

150) Parciales 2015

Objetivo: Armar el modelo DER en base al siguiente enunciado.

Parte A - Aeropuerto

El aeropuerto de Ezeiza a raíz de una serie de inconvenientes en sus prestaciones de servicios ha decidido informatizar su sistema. Para eso precisa de su equipo de analistas para que modelen un Diagrama Entidad Relación

Cada aerolínea identificada por un CUIT, y Nombre presta servicios de cientos de vuelos por día. Los vuelos tienen una Fecha, un Lugar y un id. Un vuelo es ofrecido por muchas aerolíneas variando el precio y las comodidades que posea. Cada vuelo es representado por un único comité de Vuelo. Este comité gestiona las consultas y reclamos de cada vuelo, pero esta funcionalidad no nos interesa ya que cada Comité tiene su propio sistema de reclamos. Este comité tiene un único presidente, y muchos organizadores. Los organizadores pueden ser privados si es que vienen de un organismo privado y en ese caso nos interesa guardar el nombre del organismo al que pertenecen, u organizadores Gubernamentales que pueden trabajar en muchos Municipios, pero cada Municipio solo tiene un organizador dentro. *Un organizador solo pertenece a un comité de Vuelo.*

Los vuelos tienen un estado asociado que es el que se muestra en las pantallas de los salones de espera: por ejemplo, suspendido, retrasado, esperando a mejoras del clima. Los estados no son fijos, pueden ir variando y cada aerolínea define los estados de sus vuelos.

Parte B - Marketing

La empresa de marketing F&D SRL se dedica a promocionar productos a través de anuncios en su página web.

F&D SRL gestiona a través de períodos, estos tienen una fecha de inicio y una de fin y el monto invertido en el mismo por la empresa. Cada cliente contrata a la empresa para poder publicar sus anuncios por uno o varios períodos. Existen anuncios destacados y gratuidades, de las cuales se desea saber aspectos relevantes.

Cada anuncio tiene un estado para cada uno de sus períodos lo cuales pueden ser normal, con errores, entre otros. Un anuncio siempre tiene asociado el cliente quien lo publica, código del anuncio, inversión asociada y en caso de ser destacado el nivel de posicionamiento el cual solo puede asociarse uno por anuncio. El posicionamiento tiene un monto predefinido para sus distintos niveles, del nivel de posicionamiento se sabe que parte de la pantalla ocupa y el color asociado que tomarán los anuncios. Un cliente debe asociar su anuncio a un único rubro, es un requisito necesario para que la empresa pueda producir y promocionar el anuncio, pero opcionalmente puede asociarlas a una, varias o ninguna palabra clave que la empresa da a elegir. Cabe aclarar que un rubro es un conjunto de anuncios categorizados. Un cliente además de publicar puede contratar servicios adicionales para la mejora de su imagen en la web (posicionamiento en buscadores, redes sociales, diseño gráfico, etc), pero estos servicios son solo ofrecidos a los clientes Premium, los cuales pagan un adicional para tener estos beneficios. Para estos clientes Premium la empresa le designa un asesor a cada uno el cual los ayuda a tomar decisiones de su marca.