ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERÍA EN ELECTRICIDAD Y COMPUTACIÓN

Sistemas de Bases de Datos I

Tercera Evaluación - 10 de Septiembre de 2007

Nombre: Matrícula:

Primera Sección (50%)

Dada la siguiente base de datos:

Proveedor (**Nro_Proveedor**, Nombre_Proveedor, Categoría, Ciudad_Provedor)
Articulo (**Nro_Articulo**, Descripción, Ciudad_Articulo, Precio)
Cliente(**Nro_Cliente**, Nombre_Cliente, Ciudad_cliente)
Pedido (**Nro_Pedido**, Nro_Cliente, Precio_total, Fecha_Pedido)
PedidoDetalle (**Nro_Pedido, No_Item**, Nro_Articulo, Cantidad, Precio_Parcial)

Encontrar:

1. Los pedidos en los que el cliente "EF" solicita artículos no solicitados por el cliente "LM".
2. Los pedidos de los clientes que han pedido dos o más artículos distintos y que el cliente pertenezca a la ciudad de "Montalvo".
3. Listado con la cantidad de artículos producidos por ciudad.
4. ¿Cuántos artículos son pedidos en la misma ciudad que son ofrecidos?
5. ¿Cuáles son los clientes que siempre compran artículos producidos en ciudades diferentes a las de su localidad?
6. ¿Cuál es el cliente con mayor número de pedidos en el mes de Agosto/2007?
7. ¿Cuáles son los productos que no han sido pedidos en el primer semestre del 2007?

DDL

1. Escriba el código que cree un nueva tabla `Ciudad (`**`Nro_ciudad`**` integer, Nombre_Ciudad Char(50))` y además que se remplace las columnas `Ciudad_Provedor` en la tabla `Proveedor`, `Ciudad_Articulo` en la tabla `Articulo` y `Ciudad_Cliente` en la tabla `Cliente` por el Foreign Key correspondiente a `Nro_Ciudad`.

DML

2. Descuente los precios de los artículos en un 10% si son siempre pedidos por el cliente "EF" (el artículo se encuentra en todos los pedidos del cliente "EF") y un 5% sin pedidos al menos 1 vez por el cliente "LM".
3. Elimine los artículos que nunca han sido pedidos y los proveedores de dichos artículos si y sólo si no tienen más artículos asociados.

Segunda Sección (50%)

Realice el modelo conceptual (15%), el modelo lógico normalizado (15%), el código DDL (10%) y el código de DCL (10%) para los usuarios (encuestador y Administrador de Información) del siguiente modelo de negocios.

Una empresa de investigación de mercado, desarrolla seguimientos de marcas con lo cual ayuda a sus clientes a determinar el grado de penetración que ha tenido en la mente de los consumidores las marcas pertenecientes a los clientes.

El proceso comienza con un encuestador que realiza preguntas basadas en el siguiente cuestionario:

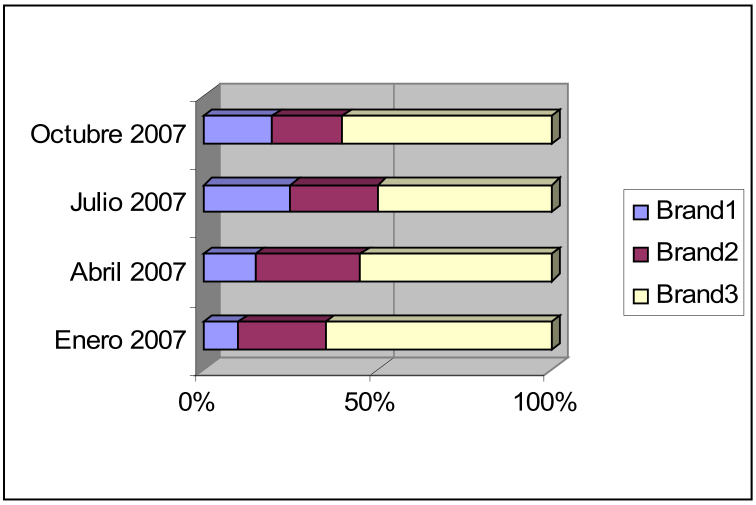
> ¿Cuál es la marca del producto AAAA? – Respuesta instantánea
> ¿Cuáles son las marcas más importantes de los productos AAA? – Jerarquía de la Marca
> ¿De las siguientes marcas: Brand1, Brand2, Brand3, como las ordenaría? – Respuesta Asistida

Las preguntas son las mismas en la mayoría de los casos pero se realiza en Zonas Habitacionales que son un conjunto de Urbanizaciones en diferentes ciudades y países.

Para hacer un seguimiento adecuado la operación debe de ser realizada a personas diferentes en las Zonas Habitacionales en 4 meses diferentes del año.

El encuestador debe indicar los rasgos de cada persona: género, edad, estado civil y ocupación.

El encuestador debe de digitar los datos recogidos en el sistema para que un administrador de información se encargue de emitir los informes.



En la figura anterior se muestra el comportamiento de una marca con respecto a la respuesta instantánea.

El encuestador solo puede leer e ingresar datos en las diferentes tablas del modelo de negocio. El Administrador de información puede tener acceso completo de modificación de los datos en todas las tablas