



# **Progettazione concettuale**

## **Esercizi**

# Esercizio 1

- ❑ Si vuole rappresentare la base di dati di un archivio fotografico distribuito in varie sedi.
- ❑ Le foto hanno un titolo, una descrizione, una dimensione, uno stato di conservazione, una data e, quando noto, un autore; per le foto a colori, è indicato il tipo di stampa (chiaro o opaco). Le foto sono reperibili in archivi, di cui è registrato il responsabile (dati anagrafici, recapito, e-mail) e l'indirizzo web.
- ❑ Le fotografie appartengono a una categoria e possono riprendere uno o più soggetti (personaggi, luoghi, oggetti, opere d'arte...). Ciascun soggetto ha un proprio identificatore. I personaggi rappresentati hanno un nome e un sesso, data e luogo di nascita ed (eventualmente) di decesso. Per i personaggi politici, si indica il partito di appartenenza e l'eventuale carica governativa ricoperta. Per gli artisti, si indica la loro attività prevalente (pittura, scultura, musica,...).
- ❑ Quando le foto descrivono opere artistiche, è noto il nome dell'opera d'arte, l'artista che l'ha realizzata, il luogo dove l'opera è collocata e l'anno di realizzazione. Quando le foto descrivono luoghi sono indicate le coordinate geografiche (nazione, città, via...) e una descrizione.

## Esercizio 2

- ❑ Una società multinazionale che produce abbigliamento sportivo ha sedi in diversi paesi. Le sedi della società sono identificate in modo univoco da un codice identificativo e sono caratterizzate da un indirizzo, da un numero di telefono e dal nominativo del responsabile. Le sedi sono suddivise in magazzini, centri di produzione e sedi di vendita al minuto.
- ❑ I magazzini, caratterizzati da un loro ulteriore codice e dal numero di addetti, riforniscono i negozi in franchising (dunque non di proprietà della società). I negozi in franchising si riforniscono unicamente dal magazzino più vicino.
- ❑ I centri di produzione sono caratterizzati dal numero di addetti e dalla capacità produttiva (in unità al giorno) relativa ai singoli prodotti.
- ❑ Le sedi di vendita al minuto sono caratterizzate da un fatturato medio e da un elenco dei prodotti disponibili a magazzino, con relative giacenze. I negozi e le sedi di vendita al minuto vendono i loro prodotti ai clienti (che sono identificati da un codice) senza alcun rapporto esclusivo.
- ❑ Per ogni transazione di vendita (sia al minuto che tra magazzini e negozi in franchising) devono essere registrate i prodotti venduti (e relative quantità), la data di vendita e il totale della transazione.