**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ**

**ФГБОУ ВО "Пензенский государственный университет"**

**Кафедра "Математическое обеспечение и применение ЭВМ"**

Отчет

по лабораторной работе №7

**«Формирование аналитических запросов»**

Выполнили:

Хамзин Х.

Суворов М.

Хусаинов И.

ст. гр. 17ВИ1

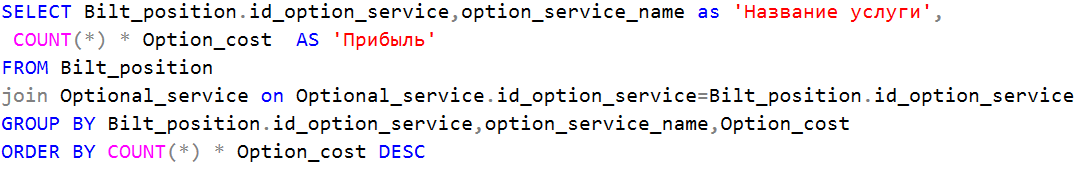
Проверил:

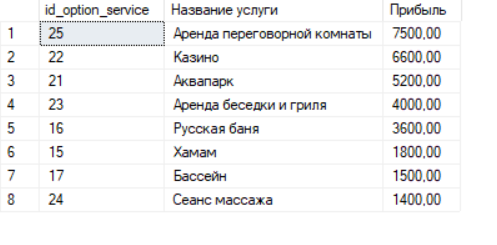
доцент Казакова И.А.

**2019**

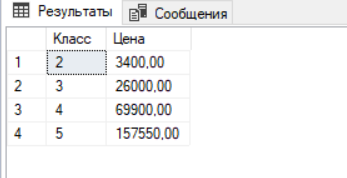
**Ход работы:**

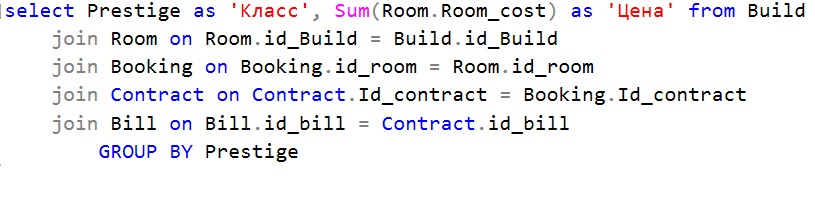
1. Запрос на выборку самых популярных доп. услуг, с количеством принесенной прибыли.



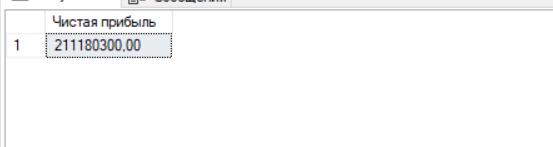


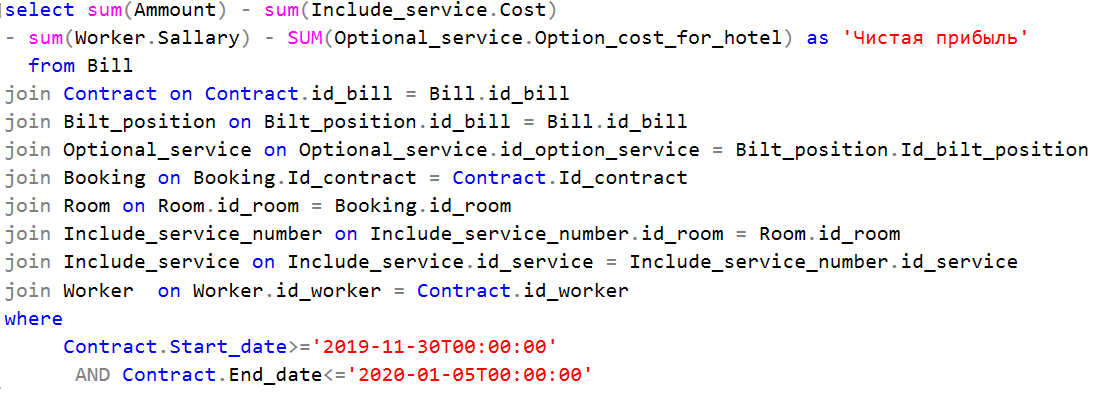
1. Запрос на полученную с номеров прибыль, сгруппированное по классам номеров



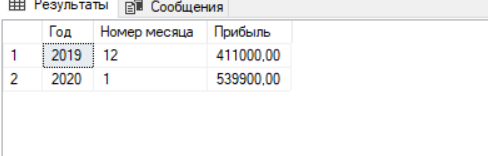


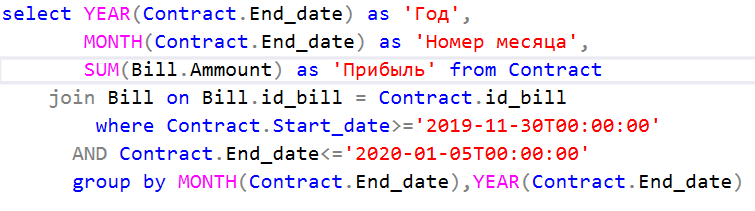
1. Чистая прибыль полученная за заданный промежуток времени. (Сумма полученная за номера + доп. услуги - зарплата рабочих - стоимость доп. услуг)



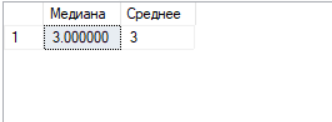


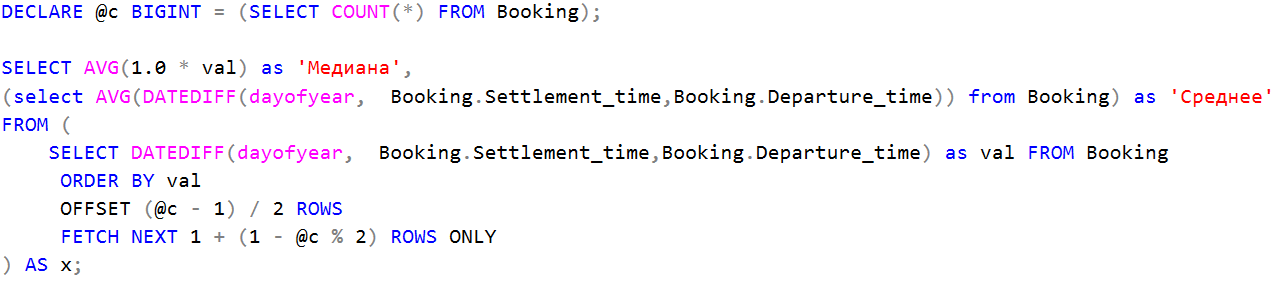
1. Выборка самых прибыльных  месяцев в данный промежуток времени с выводом полученной прибыли за месяц.



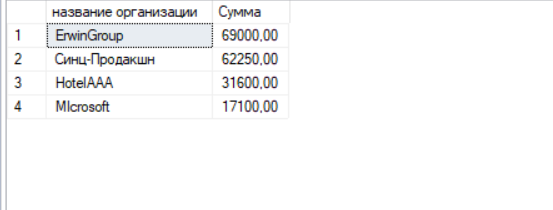


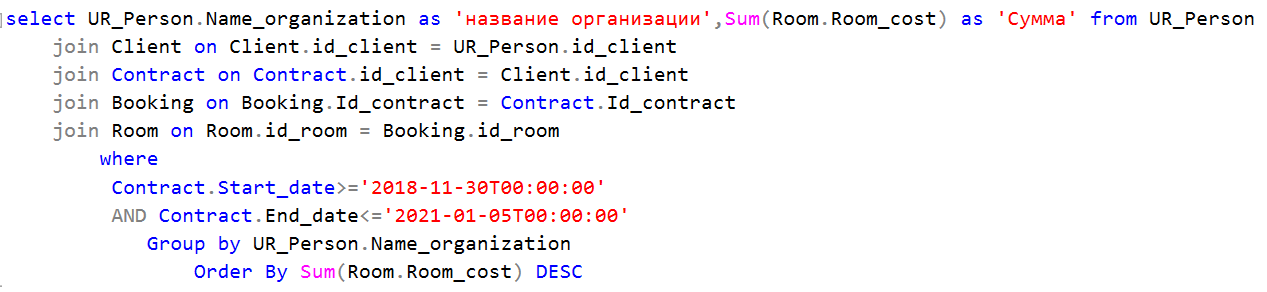
1. Выборка среднего и медианного числа дней  на которое был забронирован номер



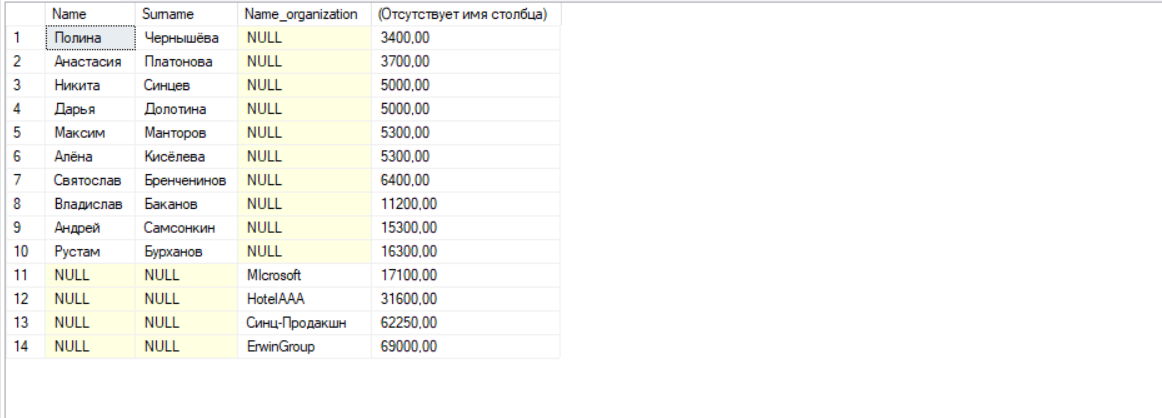


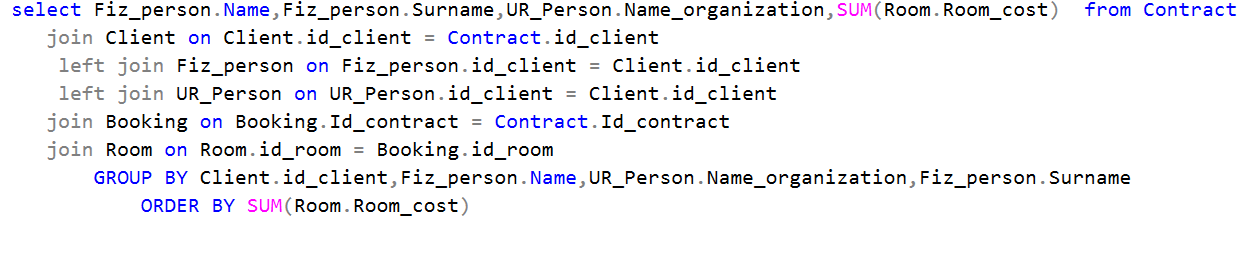
1. Выборка юр лиц с наибольшим количеством забронированных номеров в заданный промежуток времени  с выводом суммы



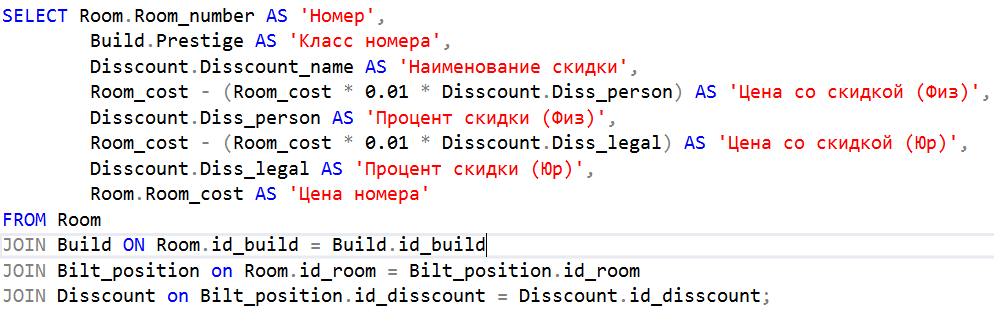
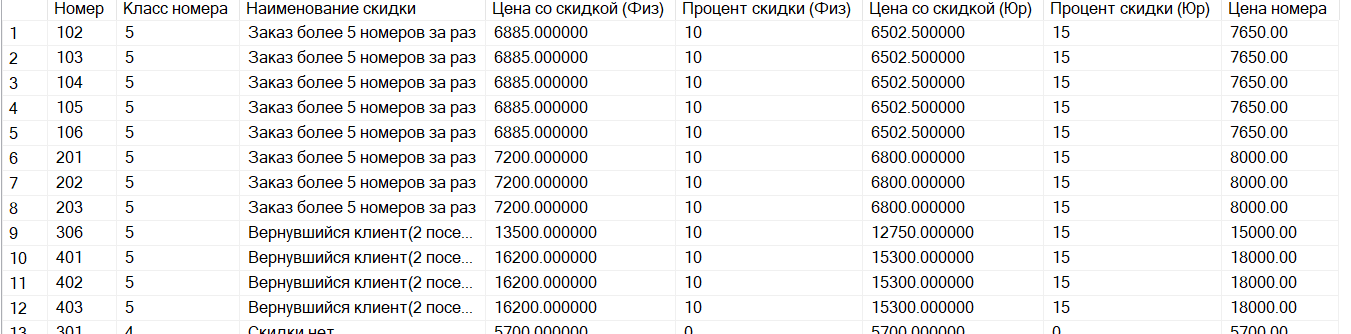


1. Выборка прибыли полученной от юр. лиц и от физ. лиц в заданный промежуток времени



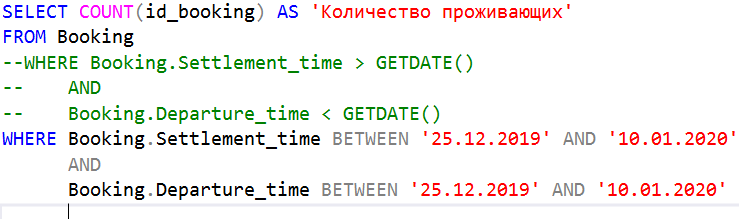


1. Вывод списка цен номеров со всеми возможными скидками для физ лиц

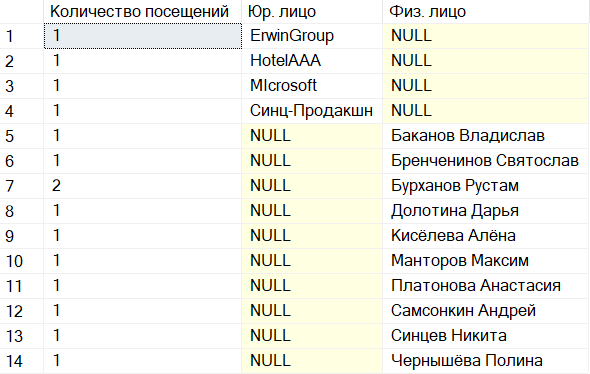


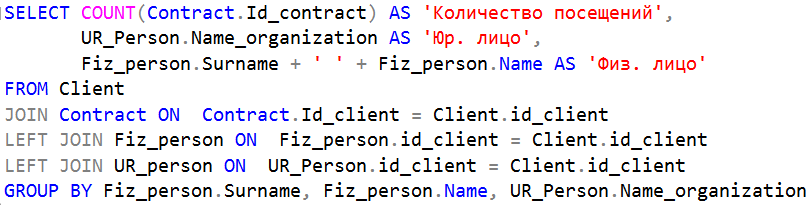
1. Количество проживающих постояльцев в данный момент времени/ в определенный промежуток времени



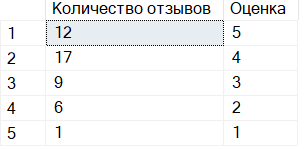


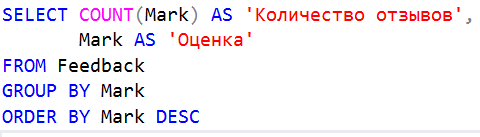
1. Частота посещений клиентов гостинницы



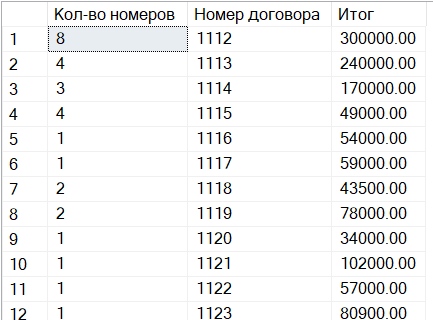


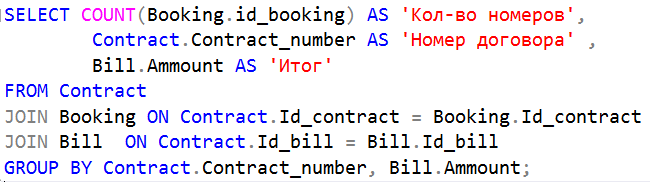
1. Узнать, какие отзывы чаще всего оставляют постояльцы



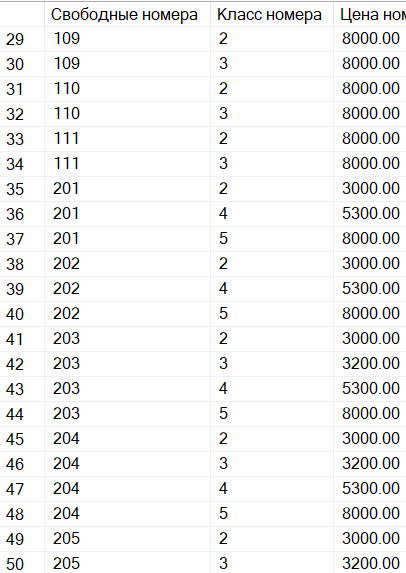


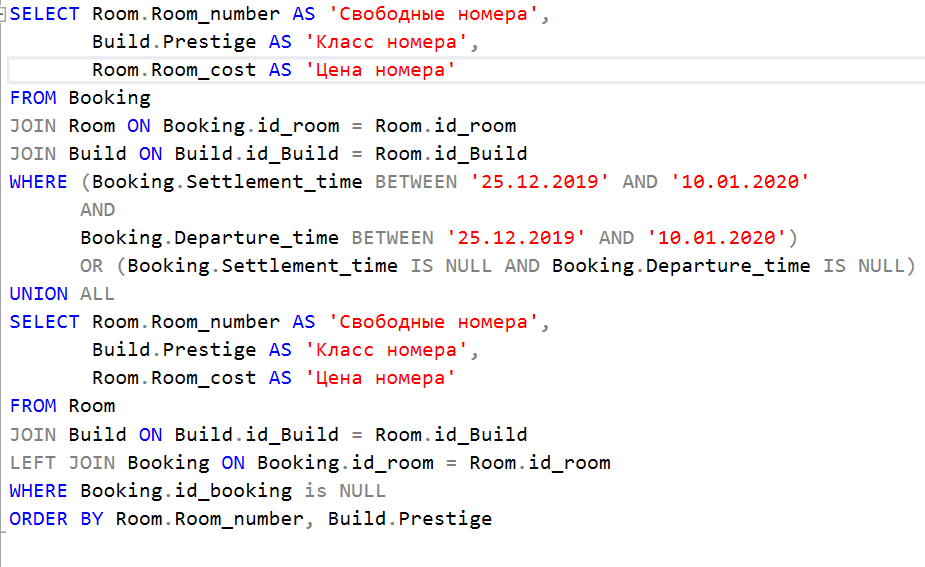
1. Вывод количества купленных номеров в каждом договоре с ценой, которая была уплачена



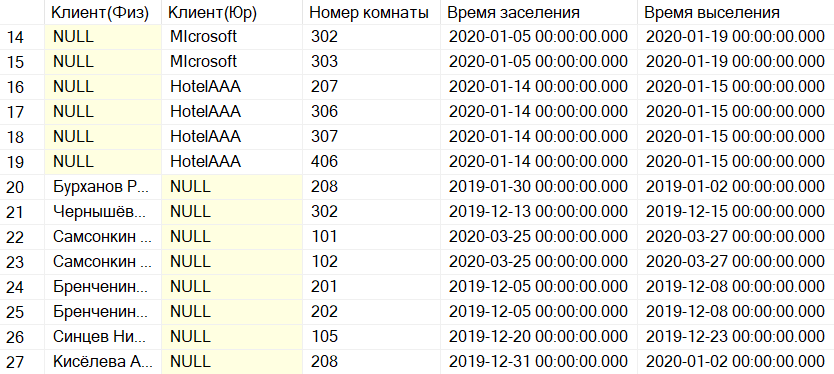


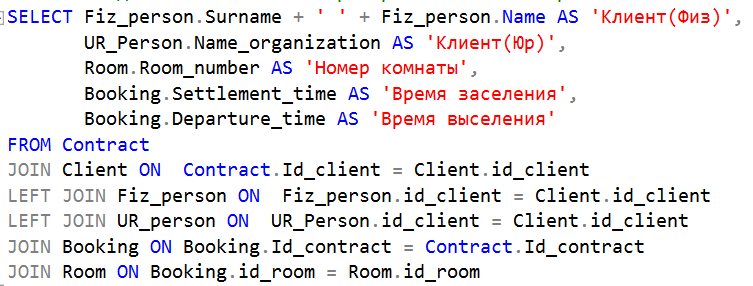
1. Запрос на проверку, занят ли тот или иной номер в данный промежуток времени



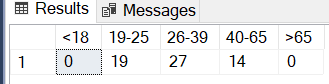


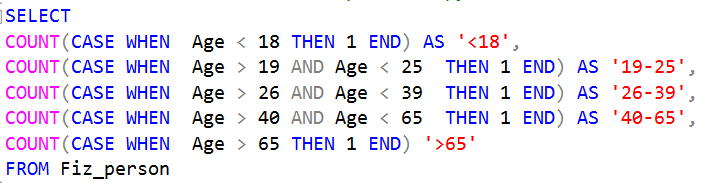
1. Вывод клиента и всех забронированных им номеров



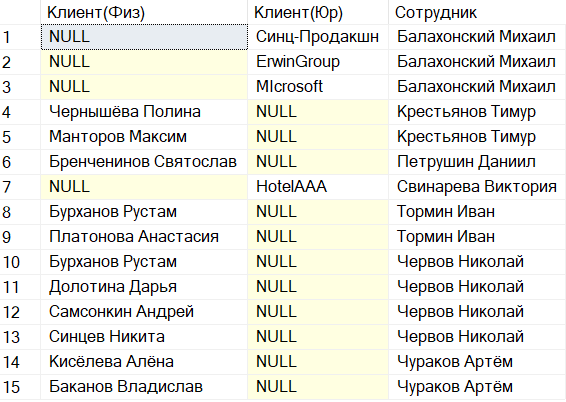


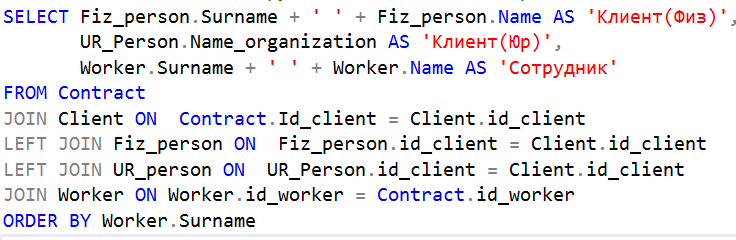
1. Разбиение клиентов на возрастные группы



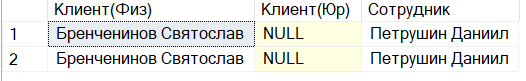


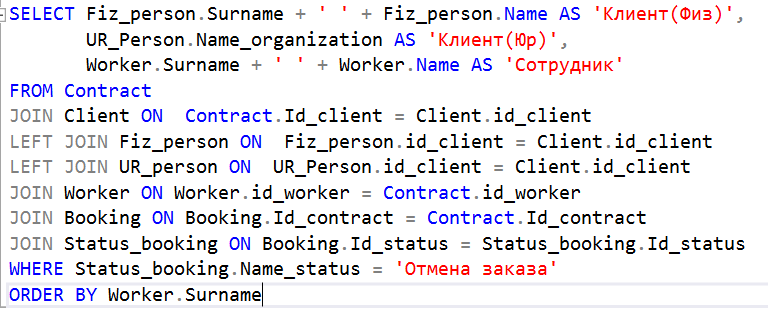
1. Вывод данных о сотруднике и клиенте, которые заключали договор





1. Вывод клиентов, которые отменяли бронирование и сотрудника, который заключал договор с клиентом





**Вывод:** научились реализовывать аналитические запросы