



## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Comprendre les technologies web  
Anticiper les problèmes  
Avoir une vision complète permettant d'élaborer les meilleures solutions  
Donner aux équipes non techniques les outils et les moyens de mieux comprendre le web  
Comprendre le paysage publicitaire digital  
Comprendre les changements induits par le numérique dans les usages des consommateurs et des marques  
Découvrir les tendances actuelles et à venir de la communication online

## PUBLIC , PRE-REQUIS

Dirigeants de TPE, PME et travailleurs indépendants, et toute personne désirant développer sa connaissance du Web  
Bonnes connaissances de l'outil informatique Mac ou Pc.

## COMPÉTENCES ACQUISES

Connaître le fonctionnement du Web

## MODALITES D'EVALUATION

Contrôle continu des connaissances acquises  
QCM - Projet de fin de stage

## PROFIL DU FORMATEUR

Ingénieur Internet et technique de référencement

## LIEU DU STAGE

Boulogne, Neuilly, sur site, domicile



## MOYENS TECHNIQUES

Ordinateur Mac et PC,  
systèmes et logiciels divers  
Connection internet

## DUREE ET TARIFS

Session de 20 heures par stagiaire  
Horaires de 14h00 à 18h00  
Groupe de 2 à 5 stagiaires

1 200,00 € H.T. T.v.a. applicable 20 %  
soit 1 440,00 T.T.C.

## DOCUMENT DELIVRE EN FIN DE STAGE

Attestation de stage

## CALENDRIER

[Consulter les dates de session](#)

# PROGRAMME DE LA FORMATION

## COMPRENDRE LE RÉSEAU ET SES PROTOCOLES

World wide web

Histoire et composantes

Nouvelles infrastructures : vers le Cloud Computing

## CONCEPTS ET MÉCANISMES

Architecture

Hypertexte et hypermédia

Désignation et notion d'URL

Navigateur

Serveur

## PROTOCOLE HTTP

Protocole http

Protocole TCP/IP

Les sessions

Les formats de données

Toutes les étapes d'une connexion

## IDENTIFIER LES COMPOSANTS CLÉS DU FRONT OFFICE

Structure et organisation d'une page web

Header, Body, Footer, implications dans la construction d'un site

Front Office vs Back Office

## LES LANGAGES COTÉ CLIENT

HTML, HTML5, XML, CSS

Flash / 3D / Vidéo / Parallaxe

Langages de scripts (Javascript, Vbscript, JQuery...)

## RESPONSIVE DESIGN / ADAPTATIVE DESIGN

La révolution technique du Mobile

Les méthodes d'adaptation du site aux mobiles

## CONNAITRE LES COMPOSANTS CLÉS DU BACK OFFICE

Les Content Management Systems

Liste, caractéristiques et classements des CMS Open sources

Analyse des CMS propriétaires

Les langages serveurs

Langages de programmation

Frameworks

Place et gestion des médias

## LES SERVICES INTERNET

API's application programming interface

## ARCHITECTURE SERVEURS ET HÉBERGEMENT

Les composants et les choix

Les composantes de l'hébergement

Logiciels et rôles

Types de serveurs et choix

## LES BASES DE DONNÉES

Le stockage des données

Les bases de données Relationnelles

Les langages de bases de données

## LA SÉCURITÉ

Protocoles de sécurité ,SSL, HTTPS

Systèmes bancaires 3DSecure...

Echanges et hébergements de données

## OUTILS OPÉRATIONNELS D'ANALYSES TECHNIQUES

Outils d'analyse de page

Outils d'analyse de structure technique

Outils d'analyse du SEO

Outils d'analyses des performances du site

Outils d'analyse des performances de l'hébergement

## GESTION DE PROJET WEB

Savoir-faire techniques et fondamentaux

Savoir identifier des temps de développements en analysant les composantes des éléments à créer ou modifier

## DIGITAL MARKETING

Les aspects techniques

Les aspects techniques du SEO

Les bases techniques du Tracking

La logique technique du RTB et de l'affiliation

Les aspects techniques de la délivrabilité des emails

## LE NEW DEAL DIGITA

Débats et tendances

Brand content : du storytelling au storymaking

Big data : le graal des bases de données personnelles

Ubérisation et nouveaux business modèles

## POUR ALLER PLUS LOIN

BackOffice vs Front Office

Le rôle du serveur web dans la relation client/serveur

Détail du protocole HTTP

Les principaux langages du web

Structure d'une page HTML

Les bases du langage PHP

Le langage SQL

Positionnement CSS

Présentation de Javascript

Introduction à JQuery (Framework)

Les différents modes d'hébergement (SaaS et Cloud)

Le mobile et la stratégie d'ubiquité

Compatibilité des Navigateurs

Compatibilité des systèmes d'exploitation ordinateur

Compatibilité des systèmes d'exploitation mobile et tablette

## MUTATION DU PAYSAGE DIGITAL

Les nouveaux usages consommateurs

Digitalisation des médias et dialogue 2.0

Les écrans, nouvelle clé de voûte des écosystèmes de marque

Nouveaux parcours clients et nouveaux modes d'achat

Modèle OSEP : quand le contenu devient le plus important

## LES ACTEURS DU DIGITAL

Terminologie et concepts-clés

Le marché publicitaire digital : acteurs, chiffres-clés, et nouvelles expressions créatives

La révolution de la publicité programmatique : RTB et adexchanges

La publicité sur les réseaux sociaux : nouvel enjeu de monétisation

## LES LEVIERS DE COMMUNICATION ONLINE

Paid, owned, shared, earned

Owned : les espaces maîtrisés par les marques, des sites aux applications mobiles

Shared : médias sociaux et réseaux sociaux (Instagram, Twitter, Facebook, Pinterest),

les réseaux mobiles et les acteurs du géolocal

Earned : e-réputation et community management

Paid sur desktop & mobile : display, SEM, vidéo, native ads, achat à la performance