

GESTION DE PROJET DIGITAL

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 14 heures (2 jours)

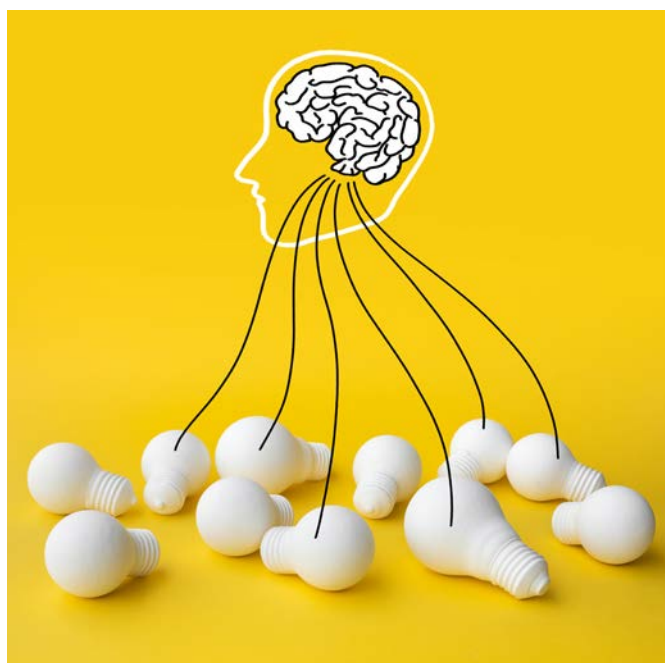
OBJECTIFS Faciliter la prise en compte des nouveaux outils numériques, notamment pour mettre en œuvre un projet web

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation

CONNAITRE LES MISSIONS ET RESPONSABILITÉS DU CHEF DE PROJET WEB

- Rôle & Importance de la mission du chef de projet
- Le cahier des charges client
- Le cas particulier de l'A.M.O. (assistance à maîtrise d'ouvrage)
- Les phases du processus de production web : conception, création graphique, intégration, développement
- Les métiers du web
- Les étapes de validation
- Le rétroplanning de production
- Analyser les devis et évaluer les prestataires (nombre de jours/homme affectés aux phases du processus de production)

Connaître les différentes technologies existantes, maîtriser la Technologie du web et des langages, des infrastructures réseau, de l'architecture réseau, de l'accessibilité et de la sécurité



LES BASIQUES DU WEB

- Navigateurs & OS
- Résolutions d'écran (ordinateurs, tablettes, smartphone)
- Protocole HTTP et FTP
- Local/distant
- Nom de domaine & hébergement
- La gamme serveur (mutualisé, virtualisé, dédié)
- Site statique et dynamique (frontend/backend)
- La notion de gabarit

LES DIFFÉRENTS LANGAGES

- HTML/CSS
- Javascript (le framework jquery)
- PHP/mysql
- Java & objective C (application smartphone : native, hybride, webapp)
- Les frameworks front-end & back-end

LES DIFFÉRENTS CMS

- WordPress/Joomla/Drupal/EZ Publish
- Typo3/Prestashop/Magento
- Etc

LES WIREFRAMES (SCHÉMA FONCTIONNELS)

ET LES BASIQUES DE L'ERGONOMIE WEB

- Les zones
- Les menus
- Les niveaux de l'arborescence
- La mise en forme éditoriale (titre, sous-titre, chapeau, intertitre, paragraphe...)
- Pertinence des termes choisis pour les items de navigations

SAVOIR INTÉGRER LE WEB 2.0

ET LE WEB MOBILE

- Le responsive design (Bootstrap)
- Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google plus...)
- Le hotlinking et les plateformes de diffusion média (Youtube, Dailymotion, Vimeo, Soundcloud, Flickr...)
- Les plateformes en fonction du secteur d'activité (exemple secteur tourisme : abritel, homelidays, airbnb...)
- La stratégie du déploiement et de la circulation de l'information

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur