

Lista Modelagem Relacional: Conceitual, lógico e físico  
Prof: Rafael Ventura

Desafio: Para cada Case crie uma modelagem conceitual, lógica e física. Use ferramentas como o BrModelo e SQL Power Architect.

### **\*\*Case 1: \*\***

Empresa: Loja de roupas

Regras de negócio:

- A loja vende roupas para homens, mulheres e crianças.
- Cada roupa tem um código, um nome, um tamanho, uma cor e um preço.
- Os clientes podem se cadastrar no site da loja e criar um perfil.
- Os clientes podem fazer pedidos de roupas online.
- Os pedidos são enviados para o endereço do cliente.

### **\*\*Case 2: \*\***

Empresa: Transporte de Carga e Passageiro (RUMO)

Regras de negócio:

- A empresa RUMO transporta passageiros e cargas.
- O passageiro possui, nome, email e telefones.
- A carga é de responsabilidade de uma empresa cliente.
- A empresa cliente possui, nome, CNPJ.
- É importante termos dados sobre viagens, como: número, origem, destino, data e hora.
- Uma viagem pode estar associada às cargas ou passagem..
- Um passageiro deve comprar passagens para viajar.

- Uma passagem deve conter, origem, destino, data e valor.
- Para a RUMO uma viagem possui ou passageiros ou cargas. São viagens diferentes.
- Uma viagem de passageiros deve conter, quantidade de passageiros e quantidade de paradas.
- Uma viagem de carga deve conter, quantidade de cargas, valor da carga e o nome da empresa seguradora para a carga. Se a carga é perigosa ou não.

### **\*\*Case 3: \*\***

Empresa: Rede social (FACEBOOK)

Regras de negócio:

- A rede social permite que os usuários se cadastrem, criem perfis, enviem mensagens e compartilhem conteúdo.
- As mensagens devem ter texto, data e remetente e destinatário.
- Os grupos da rede social possuem: nome, descrição e membros
- Os usuários podem seguir outros usuários, criar grupos e participar de conversas.
- A rede social oferece uma variedade de recursos, como fotos, vídeos, jogos e comércio eletrônico.
- O usuário tem nome, e-mail e senha.
- O perfil do usuário tem nome, foto e biografia.
- Os grupos também contém recursos de compartilhamento de mídias e devem conter o tipo, nome e descrição.
- É considerado usuário apenas quem tem um perfil.
- Todo grupo ao ser criado deve estar associado a um serviço ou conteúdo.

### **\*\*Case 4: \*\***

Empresa: Rede social (FACEBOOK)

Revisitando o cliente FACEBOOK e analisando o negócio da empresa você percebeu que algumas informações não lhe foram passadas. São elas:

- Notificações: Os usuários podem receber notificações sobre atividades recentes, como mensagens recebidas, novos seguidores ou grupos recém-criados.
  - Anúncios: A rede social pode exibir anúncios aos usuários com base em seus interesses.
  - Análises: Os usuários podem visualizar estatísticas sobre suas atividades na rede social.
- 
- A Notificação deve conter um tipo, data, remetente e um destinatário.
  - Anúncio um texto, imagem, link, data, um usuário associado.
  - Análise: tipo, data, dados e usuário associado.

## **\*\*Case 5: \*\***

Empresa: Aplicativo de entrega de comida (IFOOD)

Regras de negócio:

- O aplicativo permite que os usuários façam pedidos de comida de restaurantes locais.
- Os restaurantes podem criar menus, aceitar pedidos e acompanhar o status dos pedidos.
- Os entregadores podem aceitar pedidos e entregar comida aos clientes.
- A partir do cadastramento do usuário na plataforma, ele é considerado cliente mesmo não fazendo nenhum pedido.

- O entregador deve estar associado a pelo menos um pedido. Visto que é importante para a consulta de monitoramento dos pedidos.
- Os usuários podem realizar comentários, sugestões e reclamações para os restaurantes parceiros.
- Os usuários podem realizar avaliações de até 5 estrelas para os restaurantes parceiros.
- Os usuários devem ter nome, email, endereço e telefone.
- Os restaurantes têm apenas nome e endereço.
- Os entregadores devem ter nome, email, telefone e foto.
- Todo pedido deve guardar as informações da data, hora e o seu status, além do total do pedido.
- Os comentários possuem texto, data.
- As avaliações devem conter a nota (número de estrelas até 5)
- Os restaurantes podem criar promoções e descontos.
- Para promoções devemos guardar a descrição e número do cupom de desconto.