

# CAHIER DES CHARGES SDBM - VERSION 3

---

**P/2** Introduction

**P/3** Expression des besoins

Version 2

Version 3

**P/6** Crédits

---

# Introduction

---

## ● Contexte

Messieurs **Yvon BOIRINCANON** et **Vincent FOCOL**, dirigeants de la Société de Distribution des Bières du Monde (**SDBM**), désirent informatiser leur activité de vente de bières. Ils ont décidé de vous demander une proposition pour la mise en place de leur base de données.

## Expression des besoins

---



### Critères

Les dirigeants de la **SDBM**, veulent que l'on puisse classer les bières suivant différents critères :

- Elles peuvent avoir une couleur. (Blanche, Blonde, Brune, ...)
- Elles peuvent avoir un type. (Trappiste, Ale, Stout, ...)
- Elles sont rattachées à une marque.
- Cette marque appartient alors à un fabricant.
- Cette marque est originaire d'un pays.



### Recherches

Ils veulent pouvoir rechercher les bières selon les critères déjà énoncés, ainsi que par rapport au continent dont elles sont originaires.



### Ventes

Ils veulent pouvoir également gérer la production de tickets de ventes, et vous précisent que :

- Ces tickets sont numérotés de 1 à n dans l'année, et qu'il ne peut y avoir de trous dans la numérotation.
- Les tickets sont également horodatés.
- Sur un ticket, il peut y avoir plusieurs lignes de ventes, mais une seule ligne d'un article donné.
- Pour chaque ligne de vente, on a une quantité vendue



### Prix de vente

Il vous expliquent que :

- Le prix de vente est calculé par rapport au prix d'achat.
- au prix de vente, on ajoute la marge de SDBM. Cette marge est fixée à 22% du prix d'achat.
- Cette marge **ne variera jamais**.



### Prix a payer

Ils vous expliquent enfin, que le prix à payer (TTC) sera calculé en ajoutant une TVA au taux **invariable** de 20%.

## Version 2

---

Après présentation au client, celui-ci nous a précisé les éléments suivants :



### Critères

- Certaines marques sont en fait des brasseries indépendantes, et elle n'ont donc pas de fabricant.
- Une bière à un titrage alcoolique
- Une bière à un volume en centilitre



### Limites de valeurs

- Le prix d'achat n'est jamais inférieur à **0,5**
- Le degré d'alcool est compris **entre 0,5 et 26**
- Le volume ne peut avoir comme valeur que **33 ou 75**.



### Prix d'achat

Il est précisé que si la **marge est fixe**, et que le **taux de TVA est invariable**, le **prix d'achat** peut lui, **évoluer dans le temps**.

On ne veut pas conserver l'historique de ces prix d'achat, mais il ne faut pas non plus que le total à payer de nos tickets évoluent.

## Version 3

---

Le client n'a pas encore faite de choix quant aux technologies qui seront utilisées pour le développement de l'application. Il nous a cependant fait part des deux spécificités suivantes :



### Recherche

Sa principale préoccupation est que le client puisse à minima, avoir accès à tous les critères de recherche suivants :

- tout ou partie de la désignation de l'article
- volume du contenant

- titrage alcoolique de l'article
- couleur
- type
- marque
- fabricant
- pays
- continent

**Il nous faut donc développer une procédure stockées, qui utilisera une vue.**



## Ventes

Le client désire que le prix de vente soit automatiquement calculé suivant les règles précédemment édictées, à la **création** de chaque ligne de vente.

**Cette contrainte ne peut être gérée de manière classique, il nous faut donc la gérer au travers d'un déclencheur. (Trigger)**

## Crédits

---

### **OEUVRE COLLECTIVE DE L'AFPA**

Ryad CHAOURAR / François SACKEBANDT

### **DATE DE MISE À JOUR**

23/11/2020

© AFPA

#### **Reproduction interdite**

Article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle.

« Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la reproduction par un art ou un procédé quelconques. »

