CURSODEIA.ONLINE / GUIA PRÁTICO

Sites com inteligência artificial

PARA NEGÓCIOS LOCAIS



Do primeiro briefing ao site publicado.
Da proposta à entrega do seu serviço.

André Costa

30 capítulos • 9 apêndices • Edição ilustrada 01

Seu primeiro projeto começa aqui.

Um guia para estudar, praticar e consultar. Acompanhe o exemplo fictício da Verde Perto Jardinagem e construa uma entrega pequena, verificável e organizada.

Esta edição é um livro digital independente. Não exige acesso a uma plataforma de aulas e não inclui certificado. Os exercícios são propostas de prática; os modelos dos apêndices são materiais estáticos para copiar ou imprimir.

Autor: André Costa
Contato editorial: contato@cursodeia.online
Atendimento: suporte@cursodeia.online

Primeira edição ilustrada - revisão editorial de 12 de outubro de 2026.

Esta apostila foi escrita para quem quer começar a prestar serviços de criação de sites e ainda não domina programação ou inteligência artificial. Você aprenderá a transformar informações de um negócio em um site útil, apresentar uma proposta, organizar a execução e entregar um serviço que consiga manter.

Seu primeiro objetivo é concluir uma entrega pequena com qualidade. Ganhar dinheiro exige também encontrar clientes, negociar, controlar custos e cumprir o que foi vendido. Os valores e os negócios apresentados são exemplos didáticos; não representam preços de mercado comprovados nem garantias de renda.

Como estudar e usar os materiais

Leia os capítulos na ordem e mantenha uma pasta de projeto. Ao terminar uma atividade, salve o resultado: ele será usado na próxima etapa. Os apêndices trazem modelos para copiar e preencher em um editor de texto, além de instruções para copiar em um assistente de IA. Substitua os campos entre colchetes antes de usá-los.

A rota principal será um **site estático de apresentação**, criado com apoio de IA em arquivos simples e publicado por upload. Ele mostra serviços e encaminha contatos; não processa pagamentos nem oferece login. Você não precisa memorizar código, mas precisa aprender a guardar arquivos, abrir a prévia e verificar o resultado. Quando houver uma necessidade de edição frequente pelo cliente, compare essa rota com um construtor visual ou um sistema de conteúdo antes de fechar o orçamento.

O negócio que acompanha a leitura é a **Verde Perto Jardinagem**, inteiramente fictício. Para o exercício, ele atende residências no também fictício município de Vila Aurora, oferece manutenção de jardins, poda de arbustos e organização de canteiros, trabalha com visitas agendadas e recebe pedidos de orçamento por WhatsApp. Não oferece emergência, poda de árvores de grande porte ou venda de plantas. Nenhum número de telefone, endereço ou depoimento real será inventado para essa empresa.

Algumas atividades usam `[WHATSAPP_VALIDADO]`, `[DOMINIO_DO_CLIENTE]` ou `[FOTO_AUTORIZADA]`. Esses campos são deliberados: em uma demonstração, identifique o contato como indisponível; em um projeto real, obtenha a informação aprovada e teste-a antes de publicar.

Seu mapa de estudo

Capítulo 1 - O negócio de criar sites para empresas locais 6

Capítulo 2 - Fundamentos de internet e sites para quem está começando 8

Capítulo 3 - Inteligência artificial aplicada à criação de sites 10

Capítulo 4 - Montar um ambiente simples de trabalho 12

Capítulo 5 - Escolher um nicho e investigar necessidades reais 15

Capítulo 6 - Criar uma oferta clara e executável 17

Capítulo 7 - Calcular preço, custos e capacidade de atendimento 19

Capítulo 8 - Fazer o briefing e reunir os materiais 22

Capítulo 9 - Planejar páginas, seções e navegação 24

Capítulo 10 - Escrever textos comerciais com apoio de IA 26

Capítulo 11 - Criar uma direção visual profissional 29

Capítulo 12 - Criar a primeira versão com inteligência artificial 31

Capítulo 13 - Entender e corrigir o resultado gerado 33

Capítulo 14 - Fazer o site funcionar bem no celular 35

Capítulo 15 - Configurar contatos e recursos do negócio 37

Capítulo 16 - Acessibilidade, desempenho e qualidade 39

Capítulo 17 - Preparar o site para buscas locais 41

Capítulo 18 - Privacidade, segurança e direitos de uso 43

Capítulo 19 - Publicar com domínio próprio 45

Capítulo 20 - Construir um portfólio honesto e útil 49

Capítulo 21 - Prospectar negócios locais com método 51

Capítulo 22 - Conduzir a conversa de diagnóstico e apresentar a proposta 53

Capítulo 23 - Formalizar, receber e organizar o início 55

Capítulo 24 - Apresentar, revisar e entregar o projeto 57

Capítulo 25 - Oferecer manutenção e acompanhamento 60

Capítulo 26 - Padronizar a produção sem perder qualidade 62

Capítulo 27 - Planejar os primeiros ciclos de venda e produção 64

Capítulo 28 - Projeto guiado: site completo para um negócio local 67

Capítulo 29 - Adaptar o processo a diferentes negócios 72

Capítulo 30 - Aprofundamentos depois da primeira entrega 74

Apêndice A - Glossário ilustrado para iniciantes 76

Apêndice B - Questionário de briefing 79

Apêndice C - Biblioteca de instruções para IA 81

Apêndice D - Modelos de planejamento e controle financeiro 84

Apêndice E - Materiais comerciais 87

Apêndice F - Checklists de produção e publicação 90

Apêndice G - Kit de entrega ao cliente 92

Apêndice H - Solução de problemas frequentes 94

Apêndice I - Projeto final e critérios de avaliação 96

Parte I - Entender o serviço e preparar o trabalho



Entenda o negócio, a informação e a ação que o site precisa facilitar.



CAPÍTULO 01 / GUIA DE PRÁTICA

Capítulo 1 - O negócio de criar sites para empresas locais



Fotografia ilustrativa: Anna Shvets / Pexels.

Objetivo: entender o serviço que você está oferecendo e definir uma primeira entrega viável.



Uma página útil responde quem atende, o que faz e como entrar em contato.

1.1 O que você venderá ao cliente

1.1.1 Apresentação, contato e confiança. Pense em alguém que recebeu uma indicação de jardineiro. Antes de escrever uma mensagem, essa pessoa quer saber quais serviços ele realiza, onde atende e como pedir orçamento. Um site organizado responde a essas perguntas em um endereço que o negócio pode divulgar.

1.1.2 Páginas e necessidades. O trabalho começa com uma pergunta: “O que o visitante precisa conseguir fazer?”. Na Verde Perto, a resposta é entender os serviços e solicitar uma visita. Isso orienta textos, imagens e botões. Criar dez páginas sem melhorar esse caminho só aumenta o trabalho.

1.1.3 Limites do site. Uma apresentação clara pode facilitar o contato, mas a venda depende de preço, demanda, qualidade do serviço e atendimento. Se ninguém responde às mensagens, o site não resolve sozinho o problema. Combine com o cliente quem atenderá e em qual horário.

1.2 Quem pode contratar esse serviço

1.2.1 Perfis de cliente. Prestadores residenciais, lojas de bairro, salões e escritórios têm necessidades diferentes. Um técnico pode precisar mostrar sua área de atendimento; uma loja, seu catálogo; um escritório, suas especialidades. Comece por um perfil cujo funcionamento você consiga compreender.

1.2.2 Situações de oportunidade. Ausência de site é um sinal para investigar, não uma prova de interesse em comprar. Um site antigo, telefone incorreto ou serviço mal explicado pode revelar uma necessidade mais concreta. Registre a observação e confirme com o responsável.

1.2.3 Quando simplificar. Uma empresa com três serviços e um único canal de contato pode funcionar bem com uma página organizada. Quando o consumidor precisa consultar muito conteúdo, várias páginas podem ajudar. Escolha a estrutura pelo uso, e explique a decisão.

1.3 Como o trabalho pode gerar receita

1.3.1 Fontes de receita. Você pode cobrar pela criação, por alterações fora da entrega inicial e por um plano de manutenção. Cada cobrança deve corresponder a uma atividade definida. Não venda manutenção como uma obrigação vaga de “cuidar de tudo”.

1.3.2 Receita, custo e resultado. Se recebe R$ 1.200 e paga R$ 200 a terceiros, restam R$ 1.000 antes de considerar seu tempo, despesas e tributos. O valor recebido não é lucro integral. Registre entradas e saídas mesmo quando o negócio ainda é pequeno.

1.3.3 O trabalho fora do editor. Conversas, coleta de materiais, revisões e suporte consomem tempo. A IA pode acelerar parte da produção, mas você continua responsável por verificar e entregar. Inclua essas etapas em sua agenda e no cálculo de preço.

1.4 A primeira meta do aluno

1.4.1 Uma demonstração verificável. Crie um exemplo em que as informações sejam coerentes e os caminhos façam sentido. Identifique-o como fictício. A demonstração deve mostrar sua capacidade de construir, sem sugerir clientes ou resultados que você não teve.

1.4.2 Uma entrega completa. Planeje um site pequeno, uma proposta e um pacote de entrega. Executar esse ciclo ensina mais sobre o serviço do que gerar várias telas sem testar ou concluir nenhuma delas.

1.4.3 Medir progresso. Conte separadamente demonstrações concluídas, conversas, propostas aceitas e valores recebidos. Uma proposta enviada ainda não é uma venda. Um site gerado ainda não é uma entrega aprovada.

Prática: escreva em cinco linhas quem você pretende atender, qual necessidade resolverá e o que incluirá na primeira oferta. **Resultado esperado:** uma descrição específica, como “site de apresentação para jardineiros, com serviços, região e pedido de orçamento”. **Erro frequente:** vender “qualquer site com IA”. **Checklist:** consigo explicar o serviço, seus limites e a próxima ação do visitante.

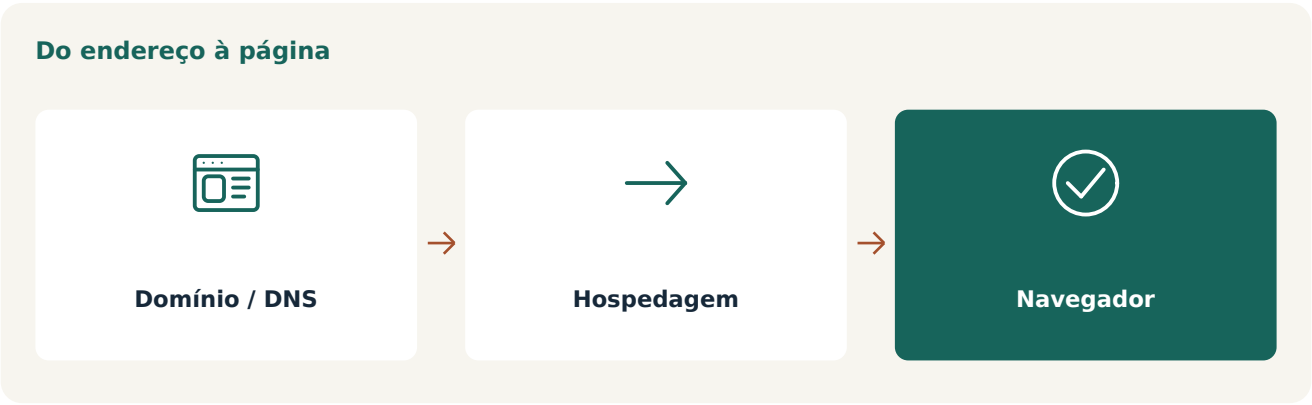
CAPÍTULO 02 / GUIA DE PRÁTICA

Capítulo 2 - Fundamentos de internet e sites para quem está começando



Fotografia ilustrativa: Skylar Kang / Pexels.

Objetivo: distinguir endereço, arquivos e hospedagem para compreender a entrega.



O endereço localiza o serviço; a hospedagem entrega arquivos ao navegador.

2.1 Como um site funciona

2.1.1 Os elementos básicos. O navegador é o programa que abre a página. O endereço indica onde encontrá-la. O servidor entrega seus arquivos. Links levam a outra página, a uma seção ou a um aplicativo. Quando um link falha, o problema pode estar no endereço ou no destino.

2.1.2 Abrir no celular. Ao acessar o site, o navegador recebe conteúdo e recursos, como imagens. Ele organiza tudo na tela. Uma página pode abrir corretamente no computador e ficar ruim no celular se sua composição não se adaptar à largura disponível.

2.2 Domínio, hospedagem e publicação

2.2.1 Nome e armazenamento. Domínio é o nome, como o endereço ilustrativo `empresa.example`. Hospedagem é o serviço que disponibiliza os arquivos. Registrar um domínio não cria automaticamente o site, e publicar arquivos não significa que o domínio já esteja conectado.

2.2.2 DNS e HTTPS. O DNS relaciona nomes a serviços na internet. O HTTPS protege a comunicação entre navegador e servidor; o certificado permite verificar a identidade do domínio nessa conexão. HTTPS não garante que o conteúdo seja verdadeiro nem substitui proteção das contas.

2.2.3 Controle das contas. Anote titular, administrador, cobrança e renovação de cada serviço. Se o domínio fica somente na conta pessoal do criador, o cliente pode depender dele para uma mudança futura. Prefira titularidade e acesso compatíveis com o acordo de prestação.

2.3 Tipos de projeto

2.3.1 Página única e várias páginas. Em uma página única, o menu pode levar a seções do mesmo documento. Em um site maior, leva a páginas distintas. Landing page é uma página orientada a uma ação específica, frequentemente usada em uma campanha.

2.3.2 Institucional, catálogo e loja. Um site institucional apresenta a empresa. Um catálogo mostra produtos e pode encaminhar uma consulta. Uma loja recebe e gerencia pedidos e pagamentos. Exibir fotos de produtos não transforma um catálogo em comércio eletrônico funcional.

2.3.3 Recursos mais complexos. Agendamento com horários disponíveis, pagamento e área de membros envolvem regras, dados e integrações. Eles exigem mais testes e suporte. Não os inclua no primeiro pacote apenas porque uma IA conseguiu desenhar suas telas.

2.4 Arquivos e conteúdo

2.4.1 Materiais da página. Textos explicam o negócio; fotos mostram o serviço; ícones ajudam a identificar ações; fontes definem a aparência das letras. Arquivos de imagem grandes podem atrasar a abertura. Documentos publicados devem estar acessíveis e ter origem autorizada.

2.4.2 HTML, CSS e JavaScript. HTML organiza o conteúdo; CSS controla aparência e disposição; JavaScript pode acrescentar interação. Para começar, reconheça esses papéis e peça alterações delimitadas à IA. A estrutura básica de HTML é explicada na documentação MDN.

2.4.3 Editáveis e versões. Guarde os arquivos que permitem alterar o projeto, além de uma cópia da versão publicada. Uma captura de tela não permite reconstruir com fidelidade todo o site. Dê nomes claros, como `v01-estrutura` e `v02-revisada`.

Prática: desenhe uma sequência com visitante, navegador, domínio, hospedagem e arquivos. Depois, marque quem controlará cada conta. **Resultado esperado:** conseguir explicar por que um domínio registrado ainda precisa de um site publicado. **Erro frequente:** confundir domínio com hospedagem. **Checklist:** sei localizar os arquivos e identificar os serviços envolvidos.