

Formation : Connaissance et Maîtrise des outils de Communication Web

Niveau 2 : Mise en place : « *J'ai déjà un blog ou équivalent, j'utilise déjà les RS mais je voudrais faire quelque chose de plus professionnel.* »

Public concerné : Artiste, compagnie, collectif, intermittents, entrepreneur utilisant déjà des outils web, voir ayant déjà fait des modifications techniques, qui en comprend les ramifications et évoluant dans les domaines de l'art, la culture et la production raisonnée.

Format : Formation collective ou individuelle suivant les sessions et les besoins des stagiaires

Objectifs :

- Rappel du vocabulaire et les enjeux du web.
- Travail approfondi du contenu et de l'ergonomie de l'outil web.
- Mise en place d'un outil web ou amélioration d'un outil existant.
- Réflexion autour des autres biais de communication de cet outil

Tarifs :

- 280€/j T.T.C.
- ou 36€/h T.T.C. + 28€ de frais fixes à chaque session.

TVA. non applicable, art. 293 B du CGI., sous réserve d'acceptation de la prise en charge

Prise en charge :

voir les [modalités](#) de financements disponibles pour chaque statut.

Informations Pratiques (durée, dates, horaires, lieux) : 2j (1 à 5) – pause d'1j pour le travail perso – 2j1/2 (6 à 8) – pause de 3 semaines de vie du site – 1/2j : au final 35h

à définir à chaque session en fonction des capacités des stagiaires

Animation : Virginie Bourgeaux (développeur et responsable de projets web depuis 10 ans , formatrice en Art Appliqué depuis 3 ans et accompagnatrice de mise en œuvre de projets web depuis 4 ans)

Pré-requis :

Le stagiaire doit être muni d'un ordinateur personnel

Le stagiaire doit justifier d'un minimum de bagage dans le domaine du web, soit parce qu'il a effectué la formation niveau 1 ou une formation équivalente, soit parce qu'il administre un outil web fonctionnel, soit parce qu'il peut répondre à un petit questionnaire transmis avant la signature de la convention.

Le stagiaire doit avoir par devers lui lors de sa formation toutes informations et tous documents numériques ou non utiles à compréhension de ce qu'il souhaite communiquer et tout ce qu'il souhaite transmettre via les vecteurs numériques de communication.

Pour ex : logo, visuels type flyer, affiches, plaquettes, photos, vidéo, prises de son, objets dérivés, coupures de presse ...

Outils pédagogiques et techniques :

- Documents de questionnements et de réflexions autour des enjeux de la communication numérique.
- Pages ressources de codes et intégrations web.

Rendus : A l'issue de cette formation, le stagiaire aura un outil web fonctionnel et bien renseigné au vue des recommandations W3C et connaîtra les outils utiles pour le suivre et le faire évoluer.

Virginie BOURGEAUX – 5c Bd de la Tour d'Auvergne 35000 RENNES
06.82.85.54.75 - <http://webrealis.net> - virginiebourgeaux@yahoo.fr

SIREN : 535 131 981 - APE : 6201Z – N° déclarant : Déclaration d'activité en cours

Détails et déroulé de la formation :

- 1) Bases : Le web
 - Ses enjeux et ses acteurs
 - Vocabulaire et définition
 - Les rôles et les techniques existants
 - Les langages de développement et leur utilisation
- 2) Rappel : Le nom de domaine et la 1ère vision de l'outil par l'internaute
 - Ce que les moteurs de recherche voient
 - Ce que les visiteurs voient avant de voir le site et pourquoi ils y accèderaient
 - Ce que les visiteurs retiennent et comment ils reviendront
 - Ce qu'il ne faut pas négliger au départ
- 3) Révision : intérêt à mettre un outil web en œuvre pour votre activité ?
 - Réflexions et questionnements afin de choisir ou conforter le choix de l'outil web utile.
- 4) Recensement du contenu quelque soit la structure finale envisagée
 - Gestion des médias et textes.
 - Mise en forme des visuels
 - Édition des différents textes possibles.
- 5) Mise en forme du contenu en fonction des recommandations W3C et des outils d'accessibilités et des besoins du plan de communication du stagiaire
 - Comprendre ce qui est recommandé et ce qui est fortement conseillé
 - Savoir retrouver ces informations
 - Vérifier, modifier et optimiser le contenu
- 6) Plan de l'outil envisagé et ergonomie des données recensées
 - Priorisation des données
 - Répartition des médias
 - Recherche des besoins d'accès à ces données
 - Choix et installations de fonctions dynamiques
- 7) Les bases du référencement naturel
 - Définition et besoins techniques
 - Vérification et optimisation des éléments mis en place
 - Rattachement de l'outil web aux réseaux sociaux et autres outils de communication numérique utilisés
- 8) Mise en place de l'outil web à partir de tous ces éléments
 - Suivant les choix technologiques préalables, cette partie impliquera plus ou moins de langages web.
 - La mise en ligne de l'outil et son lancement seront préparés si du contenu n'était pas encore disponible.
- 9) Vérification et ajustement de l'outil et du contenu
 - 3 semaines au moins après la mise en ligne de l'outil, étude de son fonctionnement et connaissance des outils de suivi de sites.