

# PROJETS web

Technologies | Mise en œuvre | Evolutions



ALAIN BENGOUSSAN - AVOCATS

**1****Table des matières générale****0 OUTILS PRATIQUES****Sommaire****Avant-propos****Chap. 1 Table des matières générale****Chap. 2 Organisation de l'ouvrage et conventions d'écriture****Chap. 3 Le système d'actualisation de votre ouvrage****Chap. 4 La collection des ouvrages informatiques****Chap. 5 Index****Chap. 6 Abréviations et sigles****1 DÉFINIR SA STRATÉGIE INTERNET****Sommaire****Avant-propos****Chap. 1 Internet/intranet/extranet : quelles différences ?****Chap. 2 Un site Internet : pour quoi faire ?**

Table des matières générale

- 2/1 Informer et communiquer
- 2/2 Vendre sur Internet
- 2/3 Acheter sur Internet
- 2/4 Recruter sur Internet
- 2/5 Vendre de l'espace publicitaire
- 2/6 Intranet par rapport aux solutions traditionnelles
- 2/7 Le business sur Internet

**Chap. 3 Coûts à prendre en compte**

- 3/1 Coûts de réalisation
- 3/2 Coûts d'exploitation

**Chap. 4 Synthèse des chiffres clés sur Internet**

- 4/1 Équipement des foyers
- 4/2 Professions des internautes
- 4/3 Fournisseurs d'accès à Internet
- 4/4 Sites visités
- 4/5 Trafic Internet
- 4/6 Usages d'Internet
- 4/7 Noms de domaines
- 4/8 Les femmes et Internet
- 4/9 Commerce électronique
- 4/10 Les PME et Internet

**2 COMPRENDRE LES DIFFÉRENTES TECHNIQUES D'INTERNET**

**Sommaire**

**Chap. 1 Organisation d'Internet**

**Chap. 2 Limites d'Internet**

**Chap. 3 Principes de base d'Internet**

- 3/1 Adresses sur Internet
- 3/2 Usage et applications d'Internet
- 3/3 Déroulement d'une conversation Internet
- 3/4 Internet et les autres réseaux de communication

## Table des matières générale

- 8/2 Exemple de typologies matérielles
- 8/3 Exemple de plate-forme de production
- 8/4 Architecture applicative
- 8/5 Descriptif de solutions logicielles
- Chap. 9 Solution composée de briques applicatives utilisant la technologie WebLogic Server**
- 9/1 Présentation de WebLogic Server
- 9/2 WebLogic en interface avec une base de données Oracle
- 9/3 Outil de développement Workshop de WebLogic

### 3 RÉDIGER LE CAHIER DES CHARGES

#### Sommaire

#### Chap. 1 Analyse des besoins

- 1/1 Connaissance du milieu
- 1/2 Les différents niveaux du système d'information
- 1/3 Délimiter le cadre et les objectifs de l'analyse des besoins
- 1/4 Plan de travail de l'analyse des besoins
- 1/5 Mise en place d'une organisation

#### Chap. 2 Cahier des charges

- 2/1 Caractéristiques d'un cahier des charges
- 2/2 Deux types de cahier des charges
- 2/3 Technique de rédaction du cahier des charges
- 2/4 Aspects fonctionnels
- 2/5 Aspects contractuels du cahier des charges

#### Chap. 3 Gestion de la qualité

- 3/1 Plan de management de projet
- 3/2 Plan d'assurance qualité
- 3/3 Gestion de la documentation
- 3/4 Gestion de la configuration

## Table des matières générale

**Avant-propos****Chap. 1 Charte graphique et contraintes liées au Web**

- 1/1 Définition de la charte graphique
- 1/2 Éléments techniques à prendre en compte

**Chap. 2 Plan et structure du site****Chap. 3 Règles de navigation et d'ergonomie**

- 3/1 Structure des pages
- 3/2 Écrire pour le Web
- 3/3 Localisation des sites
- 3/4 Règles d'ergonomie applicables aux formulaires de saisie

**Chap. 4 Organisation technique des liens****Chap. 5 Règles pour obtenir un aspect professionnel****Chap. 6 e-business : portails décisionnels d'entreprise et reporting sur le Web**

- 6/1 Généralités sur les portails d'entreprise
- 6/2 Analyse de l'offre
- 6/3 Analyse de la fonction
- 6/4 Typologie de l'offre
- 6/5 Analyse des principales offres du marché
- 6/6 Synthèse sur l'e-business intelligence

**6 OUTILS ET SÉCURITÉ****Sommaire****Chap. 1 Ce que signifie se raccorder à Internet**

- 1/1 Les formules de raccordement
- 1/2 L'accès Internet partagé en réseau

**Chap. 2 Environnement technique et sécurité**

- 2/1 Les outils techniques
- 2/2 Les serveurs d'application
- 2/3 Le middleware (dossier réservé)
- 2/4 La sécurité sur Internet
- 2/5 Architecture sécuritaire
- 2/6 Audit des sites Internet

### **Chap. 3 Solutions clés en main**

- 3/1 Serveurs d'application web, état de l'art
- 3/2 Gestion de contenu et publication sur le Web
- 3/3 Knowledge management et portails d'entreprise

### **Chap. 4 Communication entre systèmes d'information**

- 4/1 EDI
- 4/2 XML
- 4/3 Système d'information et interfaçage

## **7 PROMOTION ET ANIMATION DU SITE**

### **Sommaire**

#### **Chap. 1 Grands concepts du marketing Internet**

- 1/1 Mix marketing
- 1/2 Comportement du client sur Internet
- 1/3 Internet dans une stratégie marketing

#### **Chap. 2 Canaux marketing, structures de marché et Internet**

- 2/1 Impact d'Internet dans les structures de marché
- 2/2 Nouvelles relations entre consommateurs et fournisseurs
- 2/3 Conflits de canaux
- 2/4 Internet et activités de la chaîne de valeur

#### **Chap. 3 Promotion du site web**

- 3/1 Importance de la promotion

#### **Chap. 4 Mise en œuvre du site et montée en charge**

## Table des matières générale

- 4/1 Place des tests dans les différentes phases de développement
  - 4/2 Catégories de tests
  - 4/3 Phase bêtestest
- Chap. 5 Maintenir le site web et mesurer l'impact du marketing Internet**
- 5/1 Maintenance du site
  - 5/2 Répartition des tâches dans la maintenance du site

**Chap. 6 Futur du marketing Internet****8 RÉFÉRENCIEMENT ET MESURE D'AUDIENCE****Sommaire****Chap. 1 Comment trouver un site sur Internet ?**

- 1/1 Adresses URL
- 1/2 Moteurs de recherche
- 1/3 Annuaire
- 1/4 Portails
- 1/5 Conseils pour pouvoir être vu

**Chap. 2 Créer un système de mesure**

- 2/1 Mesures à utiliser
- 2/2 Aperçu des mesures on line
- 2/3 Aperçu des mesures off line

**Chap. 3 Mise en œuvre des mesures de l'efficacité du marketing Internet****Chap. 4 Outils de mesure**

- 4/1 Utilisation du fichier journal du serveur
- 4/2 Marqueurs de pages
- 4/3 Prestataires on line de mesure de trafic ou d'audience
- 4/4 Outils permettant de suivre le trafic
- 4/5 Outils de vérification du positionnement dans les moteurs de recherche
- 4/6 Des prestataires qui prennent tout en charge

## **9 VENDRE SUR INTERNET**

### **Sommaire**

### **Avant-propos**

### **Chap. 1 Définir sa stratégie Internet**

### **Chap. 2 Faciliter la prise en charge du cyberclient**

### **Chap. 3 Aides à la comparaison des prix**

### **Chap. 4 Politique de prix sur Internet**

### **Chap. 5 Compréhension du comportement du cyberconsommateur**

### **Chap. 6 Politique du one-to-one**

### **Chap. 7 Politique de services sur Internet**

### **Chap. 8 Fiches produits**

### **Chap. 9 Panier client**

### **Chap. 10 Paiement électronique**

- 10/1 Caractéristiques d'un système de paiement en ligne
- 10/2 Moyens de paiement électronique disponibles
- 10/3 Fonctionnement de la cryptographie
- 10/4 Mode opératoire des clés publiques/clés privées
- 10/5 Description de l'infrastructure à clés publiques
- 10/6 Principaux systèmes de paiement électronique disponibles

### **Chap. 11 Des règles de bon sens pour rassurer l'internaute**

### **Chap. 12 Liens avec le back office (achats, expéditions, facturation, comptabilité...)**

### **Chap. 13 E-procurement et places de marché**

- 13/1 Enjeux pour l'entreprise

Table des matières générale

- 13/2 Analyse des principales offres du marché
- 13/3 Synthèse des solutions d'e-procurement et places de marché

## 10 DROIT ET INTERNET

### Sommaire

#### Chap. 1 Contrats Internet

- 1/1 Contrats de pré-mise en ligne
- 1/2 Contrats post-mise en ligne

#### Chap. 2 Identification et noms de domaines

- 2/1 Quel identifiant utiliser ?
- 2/2 Enregistrement des noms de domaines
- 2/3 Contentieux des noms de domaines
- 2/4 Cession d'un nom de domaine

#### Chap. 3 Protection des données personnelles

- 3/1 Informations obligatoires
- 3/2 Déclaration auprès de la CNIL
- 3/3 Obligation de sécurité et de confidentialité
- 3/4 Cession et commercialisation de fichiers
- 3/5 Cookies et traceurs

#### Chap. 4 Sécurité et confiance

- 4/1 Vente à distance
- 4/2 Preuve et dématérialisation des actes
- 4/3 Signature électronique
- 4/4 Paiement sécurisé
- 4/5 Cryptologie
- 4/6 Conservation et archivage des documents électroniques

#### Chap. 5 Publicité et référencement

- 5/1 Droit applicable
- 5/2 Régulation : lignes directrices de la CCI et recommandation du BVP

- 5/3 Contrats de vente d'espaces publicitaires
- 5/4 Référencement

### **Chap. 6 Droit applicable à Internet**

- 6/1 Détermination de la loi applicable
- 6/2 Détermination de la juridiction compétente

### **Chap. 7 Information des internautes**

- 7/1 Notice légale
- 7/2 Charte de qualité
- 7/3 Conditions générales et particulières
- 7/4 Informations sur les produits et services
- 7/5 Informations sur le contrat conclu en ligne

### **Chap. 8 Gestion des droits d'auteur**

- 8/1 Œuvres protégées
- 8/2 Droit patrimonial et droit moral
- 8/3 Contrat de cession de droit
- 8/4 Contrefaçon sur Internet
- 8/5 Devenir du droit d'auteur sur Internet

### **Chap. 9 Responsabilité**

- 9/1 Responsabilité de l'éditeur
- 9/2 Responsabilité de l'hébergeur
- 9/3 Responsabilité des fournisseurs d'accès
- 9/4 Responsabilité du Webmaster

### **Chap. 10 Mises en œuvre d'espaces de communication**

- 10/1 Les forums et les chats
- 10/2 Mailing lists, newsletters, spamming et conavigation
- 10/3 Pop-up et disclaimers

# PROJETS web

