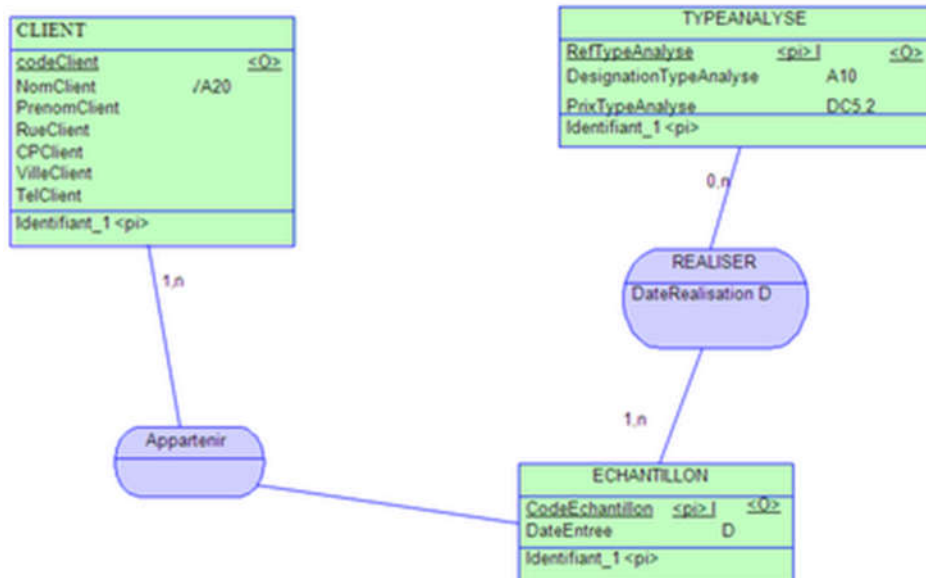


## SGBDI TPN°2

Afin de vous aider dans la compréhension du problème, réaliser le modèle conceptuel à partir du modèle relationnel. Complétez, ce schéma, et barrez les symboles non utilisés.



## Réalisation de la base de données

1. Rédigez l'ensemble des requêtes permettant de créer la base de données.
2. Modifiez la structure de la table Client afin d'ajouter un champ email.

## Requêtes de mise à jour

1. La base est vierge. Réalisez l'insertion d'un jeu de données dans les différentes tables. Les données seront définies par vous-même à votre convenance.
2. Augmentez de 10% tous les prix des analyses.
3. Il a été défini un prix plancher de 8 DHs pour toutes les analyses. Mettez à jour la table ANALYSE.
4. Aujourd'hui, toutes les analyses en cours ont été réalisées. Mettez à jour la base
5. Le client Dupont vient de fournir son adresse e-mail (Dupont@btsig.fr). Mettre à jour la table correspondante.
6. Suite à un bug informatique, des entrées ont été réalisées le 01 février 2007 au lieu du 1er février 2006. Mettez à jour la base.
7. Afin de préparer la nouvelle campagne, de nouvelles analyses ont été définies. Ces nouvelles analyses sont disponibles dans une table ANALYSE2006 dont la structure (champs, types de donnée) est identique à TYPEANALYSE. Mettez à jour la table TYPEANALYSE à partir de la table ANALYSE2006.

## Requêtes de sélection

1. Donnez la liste des clients.
2. Indiquez les noms et prénoms des clients habitant Paris
3. Donnez le nombre de client référencé dans chaque ville
4. Donnez la même information par ordre décroissant du nombre de client
5. Donnez les noms et prénoms des clients n'ayant pas d'adresse e-mail
6. Donnez les noms, prénoms et adresses complètes des clients ayant fourni des échantillons, entre le 01-10-2011 et le 31-12-2011/
7. Donnez le nombre d'analyse en cours (non réalisées)
8. Donnez les noms, prénoms des clients attendant le résultat d'une analyse (analyse non réalisée) par deux méthodes différentes.
9. Donnez la liste des analyses réalisées au mois de mars 2005
10. Donnez pour chaque échantillon, le nombre prévu d'analyse(réalisées ou non).
11. Donnez les codes et dates d'entrée des échantillons pour lesquels aucune analyse n'a été réalisée.
12. Donnez les codes et dates d'entrée des échantillons pour lesquels plus de 5 analyses ont été réalisées ;
13. Donnez les désignations des analyses dont le prix est inférieur à celui de l'analyse possédant la référence "A102"
14. Donnez pour chaque client par ordre alphabétique (nom et prénom) le nombre d'échantillons déposés ainsi que les dates de dépôt du plus ancien et du plus récent.