucioso em livros, revistas, Jornais trechos da Internet e etc. Exploratório-qualitativa porque serão analisados os sites a partir dos seus dados, buscando identificar problemas, suas causas e efeitos e suas conseqüências, considerando-se necessários na visão dos estudos. Devido ao fato de não empregar dados estatísticos como centro do processo de análise de um problema, o método qualitativo é o mais indicado.

Ainda na metodologia pode-se destacar o estudo minucioso para um modelo de site que venha contribuir com o usuário na forma de assessorá-lo quando ele vier efetuar uma compra. O site em questão irá oferecer uma sugestão. Será usado no modelo as tecnologias em evidência no momento, através de uma linguagem simples que é HTML com esta será confeccionada a interface.

A adoção deste modelo de site implicará para as empresas do ramo, uma certa comodidade em relação a propagandas. Já que a própria Internet se encarrega de fazer essa parte. Trará também uma redução nos custos de material e de pessoal, saindo na frente daqueles que ainda não dispõem desse tipo de atividade.

Por fim, encontra-se a tela de sugestão de site, onde o cliente realiza buscas de produtos que quer comprar, ele faz uma busca no banco de dados através dos dados que o cliente fornecer e o site indica o produto para o cliente.

4.2. MANUTENÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO SITE

A manutenção do site será feita da seguinte forma: as informações contidas na página principal, tipo: notícias, eventos, compromissos, notícias, produtos e as pesquisas serão feitas de forma dinâmica. Exemplo: com a utilização de scripts dinâmicos. Em relação a manutenção de caráter estrutural do site, tipo, lay-out e diagramação, serão feitas através de uma empresa especializada em desenvolver site.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

A análise dos resultados dessa monografia baseia-se nos seguintes fatos: O cliente (usuário), que acessa a internet para fazer uma compra merece toda a atenção e respeito que ele tem em uma loja física. A especificação colocada nos produtos de forma clara e legível é de suma importância para a satisfação do mesmo.

O fato do site poder auxiliar o cliente na hora da compra pode melhorar e muito a sua familiarização com o site. Já que a maioria das pessoas acessam um site para comprar, são muito indecisas, isso só vem ganhar pontos e a confiança do consumidor.

4.1. SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SITE

Os serviços oferecidos por este site têm um objetivo muito simples e ao mesmo tempo muito valioso, que é a satisfação do cliente. Na página principal o usuário tem acesso as informações de torneios e campeonatos do estado, informações estas que são fornecidas pelas federações, pode ter ainda acesso a informações da empresa, essas informações ficam bem expostas para que o cliente tenha uma noção da seriedade e do compromisso da empresa.

Ainda tem uma tela aonde o usuário pode verificar qual o diferencial da empresa, continuando a viagem pelo site pode-se encontrar uma tela de parcerias que são as empresas fornecedoras da loja, passando ainda pela tela que é o carro chefe deste site que é a tela de material esportivo, nessa tela o cliente tem todas as informações necessárias do produto que deseja adquirir, desde a confecção até a matéria prima e a tecnologia usada no produto.

E por fim, encontra-se a tela de sugestão do site, nessa tela caso o cliente tenha dúvidas do produto que quer comprar, ela faz uma busca no banco de dados através dos dados que o cliente fornecer e o site indica o produto para o cliente.

4.2. MANUTENÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO SITE

A manutenção do site será feita da seguinte forma: as informações contidas na página principal, tipo: notícias, eventos, campeonatos, destaques, produtos e as enquetes, serão feitos de forma dinâmica. Exemplo: com a utilização de scripts dinâmicos. Em relação a manutenção de caráter estrutural do site, tipo, lay-out e diagramação, serão feitas através de uma empresa especializada em desenvolver site.

4.3. DIFICULDADES ENCONTRADAS PARA A CONFECÇÃO DESTE SITE

A maior dificuldade encontrada para a confecção deste site se deu por parte das empresas fornecedoras dos produtos da loja. Foram feitas várias tentativas de contatos através de e-mails e via telefone com estas empresas. A maior curiosidade é que, mesmo sabendo que o assunto interessaria também à elas não houve o menor interesse por parte dessas empresas; inclusive pode-se até afirmar que houve um descaso muito grande para quem tem um nome tão forte em todo o mundo.

Mas como o objetivo era fazer esta monografia, continuou-se em busca de informações que fossem substanciais para a confecção deste site. É bem verdade que as dificuldades foram muitas, chegando muitas vezes até a desencorajar o autor; mas estas dificuldades foram vencidas e chegou-se ao objetivo.

4.4. RAZÕES PELA QUAL UM CLIENTE DEVE ACESSAR ESTE SITE

Por uma razão de comodidade, praticidade, interatividade e por conter especificações técnicas e detalhadas do produto, o cliente deve acessar este site. Como este site tem uma grande preocupação em atender bem ao cliente, isso faz com que o cliente sinta-se a vontade e familiarizado com o mesmo.

Os serviços oferecidos pelo site têm como objetivo de fidelizar o cliente fazendo com que seja cada vez mais forte o lema: A satisfação do cliente é a nossa grande preocupação.

4.5. MODELO DE SITE PROPOSTO

Será apresentado a seguir, o modelo de site para material esportivo proposto para que lojas de esportes possam implementá-lo na web, e com isso, consigam vender seus produtos, oferecendo mais conforto e comodidade para os clientes.

Figura 6 – Interface principal do site

Esta é a figura número 6 é nela que está contida a interface principal do site, a partir dela o usuário pode ter acesso a todo o conteúdo do site. No lado esquerdo encontra-se o menu principal, esse menu mostra o caminho a percorrer em busca da informação desejada. No centro, o usuário pode se informar acerca de assuntos e curiosidades relacionadas ao esporte de sua cidade.



Figura 6 – Interface principal do site.

Na figura 7 temos a interface de acesso aos materiais esportivos, a tela contém todos os produtos expostos no site onde o usuário pode clicar no produto desejado para passar para a próxima tela.



Figura 7 – Interface de acesso aos materiais esportivos em geral.

Na figura 9, pode-se ver a interface de acesso as informações técnicas e específicas do produto, é nela que o usuário sabe qual o tipo de tecnologia usada no produto, de que ele é feito, para que serve, em resumo, tudo que o cliente quiser saber sobre um produto esta é a interface.



Figura 9 – Interface de acesso ao produto com as devidas especificações.

Figura 10 – Interface de acesso ao produto ideal.

Esta é a interface que mostra a figura 10, onde o usuário tem acesso ao produto ideal. É aqui que deve acessar o cliente que entra no site sem saber muito bem o que quer comprar, porque ele preenche os campos com os seus dados e o site vai fazer uma busca no seu banco de dados e indica o produto ideal para o cliente.

MultiSport's - O Portal do Esportista - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.multisports.com.br> Ir Links

MULTISPORT'S
A Sua Loja de Material Esportivo

PRINCIPAL :: FALE CONOSCO

Principal
Empresa
Diferencial
Parcerias
Notícias
Material Esportivo
Colunistas
Mural
Galeria de Fotos
Links
Fale Conosco

patrocinadores

W
PENALTY
Kappa
opoio
NIKE
Reabok
Mizuno

PRODUTO IDEAL

O PRODUTO IDEAL

Verifique aqui o melhor produto para seu perfil

Nome:

E-mail:

Peso: Altura: Idade:

Esporte:

ENVIAR Redefinir

Figura 10 – Interface de acesso ao produto ideal.

5. CONCLUSÃO

Este trabalho de monografia mostra de uma forma objetiva e eficiente como deve ser um site de uma loja de material esportivo. Aproveitando as falhas deixadas por aqueles que trabalham com este tipo de site. A idéia é partir do simples objetivo que é a necessidade e a satisfação do cliente.

Pôde-se constatar que as empresas que confeccionam os sites dessa natureza não estão preocupadas com o usuário final, ou seja, aquele que vai acessar o site. Os sites em questão deixam muito a desejar; não trazem informações dos produtos, não tem muita interatividade com o cliente e nem tão pouco informam o que realmente se destinam.

Acredita-se que talvez por falta de informações ou até mesmo por falta de preparação dessas empresas, sejam esses os grandes problemas encontrados pelas mesmas, causando assim uma insatisfação muito grande por parte dos clientes. Isso vem gerar também outro problema que é a futura desativação desses sites.

Através de algumas interfaces apresentadas em anexo, é apresentado como um cliente pode acessar um site, ver o produto que deseja comprar e obter todas as informações possíveis que um produto pode oferecer, sem contar que neste mesmo site o cliente pode fornecer seus dados, tipo: idade, altura, peso e o tipo de esporte que pratica. Daí, o site indica qual o produto que o cliente deverá comprar. Esta é apenas uma dica fornecida pelo site para orientar aqueles clientes que tem dúvidas para realizar uma compra.

Espera-se que a partir desse protótipo, outros desenvolvedores possam dar mais importância as informações aqui detalhadas nessa monografia, e com isso, modelar sites com melhores usabilidades, facilitando a venda do produto pela Internet, e conseqüentemente, propiciando mais comodidade ao cliente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTIN, A.L. **Comércio Eletrônico**. Modelo, Aspectos e contribuições de sua Aplicação. 4 ed. Editora Atlas S.A. São Paulo. 2002

BUGAY, E.L; BUGAY, L. **Conhecendo o Flash 4**. Visual Books Editora. São Paulo. 1999

BROGDEN, B; MINNICK, C. **Guia do desenvolvedor Java**, e-commerce com Java.xml.jsp. Makron Books do Brasil. São Paulo. 2002

CERVO, A.L; BERVIAN, P A. **Metodologia Científica**. 4.ed. Makron Books do Brasil. São Paulo. 1996

DEITEL, H.M; DEITEL, P.J. **Java como programar**. 3 ed. Bookman. Porto Alegre. 2001

FILDS, D.K; KOLB, M.A. **Desenvolvendo na web com java server pages**. Ciência Moderna ltda. São Paulo. 2000

LIMA, M.R.S; NIQUE, M.W. **As dimensões da satisfação dos consumidores no ambiente virtual**. Uma avaliação no varejo. Enanpad. 2002

MITCHELL, S; ATKINSON, J. **Aprenda em 21 dias – ASP – Active Server Pages**. Editora Campos. RJ. 2000

OLIVEIRA, S.L. **Tratado de metodologia científica**. 1.ed. Editora Pioneira. São Paulo. 1998

SILBERSCHATZ., A; KORTH, H.F; SUDARSHAN, S. **Sistema de Banco de Dados**. 3.ed. Makron Books do Brasil. São Paulo. 1999

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

CASAS, L.L.A. **Administração de vendas**. 5 ed. São Paulo, Editora Atlas. 1999.

SHAPIRO, P.B, SVIOKLA, J.J. **Mantendo clientes**. São Paulo: Makron Books. 1995.

STERN, J. **Serviço ao cliente na Internet**: São Paulo. Makron Books. 2001.

WHITELEY, R. **A empresa totalmente voltada para o cliente**. 18.Ed. São Paulo: Editora Campus, 1992.