

Département Multimédia

Parmi nos intervenants

David Affagard,	concepteur-réalisateur multimédia, Le point com
Christophe Agnus,	directeur de publication et rédacteur en chef, Transfert
Sophie Beauvieux,	journaliste, site Web Phosphore
Christophe Bertin,	directeur des relations extérieures, Canal Web
Brigitte Bouhana,	journaliste, conceptrice-rédactrice multimédia
Thierry Bourgeon,	rédacteur en chef multimédia, Radio France
Myriam Boutouille,	journaliste indépendante
Isabelle Boyavalle,	journaliste indépendante
Agnès Brouard,	consultante marketing Internet
Hervé Cassagne,	journaliste, rédacteur en chef news, créateur de la liste de diffusion J-Liste
Jacques Cassard,	compositeur et ingénieur du son
Serge Courier,	journaliste, rédacteur en chef adjoint Web
Philippe Deslandes,	Webmaster, RadioNova
Jean Elias,	journaliste indépendant
Thomas Goussard,	journaliste, co-fondateur Webmatin
Pierre Grosdanic,	concepteur-réalisateur multimédia
Sabine Huet,	journaliste, conceptrice-rédactrice multimédia
Claude Leblanc,	journaliste, chef du service Médias et multimédia, Courrier International
Bertrand Noël,	concepteur-réalisateur multimédia, Médiatisse
Pascale Paolini,	journaliste, rédacteur en chef adjointe, site Web Interneto
Emmanuel Pierrat,	avocat, spécialiste du droit d'auteur et du multimédia
Philippe Rabagnac,	infographiste multimédia
Olivier Robineau,	journaliste, rédacteur en chef Web
Nathalie Ryser,	journaliste, chef de projet Internet
David Sharp,	journaliste, mission Internet, AFP
Michel Suret Canale,	concepteur-réalisateur multimédia, directeur artistique, Vitanova
Jacques Vannet,	concepteur-réalisateur multimédia

Le multimédia

JOURNALISME EN LIGNE

Les fondamentaux

Panorama de la presse en ligne	68
Initiation à Internet pour les journalistes – niveau 1	69
Recherche et validation des sources sur Internet – niveau 2	70

Publiez en ligne

Conception et rédaction d'un journal en ligne	71
Édition de l'information sur le Web	72
Infographie éditoriale animée pour le Web	73
Diffuser une newsletter par e-mail	73
Mettre en place un média audiovisuel sur Internet	74

Devenez journaliste-rédacteur en chef Web

Journalisme en ligne	75
----------------------	----

TECHNIQUES DE L'ÉDITION EN LIGNE

Développer un site Web (avec GoLive, Dreamweaver ou Frontpage)	76
Conception graphique et mise en page Web	77
Animez vos sites Web avec Flash	77
Outils et techniques de communication sur le Web	78
La gestion dynamique d'un site Web avec des bases de données	79
Photoshop pour le Web – niveau 2	79
Les formats de documents téléchargeables sur Internet (PDF, Winzip et Stuffit)	80
La vidéo en ligne avec Final Cut Pro	80

MANAGEMENT

Mettre en place un service Internet/Intranet	81
Manager un projet Web	82
Faire connaître son site Web	82
Le droit d'Internet et du multimédia	83
Piloter un Intranet	83

FORMATIONS SUR MESURE	84
-----------------------	----

Panorama de la presse en ligne

De multiples médias se développent sur Internet, les compétences évoluent et s'organisent, de nouveaux acteurs émergent, la maîtrise de ces nouveaux canaux de diffusion de l'information revêt de réels enjeux.

Programme

- **Les particularités et les apports d'Internet pour la presse**
Caractéristiques techniques et différentes fonctionnalités du Web. Apports pour la presse : réactualisation, archivage, interactivité, dimension multimédias, diffusion internationale, coûts, etc.
- **L'édition en ligne des médias**
Présentation de différents exemples de médias en ligne : quotidiens, périodiques, chaînes de télévision et de radio
agences de presse, presse professionnelle...
Les différentes approches. Le traitement éditorial.
La complémentarité avec le média écrit ou audiovisuel. Transposition ou innovation ?
- **Les nouveaux médias sur Internet**
Présentation de différents exemples de médias exclusivement sur Internet : Webzines, lettres par e-mail, Web radios, Web TV, agences de presse...
- **Les acteurs de la presse en ligne**
Les groupes de presse et les nouveaux acteurs.
La concurrence avec les entreprises hors presse sur Internet qui diffusent de l'information.
La convergence des médias sur Internet.
- **L'émergence d'une nouvelle logique économique**
Le marché et les modèles économiques. Les sources de revenu. Les techniques marketing et publicitaires.
- **Le "cyber-journaliste"**
Qui sont les journalistes de la presse en ligne ?
Les nouveaux métiers et l'organisation d'une "rédaction en ligne". Influence d'Internet sur le rôle du journaliste. La place du journaliste sur Internet et l'évolution des compétences.
- **Le public**
Typologie, les nouvelles relations avec le "lecteur", l'évaluation de l'audience.
- **Les perspectives de développement**
Les nouvelles technologies de transmission et les réseaux à haut débit (ADSL, câble, satellite...), les systèmes de gestion de l'information et la personnalisation de l'information, l'expérimentation de nouveaux médias...

Objectifs

Acquérir une connaissance générale des différents aspects liés au développement de la presse en ligne (applications, enjeux, profil des journalistes, acteurs, marché, public...).

Destinataires

Journalistes et professionnels de la presse.

Connaissances requises

Connaissance de base du fonctionnement d'un micro-ordinateur Mac ou PC.

Effectifs

12 stagiaires maximum.

1 jour

À PARIS

15 NOVEMBRE 2000

6 MARS 2001

8 JUIN 2001

21 NOVEMBRE 2001

Prix : 2 050 FHT - 312,52 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Initiation à Internet pour les journalistes - niveau 1

Internet est un outil de travail indispensable pour tous les journalistes. Pour trouver un article, une photo, un livre, un magazine, un expert, une manifestation, une entreprise... Pour communiquer en direct par courrier électronique avec un correspondant à l'autre bout du monde et s'échanger des informations...

Programme

- **Ce qu'Internet peut apporter aux journalistes**
Internet comme source d'informations et de ressources et comme outil de communication...
- **Présentation d'Internet et panorama général des différentes utilisations d'Internet**
Historique. Les services offerts, les outils et les modes de connexion, la terminologie.
Le Web : les principes techniques et la navigation sur les pages Web, présentation du navigateur Netscape Communicator.
Les médias sur Internet : présentation de quelques sites sur la presse.
- **Les principaux types de moteurs de recherche**
Les outils et méthodes de travail pour la recherche d'informations sur le Web. Les techniques pour préparer son "expression de recherche" et pour affiner une recherche. Exercices d'application.
- **La récupération des ressources**
Comment trouver une photo ? Comment récupérer une image ou un texte ? Exercices d'application.
- **Le courrier électronique**
L'utilisation et la gestion du courrier électronique. Le transfert de fichiers. Les outils de recherche des adresses électroniques, comment trouver une personne sur Internet ? Exercices d'application.
- **Les forums de discussion et les listes de diffusion**
Les principes et leur utilisation pour rechercher des informations, des témoignages ou des expertises. Exercices d'application.
- **Se constituer une base de travail**
Repérer des sites incontournables. Créer un répertoire de signets. S'abonner à des sources d'information.
- **Exercices d'application à partir de requêtes précises**
Chercher un article, un livre, une entreprise, une manifestation, un annuaire, un expert, une photo.
- **Présentation de quelques sources d'information**
Sites utiles pour les journalistes.

2 jours

À PARIS

2 ET 3 OCTOBRE 2000 (2)
20 ET 21 NOVEMBRE 2000 (1)
8 ET 9 JANVIER 2001 (2)
1^{ER} ET 2 MARS 2001 (1)
26 ET 27 AVRIL 2001 (2)
31 MAI ET 1^{ER} JUIN 2001 (1)
26 ET 27 JUILLET 2001 (2)
3 ET 4 SEPTEMBRE 2001 (1)
19 ET 20 NOVEMBRE 2001 (2)

À MONTPELLIER

11 ET 12 DÉCEMBRE 2000 (2)
16 ET 17 JUILLET 2001 (1)

Prix : 4 600 FHT - 701,27 €HT

01 44 82 20 23

Objectifs

Initiation à Internet
Apprendre à utiliser le réseau pour se documenter, s'informer, communiquer, contacter des experts...

Remarque : Deux versions de ce stage sont proposées à des dates différentes en fonction du logiciel de navigation utilisé : "Netscape Communicator" (1) et "Internet Explorer" (2).

Destinataires

Journalistes, professionnels de l'information et de la documentation.

Connaissances requises

Connaissance de base du fonctionnement d'un micro-ordinateur Mac ou PC.

Effectifs

9 stagiaires maximum.

Recherche et validation des sources sur Internet - niveau 2

Au-delà de la première initiation à Internet, la découverte des possibilités d'investigation poussée sur le Web. La maîtrise des différents outils et techniques avancées de recherche et de validation, garante de rapidité et d'efficacité dans la gestion des informations.

Programme

- **Présentation générale des outils**
Techniques et méthodes avancées de recherche d'information sur Internet pour les journalistes.
- **Optimiser la navigation**
Étendre les fonctionnalités et personnaliser le navigateur. Paramétrer les préférences. Télécharger et installer les extensions.
- **Naviguer plus rapidement**
Découvrir les aides à la navigation. Utiliser les raccourcis clavier et les menus contextuels. Lancer plusieurs requêtes à la fois.
- **Mieux tirer parti du courrier électronique**
Étendre les fonctionnalités et personnaliser le courrier (Messenger ou Outlook Express). Les préférences.
- **Exploiter les fonctions avancées du courrier électronique**
Les filtres. Le carnet d'adresses. Les courriers en HTML. Les signatures. Le cryptage du courrier. Gérer ses abonnements à des listes de diffusion.
- **Principes pour la validation des sources sur Internet**
- **Pratiques journalistiques à l'heure du courrier électronique**
L'interview.
- **Bien organiser ses signets (favoris ou bookmarks)**
Présentation et utilisation d'un gestionnaire de signets. Organisation d'une base de signets.
- **Quels outils de recherche pour quels besoins et avec quelle méthode ?**
Les répertoires, moteurs de recherche, métamoteurs, moteurs d'actualité, agents "intelligents"... Les modes d'utilisation avancée, les trucs et astuces. Les fonctions d'affinage.
- **Autres outils**
Dialogue en direct avec les "chats", logiciels de réception push, lecteurs de news, traducteurs, visiophonie, logiciels de recherche et de gestion documentaire...
- **Définition d'un plan de recherche et pratique en conditions réelles**
Cibler une personne, une entreprise, un événement. Trouver un article, un livre, un disque, une vidéo. Trouver une image, une vidéo, un programme. Trouver un témoin. Trouver un expert. Trouver une donnée statistique...
- **Les perspectives technologiques, l'évolution à venir des outils et des méthodes de travail sur Internet**

Objectifs

Maîtriser les techniques et méthodes d'investigation avec Internet (stage de perfectionnement à l'utilisation d'Internet).

Remarque : Deux versions de ce stage sont proposées à des dates différentes en fonction du logiciel de navigation utilisé : "Netscape Communicator" (1) et "Internet Explorer" (2).

Destinataires

Les journalistes, les professionnels de l'information et de la documentation.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique)
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

3 jours

À PARIS

23 AU 25 OCTOBRE 2000 (1)
18 AU 20 DÉCEMBRE 2000 (2)
12 AU 14 MARS 2001 (1)
18 AU 20 JUIN 2001 (2)
10 AU 12 SEPTEMBRE 2001 (1)
26 AU 28 NOVEMBRE 2001 (2)

Prix : 6 150 FHT - 937,56 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Conception et rédaction d'un journal en ligne

Pour décliner un journal papier sur le Web ou créer un cybermagazine (et le faire vivre), il faut connaître les règles de base de l'écriture journalistique en ligne, maîtriser les techniques de conception d'un magazine interactif, et tenir compte de la richesse des ressources d'Internet.

Programme

- **La presse en ligne**
État des lieux de la presse en ligne.
Les différents types de médias et les approches.
Analyse de sites de journaux en ligne.
La complémentarité entre le papier et l'écran.
Profil des journalistes de la "cyberpresse".
L'organisation d'une rédaction en ligne. Les ressources d'Internet pour la presse. Les cyberlecteurs : les nouvelles lois de proximité.
- **Les principes d'écriture et de conception multimédia**
Les bases de l'écriture "hypermédia".
Les méthodologies de conception : la définition de l'arborescence, des modes de navigation et des pages d'accueil. Les principes de mise en pages et d'habillage graphique Web.
La typographie.
- **La construction et la hiérarchisation des rubriques**
Les spécificités de l'écran multimédia : lisibilité, navigation, arborescence. La construction du sommaire et des pages d'accueil, l'importance des mots clés. L'utilisation des fenêtres et des ascenseurs dans la page d'accueil.
Les genres journalistiques sur Internet.
- **Les techniques de rédaction pour le Web**
Les principes de l'écriture hypertextuelle : la rédaction et le style d'écriture, la gestion des liens, les différents niveaux de lecture. Les techniques d'écriture journalistique : les bases de la lisibilité, le style et le choix du vocabulaire, les techniques du rewriting pour Internet.
L'habillage de l'information. Construction et plans des articles selon une arborescence.
- **L'intégration des textes avec les autres médias**
Le rapport titre-image. La rédaction des légendes. La complémentarité titre-image-légendes. L'infographie éditoriale. Enrichir ses textes en intégrant du son, de la vidéo et des animations.
- **Suivi éditorial et amélioration d'un site existant**
Les techniques de mise à jour et l'actualisation.
L'organisation du travail. L'analyse d'un site.
Définir la complémentarité avec le média original.
Étudier le public. Réécrire des pages.
Revoir l'architecture. Créer de nouvelles rubriques.
Corriger des liens. Améliorer la navigation.
Faire évoluer la mise en page. Archiver.
- **Atelier de conception d'un journal en ligne**
Chaque participant travaille sur l'élaboration d'une maquette de journal en ligne : définition des projets et choix d'un angle, création d'un menu, réunion des ressources, rédaction de quelques articles. Un développeur apportera sa collaboration pour réaliser un premier développement HTML de quelques projets et faire la démonstration des techniques et contraintes de développement.

5 jours

À PARIS

28 AOÛT AU 1^{ER} SEPTEMBRE 2000
27 NOVEMBRE AU 1^{ER} DÉCEMBRE 2000
22 AU 26 JANVIER 2001
19 AU 23 MARS 2001
25 AU 29 JUIN 2001
24 AU 28 SEPTEMBRE 2001
10 AU 14 DÉCEMBRE 2001

À MONTPELLIER

22 AU 26 JANVIER 2001
5 AU 9 NOVEMBRE 2000

Prix : 9 250 FHT - 1 410,15 €HT

01 44 82 20 23

Objectifs

Adapter un journal ou un magazine papier sur Internet ou concevoir un journal en ligne : rubriques, contenu, arborescence, écriture adaptée à l'écran.

Destinataires

Journalistes en ligne.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique)
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

Édition de l'information sur le Web

Lecture à l'écran, structuration de l'information et navigation, dimension multimédia... même si Internet ne change pas les fondements de l'écriture journalistique, il revêt de réelles spécificités qu'il faut maîtriser pour éditer sur le Web.

Programme

- **Les contraintes et particularités de l'écriture pour le Web**
Les principes techniques d'Internet et la construction d'une page Web. Les compétences d'une rédaction en ligne. Les méthodologies de conception. L'approche du lecteur, les principes de consultation et de navigation sur Internet, les critères d'efficacité.
La structuration du contenu, la construction des pages d'accueil et des éléments de navigation. Le traitement éditorial Web. Les principes de mise en page et d'habillage graphique Web. Présentation de divers sites et analyse de leur contenu.
- **Les techniques de rédaction pour le Web**
Les bases de l'écriture : choix du vocabulaire, construction des phrases, style d'écriture, longueur des phrases et des paragraphes, lisibilité...
La construction non linéaire d'un document interactif et les différents niveaux de lecture.
L'écriture hypertextuelle, l'organisation des liens et la définition des mots clés.
La méthodologie de travail et de présentation des textes pour une interprétation efficace par l'équipe de réalisation.
- **Le rewriting pour le Web**
L'analyse des articles, des informations à mettre en ligne et de la structure du site. Les différentes techniques d'adaptation. Reconstruction des articles selon une arborescence. Les techniques de réécriture. Les niveaux d'entrée en écriture ; segmentation, longueur d'article, types d'écriture. L'organisation des liens.
- **L'habillage de l'information**
L'importance des mots clés dans la navigation. Rédiger des titres informatifs et des titres incitatifs. La rédaction des accroches.
La construction de la titraillle et sa transcription graphique.
Les différents types de titraillles en fonction des genres journalistiques utilisés.
Le rôle de la typographie : identité, perception et valeur de l'information.
- **L'intégration des textes avec les autres médias**
Le rapport titre-image. La rédaction des légendes. La complémentarité titraillle-images-légendes. Enrichir ses textes en intégrant du son, des visuels ou de la vidéo. L'infographie éditoriale animée.
- **Exercices d'écriture ou d'adaptation d'articles pour le Web**

Objectifs

Maîtriser les techniques d'écriture journalistique et d'editing pour le Web.

Destinataires

Journalistes, rédacteurs en chef et secrétaires de rédaction.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique).
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

3 jours

À PARIS

23 AU 25 OCTOBRE 2000

5 AU 7 DÉCEMBRE 2000

19 AU 21 FÉVRIER 2001

9 AU 11 AVRIL 2001

25 AU 27 JUIN 2001

24 AU 26 SEPTEMBRE 2001

13 AU 15 NOVEMBRE 2001

Prix : 6 150 FHT - 937,56 €HT

01 44 82 20 23

© CFPJ/2000

Objectifs

- Comprendre les apports et les traitements de l'infographie sur le Web d'un point de vue éditorial
- Maîtriser les principes de conception des infographies
- Appréhender les différents outils et techniques de développement (la formation technique aux outils fait l'objet d'autres sessions : logiciels Flash, Illustrator...)

Destinataires

Professionnels de l'infographie, journalistes et responsables éditoriaux de sites Internet-Intranet...

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique).
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM).

Effectifs

9 stagiaires maximum.

Infographie éditoriale animée pour le Web

Schémas animés, cartes interactives, illustrations et animations...

L'infographie sur le Web peut réellement contribuer à enrichir un contenu éditorial et constituer un support visuel et vivant de l'information.

Programme

- **Panorama de différents exemples de traitements et d'approches de l'infographie éditoriale animée pour le Web**
Typologie et complémentarité avec la partie rédactionnelle. Le traitement de l'information par l'infographie Web. Analyse de sites Web.
- **Atelier d'écriture et "scénarisation" d'infographies à partir d'un projet éditorial**
- **Les principes de conception**
Étapes et méthodologie de travail, choix d'un angle et d'un traitement, définition du projet et de l'animation, sources documentaires, aspects rédactionnels, titres et typographie, enrichissement sonore...
- **Démonstration des techniques de développement**
La méthodologie et la chaîne technique, la réalisation des éléments graphiques, l'animation, présentation de différents outils et techniques de réalisation (le matériel et les logiciels : Flash, Illustrator...).

2 jours

À PARIS

16 ET 17 NOVEMBRE 2000

5 ET 6 AVRIL 2001

11 ET 12 OCTOBRE 2001

Prix : 4 600 FHT - 701,27 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Diffuser une newsletter par e-mail

Les newsletters électroniques se multiplient sur Internet. Leur coût de réalisation et de diffusion est presque nul. Elles constituent un excellent moyen de fidéliser un public volage ou d'apporter des informations directement dans la boîte à lettres électronique, sans passer par le Web.

Programme

- **Courrier électronique**
Présentation technique d'Internet. Principes du courrier électronique. Atouts : robustesse, rapidité, coût.
- **Conception**
Exemples d'utilisations et étude de cas. Positionnement et ligne éditoriale. Format de publication. Culture Internet et Netiquette : les erreurs à éviter.
- **Réalisation et diffusion**
Quels outils ? Solutions techniques : logiciel de diffusion ou prestataire (commercial ou gratuit). Gestion des abonnements. Mise en place d'une interface sur le Web. Aspects légaux.
- **Atelier**
Réalisation et mise en place d'une newsletter.

2 jours

À PARIS

13 ET 14 NOVEMBRE 2000

2 ET 3 MAI 2001

14 ET 15 NOVEMBRE 2001

À MONTPELLIER

18 ET 19 JUIN 2001

Prix : 4 100 FHT - 625,04 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Objectifs

- Comprendre le fonctionnement et les apports des newsletters par e-mail.
- Apprendre la méthodologie et les techniques de mise en place d'une newsletter.

Destinataires

Journalistes en ligne responsables de projets Internet, rédacteurs en chef.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique).
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM), "Développer un site Web".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

Mettre en place un média audiovisuel sur Internet

Les médias audiovisuels se développent très largement sur Internet. Mais quel intérêt peut avoir une télévision ou une radio locale, associative ou commerciale, à diffuser sur le Web ?

Comment s'organise un média audiovisuel sur Internet ? Quels sont les moyens à mettre en œuvre ?

Programme

- **Les médias audiovisuels en ligne : panorama, traitements, technologies...**
L'évolution de la télévision et de la radio vers le numérique et le multimédia (les modèles broadcasting, narrowcasting et Webcasting...). Les particularités et les apports d'Internet pour les médias audiovisuels. Les grands principes techniques de la diffusion vidéo et son sur Internet. Typologie des médias audiovisuels en ligne (agences, télévisions, radios, WebTV, Webradios...). Les différentes approches et traitements de l'information en ligne. Les nouveaux services offerts et la dimension interactive. Les programmes à la carte. Le téléchargement de programmes par les internautes. La gestion des archives. La complémentarité avec les médias traditionnels. Analyse de sites. L'implication des développements technologiques sur l'organisation des médias audiovisuels en ligne et l'évolution des services (réseaux à haut débit, systèmes "intelligents"...).
- **Techniques et méthodologies de production**
L'organisation et l'infrastructure technique. Les différentes étapes et les méthodes de conception. Les logiciels. Les formats RealAudio et Quicktime. Démonstration des outils et de la chaîne technique de traitement de la vidéo, du son et d'intégration HTML.
- **Organisation et gestion d'un média audiovisuel en ligne**
Le marché et les modèles économiques. Les acteurs. Les compétences et l'organisation d'une rédaction "on line". La mise en œuvre et la typologie des partenariats. Les techniques marketing et stratégies de référencement. L'environnement juridique et réglementaire. Les coûts et l'investissement. Les moyens alloués à la gestion et à la maintenance d'un média en ligne. La gestion des relations avec le public.

Objectifs

Pouvoir mettre en œuvre des projets d'édition en ligne :
- Appréhender les potentialités d'Internet pour la diffusion de médias audiovisuels et être capable de définir son projet et sa stratégie Internet
- Comprendre les différents aspects liés à l'organisation et à la gestion d'un média en ligne
- Appréhender l'environnement technologique et les techniques de production.

Destinataires

Dirigeants et professionnels de la télévision, de la radio et d'entreprises de presse, journalistes...

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique)
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

2 jours

À PARIS

2 ET 3 NOVEMBRE 2000

21 ET 22 JUIN 2001

18 ET 19 OCTOBRE 2001

Prix : 4 600 FHT - 701,27 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Journalisme en ligne

Pour concevoir et gérer les journaux en ligne, on fait appel à de nouveaux types de "cyber-journalistes" capables de maîtriser tant les aspects rédactionnels et éditoriaux que ceux liés au management et au développement technique.

Programme

- **Panorama de la presse en ligne**
Les différents types d'approches et de médias. La complémentarité avec les médias traditionnels. Les acteurs, publics, marchés et perspectives. La logique économique. Le profil du journaliste en ligne et la salle de rédaction en ligne. Les principes de conception d'un journal électronique. Analyse de médias en ligne.
- **La mise en page et la création graphique pour le Web**
Contraintes techniques et principes de création graphique pour le Web. Définition d'une charte graphique. Analyse de sites et de différents exemples de traitement graphique. Les méthodes de travail et la chaîne technique. Initiation au logiciel Photoshop pour le Web. L'intégration et la mise en page sous un éditeur Web.
- **La maintenance d'un site Internet**
Le rôle du webmaster. Les techniques de mise à jour et l'actualisation. L'analyse des statistiques de consultation et des comportements du public. L'évolution d'un site : contenu, architecture, ergonomie/design. L'hébergement. Les techniques de promotion d'un site...
- **Réalisation d'une maquette de journal en ligne**
Définition d'un projet, mise au point de la structure générale, rédaction des textes et réunion des ressources, mise au point de la charte graphique, développement HTML et mise en ligne.
- **Les techniques d'écriture journalistique pour Internet**
L'écriture hypertextuelle. Les techniques de rédaction et le style d'écriture. La hiérarchisation de l'information. Les techniques du rewriting pour le Web. La construction des rubriques et des articles. L'intégration des textes avec les autres médias. L'infographie éditoriale. Analyse de journaux en ligne.
- **Conception et production d'un site Web**
Les étapes de conception et les méthodologies de travail. Les différentes compétences et l'organisation d'une équipe. Les étapes de la production. L'évaluation des moyens. La définition du cahier des charges. Les coûts. Les différents prestataires.
- **Le droit d'auteur multimédia et la presse en ligne**
L'environnement juridique d'Internet. Le droit d'auteur. Les différents types de contrats. Les responsabilités vis-à-vis de l'information diffusée. Les aspects déontologiques spécifiques à la presse.
- **Techniques et outils du développement Web**
Les étapes et outils de développement. Les principes et les bases du langage HTML. Initiation au développement de pages Web avec un éditeur de type GoLive ou Dreamweaver. Les techniques de numérisation, de traitement et d'intégration du son. L'analyse des temps de chargement. Les procédures de test et de validation des pages. La mise en ligne. Les techniques de référencement d'un site.

Objectifs

Maîtriser les techniques de conception, de management et de développement d'un projet de média en ligne.

Acquérir les compétences pour en coordonner la maintenance éditoriale et technique.

Méthodes pédagogiques

Cette formation intensive de 4 semaines est suivie quelques semaines plus tard de 2 jours d'accompagnement technique destinés à faire le bilan des éventuelles questions sur les techniques de développement Web, liées à la mise en pratique professionnelle des apprentissages apportés par la formation.

Destinataires

Journalistes, rédacteurs en chef ou secrétaires de rédaction.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (utilisation du Web et courrier électronique).
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

4 semaines + 2 jours

À PARIS

9 OCTOBRE AU 3 NOVEMBRE 2000
+ 6 ET 7 DÉCEMBRE 2000
2 AU 26 JANVIER 2001
+ 22 ET 23 FÉVRIER 2001
5 AU 29 JUIN 2001
+ 19 ET 20 JUILLET 2001
15 OCTOBRE AU 9 NOVEMBRE 2001
+ 19 ET 20 DÉCEMBRE 2001

Prix : 32 000 FHT - 4 878,37 €HT

01 44 82 20 23

COURS HEBDOMADAIRES "JOURNALISME EN LIGNE"

Cycle long sur 2 années,
en séances hebdomadaires,
de formation au métier de journaliste en ligne
(pré-inscription à partir de juin).

Catalogue des *Formations longues* disponible
sur demande et sur notre site Web.

Développer un site Web

(avec GoLive, Dreamweaver ou Front Page)

Aujourd'hui avec le développement de logiciels comme GoLive, Dreamweaver ou Front Page, la réalisation de pages Web devient accessible à tous.

Il n'est plus nécessaire de maîtriser la programmation HTML pour développer un site Web.

Programme

Objectifs

Apprendre à développer des pages Web avec un éditeur HTML et à les mettre en ligne sur Internet.

REMARQUE : Trois versions de ce stage sont proposées à des dates différentes en fonction de l'éditeur de pages Web utilisé : "Développer son site Web avec Front Page" (PC) (1), "Développer son site Web avec GoLive" (2) et " Développer son site Web avec Dreamweaver" (3).

Destinataires

Développeurs, Webmasters, tout professionnel en charge du développement de sites Web.

Connaissances requises

Connaissance de base du réseau Internet (Web et courrier électronique).

Posséder une première approche de logiciels de traitement d'images ou de mise en page, tels que Photoshop et XPress, serait un plus.

Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM).

Effectifs

9 stagiaires maximum.

■ Approche générale

Structure et organisation d'un site Web.

La configuration de la station de développement.

La chaîne technique de réalisation d'un site Web.

La méthodologie de travail. Nommage standard

des ressources (standard MIME). Configuration

d'un serveur Web, tous les paramètres

d'un hébergement... Les choix techniques en fonction

du projet et des utilisateurs. Analyse des plug-in

disponibles.

■ Les principes du langage HTML

Les évolutions vers le langage XML. Principe

des différents langages de programmation

(Javascript, Java, CGI-Perl,...).

■ La création et le traitement visuel

Notion de charte graphique et d'ergonomie Web.

Les formats et les techniques de numérisation

des images. La préparation des éléments

visuels et graphiques avec Photoshop. La création

d'images animées.

■ Le développement de pages avec un éditeur Web

La création de liens internes et externes.

La gestion des frames. La création de tableaux.

La mise en page et l'habillage graphique.

L'intégration du texte, des éléments visuels

et des fonds d'écran. La création de zones actives

sur une image (maps). L'intégration de données

multimédia (son, vidéo).

Le traitement des formulaires Web.

La maintenance : comment modifier un site existant ?

■ Les procédures et les techniques de mise en ligne du site

■ Réalisation d'une maquette de site Web et mise en ligne de quelques pages

4 jours

À PARIS

2 AU 5 OCTOBRE 2000 (3)

5 AU 8 DÉCEMBRE 2000 (1)

29 JANVIER AU 1^{ER} FÉVRIER 2001 (3)

2 AU 5 AVRIL 2001 (2)

5 AU 8 JUIN 2001 (3)

16 AU 19 JUILLET 2001 (1)

18 AU 21 SEPTEMBRE 2001 (3)

13 AU 16 NOVEMBRE 2001 (1)

10 AU 13 DÉCEMBRE 2001 (2)

À MONTPELLIER

4 AU 7 DÉCEMBRE 2000 (3)

15 AU 18 MAI 2001 (2)

3 AU 6 DÉCEMBRE 2001 (1)

Prix : 8 200 FHT - 1 250,08 €HT

01 44 82 20 23

Conception graphique et mise en page Web

Esthétisme, identité visuelle, ergonomie de la lecture et de la navigation, l'aspect graphique revêt une dimension fondamentale dans la création d'un site Web. La mise en page et la conception graphique d'un site répond à des contraintes techniques particulières et mettent en œuvre un savoir-faire spécifique.

Objectifs

Apprendre à mettre en page et à réaliser l'habillage graphique d'un site avec un éditeur de pages Web.

Destinataires

Développeurs, Webmasters, graphistes, infographistes, maquettistes PAO, tout professionnel amené à concevoir la mise en page et le design graphique de sites Web.

Connaissances requises

Connaissance de base du réseau Internet, des techniques de développement d'un site Web et de logiciels de traitement d'images tels que Photoshop.
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet en entreprise", "Développer un site Web", "Apprendre à se servir de Photoshop (niveau 1)".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

Programme

- **La création graphique pour le Web**
Le rôle du graphiste-designer. La chaîne technique. Les contraintes techniques et de mise en page du langage HTML. Particularités du traitement graphique pour le Web. Analyse de différents exemples de traitement graphique de sites Web. La structuration des pages et des sites en fonction des messages.
- **La réalisation de la mise en page et de l'habillage graphique**
La mise en page, l'intégration du texte, des éléments graphiques et visuels sous un éditeur de pages Web. Les codes typographiques et les effets de texte. La création des liens et des zones d'interaction. La création des frames. La réalisation des animations et des maps. L'analyse des temps de chargement. Les procédures de test et de validation des pages.
Atelier : réalisation d'un mini-site graphique.
- **La définition d'une charte graphique**
Décliner une charte graphique sur le Web. Interprétation du cahier des charges et analyse du projet. Les méthodes de travail et les éléments de la charte graphique.
- **La préparation des éléments**
Les techniques et les différents formats de numérisation des images. Le traitement des images sous Photoshop. La création des éléments graphiques... Les techniques de réalisation des illustrations.

3 jours

À PARIS

9 AU 11 OCTOBRE 2000

5 AU 7 FÉVRIER 2001

9 AU 11 AVRIL 2001

11 AU 13 JUIN 2001

8 AU 10 OCTOBRE 2001

À MONTPELLIER

11 AU 13 JUIN 2001

Prix : 6 150 FHT - 937,56 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Animez vos sites Web avec Flash

Réalisation d'animations interactives, dessin vectoriel, intégration de sons... le logiciel Flash permet la création d'applications multimédia et de pages Web véritablement multimédia et interactives avec un temps de chargement réduit.

Objectifs

Apprendre à créer et à réaliser des animations multimédia et interactives destinées à des projets en ou hors ligne.

Destinataires

Développeurs, Webmasters, graphistes, infographistes, maquettistes PAO, tout professionnel amené à concevoir la mise en page et le design graphique de sites Web.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique) et du développement HTML...
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM), "Développer un site Web".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

Programme

- **Les principes techniques et les potentialités du logiciel**
Les modes d'utilisation (les similitudes avec Director). Contrôle et affichage de la scène et des images. Lecture des animations. Barres d'outils, grilles et règles. Présentation de l'échelle temporelle. Analyse d'exemples d'applications.
- **L'optimisation des animations**
Exports, débit, taille, palette de couleurs.
- **L'intégration de Flash dans le langage HTML**
Les balises HTML et le logiciel Aftershock. Les plug-in nécessaires.
- **Les perspectives de développement**
- **Le démarrage rapide**
Imports, scénario, distribution, pistes, images et clés.
- **Les outils de dessin**
Les bibliothèques (symboles et occurrences). Sélection des groupes, textes et bitmaps. Déplacement et redimensionnement des objets de la scène.
- **La vue d'ensemble de l'animation**
La réalisation d'animations image par image. L'animation interpolée avec des formes, des symboles et des textes. La création de boutons et de liens. L'intégration du son. Les fonctions avancées du logiciel.

3 jours

À PARIS

23 AU 25 OCTOBRE 2000

17 AU 19 AVRIL 2001

15 AU 17 OCTOBRE 2001

À MONTPELLIER

9 AU 11 JUILLET 2001

Prix : 6 150 FHT - 937,56 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Outils et techniques de communication sur le Web

Internet prend une nouvelle dimension : la communication.
Le réseau n'est pas uniquement un support de publication. Il fournit également des moyens d'échanges et de contacts avec les internautes.

Programme

- **Présentation des différents systèmes de communication sur Internet**
Courrier électronique, forum et chat, listes de diffusion, formulaires en ligne et dispositifs de contribution, téléphonie et visiophonie...
Comment fidéliser les internautes et favoriser le développement d'une "commauté" sur Internet ?
Les complémentarités entre les services interactifs et la dimension éditoriale du site.
Exemples d'applications.
- **Courrier électronique**
Présentation technique d'Internet. Principes du courrier électronique. Favoriser la remontée d'informations. Mise en place d'un formulaire de courrier électronique sur un site Web. Gestion du courrier reçu. Répondre au "courrier des visiteurs".
- **Forums, chat et listes de diffusion**
Panorama de l'existant, des utilisations et des usages. Typologie : temps différé ou direct. Les différentes formes de forums sur Internet : forums de discussion ("newsgroups"), listes de diffusion ("mailing lists"), forums sur le Web ("bulletin boards"), messagerie en direct ("chat"), etc. Netiquette et règles de bonne conduite. La création et la gestion d'un forum : choisir le type de forum, définir les paramètres, les outils et prestataires, les aspects légaux, l'administration et l'animation. Les principes de conception et d'administration d'une liste de diffusion.
- **Les formulaires et bases de données en ligne**
Les dispositifs de communication et de contribution avec les formulaires et bases de données en ligne. Les outils et les principes de conception et de gestion. Exemples d'applications (sondages en ligne, petites annonces et annuaires en ligne...).
- **La visiophonie**
Les principes techniques et les applications, l'équipement matériel et logiciel, démonstration sur l'installation et l'utilisation d'une webcam.
- **Les perspectives de développement des technologies interactives d'Internet**

Objectifs

- Connaître les outils et techniques favorisant l'interactivité avec les internautes.
- Appréhender les différents aspects liés à la mise en place et à la gestion de ces outils de communication.

Destinataires

Journalistes en ligne, rédacteurs en chef Web, webmasters, responsables de projets Internet...

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique)
Formation(s) CFPJ conseillée(s)
de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM).

Effectifs

9 stagiaires maximum.

2 jours

À PARIS

17 ET 18 JANVIER 2001

12 ET 13 JUIN 2001

17 ET 18 DÉCEMBRE 2001

À MONTPELLIER

14 ET 15 JUIN 2001

Prix : 4 600 FHT - 701,27 €HT

☎ 01 44 82 20 23

La gestion dynamique d'un site Web avec des bases de données

Avec le développement des bases de données sur Internet se profilent de nouvelles méthodes de gestion de l'information.

Programme

- **Les principes théoriques d'une base de données**
Définition de la structure d'une base de données : création des tables et paramétrage. Exemple d'analyse de structure à partir d'un cas concret.
- **Panorama des différents types de bases de données sur le Web**
Gérer l'information avec des bases de données. Étude de cas.
- **Analyse de sites réalisés avec des bases de données**
Catalogue en ligne, boutique électronique, gestion d'une documentation Web... Exemple d'une base de données entièrement gérée par le Web. Les bases de données multimédia : gestion texte, image, vidéo, son...
- **Les moyens à mettre en œuvre**
Définition du cahier des charges. Organisation et compétences. Choix de la plate-forme : matériel, système d'exploitation et logiciel.
- **Saisie des données**
Les outils pour automatiser la saisie, la conversion ou la récupération d'une base existante. L'utilisation d'une même source de données pour des applications différentes.
- **Les coûts induits**

2 jours

À PARIS

28 ET 29 SEPTEMBRE 2000

15 ET 16 MARS 2001

27 ET 28 SEPTEMBRE 2001

Prix : 4 600 FHT - 701,27 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Photoshop pour le Web - niveau 2

Photoshop, outil incontournable de la retouche d'images dans la chaîne graphique, développe avec sa version 5.5, des outils particulièrement adaptés à l'optimisation des images pour le Web.

Programme

- **Rappel sur l'ergonomie et l'interface du programme**
Les différents menus, outils et palettes. Les calques et les filtres.
- **Les spécificités de la gestion de l'image pour le Web**
Les différents formats d'images.
- **Modification, retouche, trucage et optimisation des images pour le Web**
- **Automatisation des tâches avec l'éditeur de script**
- **Les fonctions de compression intégrées (JPEG, GIF, PICT et TIFF LZW)**
- **La photo numérique**
De la prise de vue avec le Nikon Coolpix 950 à la mise en ligne de la photo.
- **La création de gifs animés**
- **L'intégration d'une image optimisée dans une page Web**

1 jour

À PARIS

12 OCTOBRE 2000

4 JANVIER 2001

8 MARS 2001

13 SEPTEMBRE 2001

À MONTPELLIER

14 MAI 2001

Prix : 2 400 FHT - 365,88 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Objectifs

- Comprendre les différentes applications d'une base de données dans la mise en place d'un service Internet/Intranet.
- Apprendre à définir le projet de la base de données cahier des charges, choix des outils, choix d'un prestataire, compétences, coûts, incidences sur l'organisation de l'entreprise.

Destinataires

Éditeurs de site, rédacteurs en chef Web, webmasters... Tout professionnel chargé de mettre en place et de gérer un site Internet/Intranet...

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique).
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM).

Effectifs

9 stagiaires maximum

Objectifs

- Maîtriser les spécificités de Photoshop 5.5 pour le Web.

Destinataires

Professionnels de l'infographie. Toute personne amenée à créer des visuels pour le Web (ayant déjà une pratique de Photoshop).

Connaissances requises

Pratique d'Internet. Connaissance de base de Photoshop (une connaissance de base du développement HTML avec un éditeur Web est conseillée).
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à l'Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM), "Développer un site Web".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

Les formats de documents téléchargeables sur Internet (PDF, Winzip et Stuffit)

Vos lettres d'information, communiqués de presse, plaquettes ou programmes accessibles sur votre site Internet-Intranet... Nouveau support de diffusion de l'information, le téléchargement vous permet de valoriser rapidement vos publications "en ligne"...

Objectifs

- Connaître les différentes possibilités offertes par le téléchargement de documents sur Internet.
- Maîtriser les différents outils permettant de compresser et télécharger ces documents.

Destinataires

Éditeurs de sites (ou Webmasters) Internet-Intranet, maquettistes, secrétaires de rédaction...

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique)
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM).

Effectifs

9 stagiaires maximum.

Programme

- Les enjeux et les applications du téléchargement de documents
- Exercices pratiques de téléchargement et de réalisation de documents au format PDF, Winzip, Stuffit.
- Quels outils pour quels besoins ?
Panorama des possibilités qu'offrent des logiciels tels que Acrobat d'Adobe, Winzip et Stuffit. Études de cas.
- Acrobat et le format PDF
Spécificités et utilisation de Acrobat Reader, Acrobat Exchange et Acrobat Distiller : annotation, lecture et impression d'un document. Modification du texte et ses limites, protection du document. Compression des documents. Le format PDF comme outil de stockage.
- Winzip et Stuffit
Outils de compression de fichiers destinés à l'envoi par mail et au téléchargement.

2 jours

À PARIS

4 ET 5 DÉCEMBRE 2000

9 ET 10 AVRIL 2001

15 ET 16 OCTOBRE 2001

À MONTPELLIER

8 ET 9 OCTOBRE 2001

Prix : 4 600 FHT - 701,27 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Objectifs

- Apprendre à numériser une vidéo, à réaliser un montage vidéo interactif en y intégrant d'autres médias (images Photoshop par exemple) et des effets spéciaux.
- Savoir exporter la vidéo vers Internet ou un support DV (Digital Video).

Destinataires

Professionnels de l'audiovisuel et de l'infographie. Toute personne amenée à monter une vidéo pour un support CD/DVD-Rom ou Web.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique). Connaître les bases du développement HTML ou utiliser un logiciel de développement Web est conseillé.
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM), "Développer un site web".

Effectifs

9 stagiaires maximum.

La vidéo en ligne avec Final Cut Pro

Produit de la dernière génération des logiciels de développement multimédia, Final Cut Pro vous permet de réaliser des montages vidéo interactifs en y associant d'autres médias et en "streaming" pour le Web...

Programme

- Présentation du logiciel et de ses possibilités
- Les modes d'acquisition vidéo
- Les bases du montage avec Final Cut Pro
Découverte de l'interface, réglage des préférences, montage vidéo simple.
- Les fonctions avancées de l'outil
L'intégration d'éléments externes (images, sons, textes...). L'intégration d'effets spéciaux.
- Les différents formats de compression
L'intégration Quick Time 4 et la diffusion sur CD/DVD-Rom, Internet-Intranet.
- La vidéo broadcast
La retransmission en direct d'une vidéo sur le Web.
- Exercice de mise en ligne d'une vidéo

5 jours

À PARIS

16 AU 20 OCTOBRE 2000

14 AU 18 MAI 2001

22 AU 26 OCTOBRE 2001

À MONTPELLIER

9 AU 13 JUILLET 2001

Prix : 10 250 FHT - 1 562,60 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Mettre en place un service Internet/Intranet

La mise en œuvre d'un service Internet/Intranet n'est pas anodin dans le fonctionnement de l'entreprise. Elle modifie la stratégie de communication. Elle nécessite le choix et la mise en place d'une infrastructure technique et de compétences, la définition des tâches à réaliser en interne par rapport à celles qui seront sous-traitées par un prestataire.

Programme

- **Préalable sur la technologie Internet**
L'environnement d'Internet : mise en réseau des réseaux, structure physique d'Internet, état des technologies.
Les services d'Internet : e-mail, Web, FTP, IRC, forums...
Les fonctionnalités, les ressources informatiques nécessaires à la consultation et à l'hébergement, les protocoles.
- **Mettre en place l'infrastructure réseau Internet/Intranet/Extranet**
La connexion d'un réseau local à Internet.
Les différents types d'Intranet.
Les problèmes de sécurité.
La création de services à accès sécurisé.
La sécurisation d'un serveur. L'e-mail dans le contexte d'Intranet. La politique de gestion des comptes de courrier électronique en entreprise.
- **Organiser une unité de production Web en entreprise**
Compétences, répartition des tâches. Mode d'organisation du travail. Infrastructure technique à mettre en place. Tâches externalisables. Choix d'un prestataire.
- **Définir une solution d'hébergement**
La création d'un nom de domaine. Choisir un prestataire d'hébergement : les critères de sélection, tester un prestataire, les coûts des services, être indépendant de son prestataire.
- **Choisir les outils logiciels de développement**
Choisir un éditeur de pages Web. Mettre en place une panoplie de logiciels pour la création et la maintenance. Maîtriser les technologies générées sur le site. Les outils et langages de programmation. La liaison Web-base de données (SGBD compatibles avec Internet).
- **Définir de nouveaux modes de communication et d'organisation du travail**
Intégrer l'utilisation d'Internet dans l'organisation de l'entreprise. Le stockage de fichiers sur Internet. Le réflexe e-mail/Internet. Les supports et dispositifs d'information et de formation (hot line, aide en ligne...).

2 jours

À PARIS

25 ET 26 SEPTEMBRE 2000

15 ET 16 JANVIER 2001

2 ET 3 AVRIL 2001

5 ET 6 JUIN 2001

1 ET 2 OCTOBRE 2001

À MONTPELLIER

26 ET 27 OCTOBRE 2000

10 ET 11 DÉCEMBRE 2001

Prix : 4 600 FHT - 701,27€HT

☎ 01 44 82 20 23

Objectifs

Apprendre à définir son projet de mise en place d'un service Internet/Intranet en entreprise dans ses différentes composantes : infrastructure technique et choix des outils, organisation de la production et de la communication dans l'entreprise, choix des partenaires et partage des tâches...

Destinataires

Décideurs, directeurs de services amenés à créer un service Internet/Intranet au sein de leur entreprise.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique)
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM).

Effectifs

12 stagiaires maximum.

Manager un projet Web

De la rédaction du cahier des charges à la mise en ligne d'un site.
Comment manager la mise en œuvre d'un projet Web pour s'offrir une garantie de qualité et de bonne fin ?

Programme

- **La technologie Internet et les serveurs Web**
Les caractéristiques, les avantages et les limites d'Internet pour l'entreprise. Les technologies Internet, Intranet, Extranet. Les applications et les stratégies de communication au sein de l'entreprise. Étude de cas. L'évolution du marché et les perspectives de développement d'Internet dans l'entreprise.
- **La gestion de production d'un projet Web**
Les différentes compétences et la constitution de l'équipe. Les étapes de production et la mise au point du planning. Les coûts de production et la rédaction du devis. Les divers prestataires et acteurs du Web. Les aspects juridiques. La mise en ligne et l'hébergement. Présentation de productions et évaluation des moyens mis en œuvre.
- **Etude préalable et rédaction du cahier des charges**
L'étude des sites Web concurrents. L'approche de l'utilisateur et l'évaluation de l'équipement. La première définition du contenu et de l'arborescence. L'évaluation des moyens, des ressources à réaliser, des contraintes techniques et financières.
- **Les techniques de développement du Web**
Présentation de la chaîne technique et des outils de développement du Web. Le choix des technologies en fonction des projets.
- **La maintenance d'un site Web**
Les techniques de référencement du site. Les compétences et le rôle du Webmaster. Les techniques de mise à jour. Les coûts d'hébergement.

2 jours

À PARIS

18 ET 19 SEPTEMBRE 2000
18 ET 19 DÉCEMBRE 2000
12 ET 13 FÉVRIER 2001
28 ET 29 MAI 2001
5 ET 6 JUILLET 2001
24 ET 25 SEPTEMBRE 2001
12 ET 13 NOVEMBRE 2001

À MONTPELLIER

20 ET 21 NOVEMBRE 2000
29 ET 30 MARS 2001

Prix : 4 600 FHT - 701,27 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Faire connaître son site Web

Un site Web n'existe véritablement que par l'audience qu'il génère.
Toutes les techniques de référencement, de marketing et de promotion pour faire connaître son site Web.

Programme

- **Un site Web pour communiquer**
Identifier son public, ses cibles. Définir ses objectifs. Choisir son positionnement. Spécificités des services e-mail et Web d'Internet. Notion "one to one" et de marketing relationnel.
- **Le référencement auprès des moteurs de recherche et annuaires**
Référencement auprès des sites "portails" (moteurs et annuaires de recherche). Le fonctionnement des moteurs et agents intelligents. Les méthodes de référencement. Entretenir sa présence sur le Net (la veille référentielle).
- **Les techniques de promotion**
L'achat d'espace (Web et mail, bandeaux et sponsoring). Le marché et les acteurs de la publicité. Réaliser son plan média. Animations de contenu. Relations presse. Synergies médias/hors médias.
- **L'analyse des retombées**
La mesure d'audience : concepts, outils, qualités et limites. Interprétation des statistiques de fréquentation (fichiers log). Identification des sources de trafic. Retours qualitatifs issus du mail. Études et enquêtes de satisfaction.

1 jour

À PARIS

20 OCTOBRE 2000
18 JANVIER 2001
5 MARS 2001
11 JUIN 2001
3 OCTOBRE 2001
3 DÉCEMBRE 2001

À MONTPELLIER

9 MARS 2001
22 NOVEMBRE 2001

Prix : 2 400 FHT - 365,88 €HT

☎ 01 44 82 20 23

Objectifs

Maîtriser les différents aspects liés à la gestion de production d'un site Web (définition du projet et cahier des charges, prestataires, choix des technologies, organisation de l'équipe de production, planning, coûts et devis).

Destinataires

Éditeurs de sites Web, tout professionnel amené à coordonner la production d'un site Web.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique)
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM).

Effectifs

12 stagiaires maximum.

Objectifs

- Apprendre à définir, à mettre en place et à entretenir une stratégie de communication pour son site Web.
- Connaître les techniques de promotion de son site Web.
- Apprendre à le faire référencer auprès des outils de recherche.

Destinataires

Tout professionnel responsable de la conception, de la promotion ou de l'administration d'un site Web.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique)
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet en entreprise".

Effectifs

12 stagiaires maximum.

Le droit d'Internet et du multimédia

Avec le développement du multimédia et d'Internet, de multiples questions juridiques se posent. Il est fondamental de maîtriser le cadre législatif pour s'assurer de la réussite de tout projet dans ce domaine.

Programme

- **Les particularités du multimédia, d'Internet et les problèmes juridiques soulevés**
d'hébergement, de promotion d'un site ou encore contrats liés au commerce sur Internet.
- **Les dispositifs réglementaires encadrant l'œuvre multimédia**
Le code de la propriété intellectuelle.
Le droit à l'image. Le droit des marques...
- **Les transactions sur le réseau**
Les problèmes de sécurité et de piratage, les systèmes à l'étude, la cryptographie. Le commerce électronique : la valeur juridique des transactions à distance, le contrat à distance, le paiement électronique.
- **Comment le droit d'auteur s'applique-t-il à Internet et au multimédia ?**
Les principes du droit d'auteur. Les modes de rémunération forfaitaire et proportionnelle des auteurs. Les notions d'œuvre logicielle, collective, de collaboration ou composite. Les sociétés de perception et de répartition des droits.
- **Le règlement des différends**
- **Les responsabilités vis-à-vis de l'information diffusée**
La protection des droits et des libertés de la personne. La loi relative à l'informatique. La loi sur la liberté de la presse. La responsabilité des liens hypertextes. Aspects déontologiques de la presse électronique...
- **Les différents types de contrats**
Contrats d'auteur, de conception-crédation d'un site,

1 jour

À PARIS

13 NOVEMBRE 2000

12 JANVIER 2001

2 MARS 2001

20 JUIN 2001

10 SEPTEMBRE 2001

17 DÉCEMBRE 2001

À MONTPELLIER

8 MARS 2001

Prix : 2 400 FHT - 365,88 €HT

01 44 82 20 23

Objectifs

- Comprendre et maîtriser le cadre juridique de l'édition multimédia en et hors ligne
- Appréhender l'environnement juridique concernant la diffusion en ligne d'informations et le développement de la presse électronique.

Destinataires

Juristes, éditeurs multimédia, journalistes en ligne, responsables de publication en ligne, rédacteurs en chef Web, tout public amené à concevoir, à réaliser, à produire ou à diffuser des productions multimédias en ou hors ligne.,

Effectifs

12 stagiaires maximum.

Piloter un Intranet

L'Intranet est un vecteur simple et puissant pour dynamiser la communication. Ce qui implique des savoir-faire spécifiques tant sur le plan technique qu'en termes de relations humaines et de stratégies de communication.

Programme

- **La définition d'Intranet**
Intranet et Extranet : technologie et fonctionnement. La sécurisation, les apports d'un Intranet.
 - **Le fonctionnement d'un Intranet**
Internet et le monde de l'entreprise, les nouveaux modèles d'organisation de l'entreprise. Les différents types d'applications. L'intégration d'Intranet parmi les autres supports de communication interne de l'entreprise.
 - **La gestion d'un projet Intranet**
Les méthodologies de conception et de production, les coûts, les prestataires, les compétences.
 - **Le développement d'un réseau Intranet**
Présentation des techniques de développement. L'organisation de la production, les compétences.
 - **La gestion du système d'information Intranet**
Le rôle du Webmaster. L'administration, la maintenance
- technologique et éditoriale. Le suivi et le développement d'un réseau Intranet. La mesure de l'utilisation.
- **Les perspectives de développement de cette technologie : multimédia, visioconférence...**

2 jours

À PARIS

16 ET 17 OCTOBRE 2000

18 ET 19 DÉCEMBRE 2000

26 ET 27 FÉVRIER 2001

17 ET 18 MAI 2001

27 ET 28 SEPTEMBRE 2001

4 ET 5 DÉCEMBRE 2001

À MONTPELLIER

2 ET 3 MAI 2001

Prix : 4 600 FHT - 701,27 €HT

01 44 82 20 23

Objectifs

- Comprendre la technologie Intranet et ses applications
- Apprendre à manager la mise en œuvre d'un projet Intranet en entreprise.

Destinataires

Responsables de la communication, des services informatiques, du marketing, tout professionnel amené à gérer un Intranet.

Connaissances requises

Pratique d'Internet (Web et courrier électronique)
Formation(s) CFPJ conseillée(s) de mise à niveau : "Initiation à Internet pour les journalistes" ou "Initiation à Internet en entreprise" (catalogue CIM).

Effectifs

12 stagiaires maximum.

Le multimédia

Le département multimédia au carrefour

des savoir-faire en matière de transmission

de l'information met son expertise éditoriale

et technologique à votre service. L'évolution rapide

des moyens, des solutions techniques multimédia

et des compétences, font du "sur mesure"

la méthode la plus efficace pour atteindre

vos objectifs, en terme de rapidité, de performance

et d'efficacité de résultats.

Formations sur mesure

Chaque formation est bâtie en fonction de vos besoins, de votre organisation, de votre public, de votre projet multimédia, de votre infrastructure technique... Elle pourra se dérouler au sein de votre entreprise ou au CFPJ.

Toutes nos sessions peuvent être déclinées en formation intra-entreprise. À votre demande, nous assurons aussi la mise en place de formations plus spécifiques.

En voici quelques exemples :

1. Secrétariat de rédaction Web
2. Agences de presse en ligne, PQR – PHR en ligne, télévisions et radios en ligne...
3. Le droit de la presse en ligne
4. Les techniques d'investigation avec Internet appliquées à des secteurs particuliers (ex. information scientifique, iconographie...)
5. Les passerelles de XPress vers le Web
6. Réaliser une revue de presse en ligne
7. La gestion d'une base de données documentaire en ligne

...

Nous pouvons vous accompagner dans la mise en place de votre plan de formation, en amont pour vous aider à répondre aux besoins de formations exprimés, et à l'issue de la formation, pour vous conseiller.

Parce que chaque projet professionnel est particulier, nous pouvons aussi vous proposer un plan de formation individuel adapté à votre demande.

Toutes nos formations sont animées par des journalistes et des professionnels de l'édition multimédia reconnus, experts sur leur champ d'intervention.

Nos salles de formation multimédia sont équipées de stations informatiques de dernière génération en réseau. Chaque formation fait l'objet d'une préparation technique spécifique. Chaque participant dispose de sa propre station de travail pour toutes nos formations aux techniques multimédia.

Expertise et conseils

Pour informer et sensibiliser vos équipes de rédaction, nous organisons des séminaires sur des thèmes liés à l'actualité, à l'évolution des métiers, des technologies et des applications de la presse en ligne.

Organisés en cycle d'une demi ou d'une journée, ils sont l'occasion de bénéficier de l'expérience de spécialistes et peuvent être accompagnés de démonstrations de technologies et de médias en ligne.

Le CFPJ peut vous apporter ses conseils pour la mise en ligne de vos publications (approche éditoriale, compétences, maquette, infrastructure technique...).

Conseil, étude, veille technologique, recherche de sources d'information sur Internet, mise en place de dispositifs de "e-formation" (utilisant les nouvelles technologies multimédia), notre équipe est à votre disposition pour répondre à vos besoins.

Dans un secteur aussi évolutif que celui du multimédia, notre ambition est de développer une veille permanente et de rester à la pointe des nouvelles technologies de l'information, pour vous proposer des prestations de qualité en adéquation avec vos besoins.

Formez-vous " on line "

Toutes nos formations sont accompagnées d'un support pédagogique remis à chaque participant.

Sur votre demande, nous pouvons aussi réaliser des supports spécifiques destinés à être mis en ligne sur votre site Internet-Intranet.

Ces supports de formation peuvent être conçus en complémentarité d'une formation "présentielle" ou comme un support d'auto-formation.

Exemple de réalisation : Conception et développement HTML d'un support de formation aux techniques de rédaction et de conception Web. Il comprend une partie théorique et méthodologique sur les techniques d'écriture et de conception avec de multiples illustrations, animations interactives et liens vers des exemples de médias en ligne, une partie pratique comprenant différents exercices d'écriture (avec des propositions de réalisations), et diverses annexes (glossaire, répertoire Web...).

Accompagnement pour les dirigeants

Dirigeants d'entreprise de presse nous vous proposons un accompagnement individuel sur mesure pour vous former à l'Internet.

Un dispositif qui vous permet de vous former sur votre lieu de travail en fonction des disponibilités de votre emploi du temps. Nous étudions le contexte et le contenu pédagogique de votre formation.

Des documents pédagogiques spécifiques sont préparés sur votre demande. Un bilan est dressé à chaque intervention. Notre consultant-formateur vous accompagne, il est disponible pour vous apporter ses conseils en dehors de ses interventions.

Contacts

Département Multimédia
Tel : 01 44 82 20 41
Fax : 01 44 82 20 01
multimedia@cfpj.com

Consultez nos offres de formation
et de prestations mises à jour sur

www.cfpj.com