Міністерство освіти та науки України

Тернопільський національний педагогічний університет

ім. В.Гнатюка

***Конспект уроку з інформатики на тему:***

***«Звіти. Створення звітів в Access 2007»***

***проведений в 11 класі 05.03.2015 р.***

Підготувала

студентка групи М-52

фізико-математичного факультету

Жак Ірина

Тернопіль – 2015

**Тема:** Звіти. Створення звітів в Access 2007.

**Мета:**

* ***навчальна:*** ввести визначення понять «звіт», «заголовок звіту», «область даних», «макрос»; пояснити учням основні принципи створення звітів та макросів;
* ***розвивальна:*** формувати навички аналітико-синтетичного мислення, просторову уяву, науковий світогляд щодо вирішення різних задач прикладного спрямування;
* ***виховна:*** виховувати інформаційно компетентну людину, активного представника інформаційного суспільства.

**Тип уроку:** комбінований урок (урок вивчення нового матеріалу з елементами здобуття практичних умінь і навичок).

**Обладнання:** комп’ютери під керівництвом операційної системи Windows XP, пакет прикладного програмного забезпечення Microsoft Office 2007, програма для створення мультимедійних презентацій Microsoft PowerPoint 2007, програма у підтримку навчально-виховного процесу Test W-2.

**ХІД УРОКУ**

1. ***Організаційний момент (вступне слово вчителя):***
2. ***Мотивація навчальної діяльності:***

У повсякденному житті часто виникає необхідність опрацьовувати великі обсяги даних. Не пройде і півроку, як Ви зробите крок у самостійне життя і будете обирати свою майбутню професію. Саме тому наш з Вами урок хотілося б розпочати зі слів німецького вченого публіциста Вільгельма Швебеля «Хто планує майбутнє, той планує його у свою користь».

Сьогодні на уроці Ви будете не просто учнями 11-ого класу, а спробуєте себе у ролі працівників відділу маркетингу в компанії «Альфа комп’ютер Тернопіль»

Ви розпочинаєте вивчення наступної змістової частини теми «Системи управління базами даних».

Інформаційний довідник:

Маркетинг – це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів.

В маркетинговій практиці існує таке правило:

Принципи ведення бізнесу, як і принципи маркетингу формуються на основі низки понять:

* відчуття нестачі;
* потреба;
* товар;
* попит;
* угода;
* ринок.

Уважно слухайте мої пояснення. Вони Вам допоможуть сформувати та удосконалити необхідні для подальшої роботи вміння і навички.

Оцінка за урок залежить від знань теорії та одержаних практичних навичок.

Під час виконання практичної роботи можна користуватися власними джерелами інформації: підручником, довідником, конспектом.

1. ***Повідомлення теми і мети уроку.***
2. ***Актуалізація опорних знань:***

Але для того щоб перейти до безпосереднього вивчення нової навчальної теми, ми «відчуваємо певну нестачу» в знаннях. Саме тому необхідно пригадати навчальний матеріал попередніх уроків.

Гра «Відчуття нестачі»:

Запитання для учнів:

1. Дайте визначення поняттю «запити» в базах даних.
2. Що таке схема даних? З якою метою її використовують?
3. Дайте визначення поняттю «ключове поле».
4. За допомогою чого і як створюють запити?
5. Що таке «форми» в базі даних? З якою метою використовують?

Що таке база даних? Яке призначення баз даних?

1. ***Вивчення нового навчального матеріалу:***

Ми вже подолали з Вами «відчуття нестачі» в знаннях і я Вам пропоную перейти до наступного етапу «потреба». Виявляється тих знань, які у нас з Вами наявні, не вистачає для розкриття поточної теми, саме тому є необхідність в нових знаннях.

**Звіт** – це документ, який містить інформацію з бази даних і призначений для виведення на друк.

**Структура звіту:**

Заголовок звіту – один раз на початку звіту.

Верхній колонтитул – на початку кожної сторінки.

Область даних – інформація з БД.

Нижній колонтитул – в кінці кожної сторінки.

Примітки звіту – один раз в кінці звіту.

Як можна створити звіт в Microsoft Access:

* конструктор;
* майстер звітів;
* автозвіт: в стовпчик;
* автозвіт: стрічковий;
* майстер діаграм;
* етикетки.
1. ***Здобуття практичних умінь і навичок (виконання практичної роботи):***

Подолавши попередній етап ми з Вами перейдемо до наступного «товар», оскільки маємо вже певні уявлення про теоретичний матеріал.

1. ***Закріплення навчального матеріалу (комп’ютерне тестування):***

Подолавши черговий етап нашого уроку, ми зустрічаємося ще з одним маркетинговим поняттям «попит».

1. Яке призначення звіту?

А Редагування записів

Б Виведення даних на екрані або папері

В Створення таблиць

Г Створення запитів

1. Які способи створення звітів вам відомі?

А Автоматичне створення

Б За допомогою майстра

В У режимі конструктора

Г За допомогою панелі елементів

1. На основі яких об`єктів створюється звіт?

А Форми

Б Таблиці

В Запиту

Г Іншого звіту

1. Які особливості має автозвіт?

А Містить усі поля таблиці або запиту

Б Не відрізняється від звіту, створеного за допомогою майстра

В Створюється автоматично

Г Його неможливо змінити

1. Які дії можна виконати в режимі конструктора звіту?

А Додати або змінити заголовок чи примітку.

Б Додати обчислювальне поле.

В Змінити область даних

Г Додати звіт

1. Укажіть елементи структури звіту.

А Заголовок

Б Примітка

В Колонтитули

Г Головне меню

1. Якими є особливості створення звіту з використанням конструктора?

А Такий звіт неможливо використовувати для створення звітів

Б Це швидкий спосіб створення звіту.

В Це автоматичний спосіб створення звіту.

Г Це трудомісткий спосіб створення звіту.

8. ***Підбиття підсумків роботи:***

І в решті-решт ми досягли з Вами передостаннього щабля – «угода». Вам пропонується закінчити речення:

Звіт – це …

Звіти створюються на основі …

Звіти бувають …

9. ***Оцінювання***

 10. ***Домашнє завдання***

Маючи базові маркетингові поняття пропоную Вам відвідати ринок на якому можете отримати домашнє завдання:

1. вивчити текст опорного конспекту;

створити проект бази даних «Школа», «Бібліотека».