

PROJETS web

Technologies | Mise en œuvre | Evolutions



ALAIN BENSOUSSAN - AVOCATS

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

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 Table des 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

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 France
- 4/2 Reste de monde
- 4/3 Les entreprises
- 4/4 Publicité
- 4/5 Marketing sur 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
- 3/5 Intranet : Internet à l'intérieur de l'entreprise

Chap. 4 Panorama des techniques mises en œuvre

- 4/1 Pages : HTML et XML
- 4/2 Formulaire : HTTP

- 4/3 Messagerie : SMTP/MIME
- 4/4 Transferts de fichiers : FTP
- 4/5 Forums et news
- 4/6 Cookies
- 4/7 Serveurs
- 4/8 Gestionnaires de base de données
- 4/9 Navigateurs

Chap. 5 Apports d'Internet pour l'entreprise

- 5/1 Connectivité mondiale : adresse électronique
- 5/2 Des coûts de communication très réduits
- 5/3 Un monde de contacts et d'informations
- 5/4 Notion de veille technologique

Chap. 6 Utilisations majeures d'Internet

- 6/1 Communiquer avec le monde entier par messagerie
- 6/2 Échanger des informations dans les forums de discussion et les groupes de nouvelles (newsgroups)
- 6/3 Échanger des fichiers
- 6/4 Accéder à un ordinateur distant et en prendre le contrôle
- 6/5 Envoi de minimessages vers les téléphones portables

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

Table des matières générale

2/2	Deux types de cahier des charges	4/3
2/3	Technique de rédaction du cahier des charges	4/4
2/4	Aspects fonctionnels	4/5
2/5	Aspects contractuels du cahier des charges	4/6

4 APPEL D'OFFRES ET CHOIX DES FOURNISSEURS

Sommaire

Avant-propos

Chap. 1 Critères d'externalisation

1/1	Composants du projet	5/1
1/2	Définition des tâches nécessaires au projet	5/2
1/3	Modèle de l'équilibre du partenariat	5/3
1/4	Types de partenariats envisageables	5/4

Chap. 2 Faire ou faire faire

Chap. 3 Analyse multicritères

Chap. 4 Choix d'une solution à base de développement spécifique

Chap. 5 Choix d'une solution à base de logiciel

Chap. 6 Choix de l'hébergeur

Chap. 7 Commercialisation de l'espace publicitaire

Chap. 8 Promotion du site et lancement commercial

Chap. 9 Environnement juridique du cahier des charges

9/1	Dépouillement de l'appel d'offres et décision	1/1
9/2	Relations précontractuelles	1/2

Annexes

5 CONCEVOIR UN SITE

Sommaire

Avant-propos

Chap. 1 Chartre 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

Chap. 4 Organisation technique des liens

Chap. 5 Règles pour obtenir un aspect professionnel

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

Chap. 3 Solutions clés en main

Table des matières générale

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

Chap. 4 Communication entre systèmes d'information

- 4/1 EDI
- 4/2 XML

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

- 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 RÉFÉRENCEMENT 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

Table des matières générale

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...)

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

Table des matières générale

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