



Formation réalisée par ATELHIS
(Giulio Romero)

06 07 77 19 25 - info@atelhis.fr

Formations AtelHis



tel : 06 07 77 19 25
romero@univ-paris1.fr





Table des formations

Internet :

Les bases de l'Internet

contenus, méthodes, développements (18h, 3 jours)

Trouver sur Internet

*méthodes et stratégies pour trouver la
bonne information (6h, 1 jour)*

A quoi sert un site Internet

*tout ce qu'il faut savoir avant de faire réaliser un site Internet
(6h, 1 jour)*

Analyse de site Internet

*méthodes et stratégies pour être mieux vu dans Internet (12h,
2 jours)*

Réaliser le cahier des charges d'un site Internet

les étapes, les contenus, le droit (12h, 2 jours)

L'écriture et l'Internet

*structuration, style, pratiques du texte sur les nouveaux
médias (12h, 2 jours)*

Créer un site Internet simple

*initiation aux outils et méthodes pour mettre en ligne (12h, 2
jours)*

Localiser un site Internet

traduire, transformer, convaincre (6 heures, 1 jour)

Outils :

Utiliser PowerPoint efficacement

présenter, expliquer, convaincre (12h, 2 jours)

Histoire :

Bases de données en Histoire

de la source à la table sans perte d'information (18h, 3 jours)

L'écriture de l'Histoire

*structuration, style, temps et pratiques de l'écriture du texte
en Histoire (12h, 2 jours)*

Créer un site historique sur Internet

contenus et méthodes (12h, 2 jours)

Métier :

Créer, gérer et valoriser un site internet hôtelier

de la conception à la vente (18h, 3 jours)



Les bases de l'Internet **contenus, méthodes, développements**

Durée

18 heures

Niveau

Bonne connaissance de base
de l'ordinateur et de l'Internet.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Fournir la connaissance
théorique et le vocabulaire,
ainsi que la pratique
nécessaire pour la mise en
œuvre d'un site Internet.

Public

Cadres divers et responsables
de services ; enseignants ;
administrateurs des formations
et centres...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion
Internet par participant. Sur
chaque poste :

- Traitement de textes
(OpenOffice, MS Word...)
- Editeur HTML
(Macromedia
Dreamweaver)
- Logiciel de ftp (Filezilla,
WsFtp LE...)
- Eventuellement,
Macromedia Contribute.

Un vidéo-projecteur.

Groupes de 6 à 10 personnes.

A quoi sert un site Internet? (2h)

tout ce qu'il faut savoir avant de faire réaliser
un site Internet

Réaliser le cahier des charges d'un site Internet (4h+2h) :

les étapes, les contenus, le droit

L'écriture et l'Internet (4h):

structuration, style, pratiques du texte sur les
nouveaux médias

Créer un site Internet simple (6h).

initiation aux outils et méthodes pour mettre en
ligne



Formation réalisée par ATELHIS
(Giulio Romero)

06 07 77 19 25 - info@atelhis.fr

Trouver sur internet méthodes et stratégies pour trouver la bonne information

Durée

6 heures

Niveau

Bonne connaissance de base
de l'ordinateur.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Savoir définir ce que l'on
recherche, le trouver sur
Internet, savoir l'utiliser.

Public

Cadres divers et responsables
de services ; enseignants ;
documentalistes,
bibliothécaires, chargés de
recherches dans Internet.

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion
Internet et logiciel de
navigation par participant.

Un vidéo-projecteur.

Groupes de 6 à 10 personnes.

- Introduction :

Connaître les bases et les principes l'Internet

- Que cherche-t-on ?

Savoir définir une information. Savoir préciser
l'information que l'on recherche.

- Chercher dans un bon site !

Savoir distinguer la bonne forme pour y
retrouver le bon fond.

- Les fils d'Ariane de l'Internet.

Connaître les lieux, les outils et les mirages de
l'information en ligne.

- Pas d'information sans préparation !

Connaître les stratégies et les tactiques de la
recherche d'information en réseau.

- A qui appartient l'information ?

Connaître les droits et devoirs de l'utilisateur du
réseau.



A quoi sert un site Internet tout ce qu'il faut savoir avant de faire réaliser un site Internet

Durée

6 heures

Niveau

Bonne connaissance de base de l'ordinateur. Notions d'Internet.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Connaître tous les éléments intervenant dans la fabrication d'un site internet. Savoir comprendre un prestataire. Savoir estimer un coût.

Public

Cadres divers et responsables de services ; enseignants ; administrateurs des formations et centres...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion Internet et logiciel de navigation par participant.

Un vidéo-projecteur.

Groupes de 6 à 10 personnes.

- Quel est l'objectif recherché ?

Image de votre établissement, publics, réactivité, satisfaction utilisateurs, outil de communication, outils complémentaires.

- Quelles sont les principales catégories de site Internet ?

Site plaquette, site Web, catalogue en ligne, e-commerce.

- Quelles sont les étapes de la création ?

Le cahier des charges, le devis, la maquette, la structure, les rubriques, les règles de référencement, le nom de domaine, l'espace disque, la maintenance, les mises à jour

- Quel est le vocabulaire spécifique ?

HTML, Javascript, DHTML, ASP, FLASH, Real Audio/Vidéo, Vues panoramiques, Objets 3D...

- Combien coûte un site Internet ?

Les éléments à prendre en compte, les moyens pour calculer le coût. Où « trouver » l'argent.



Réaliser le cahier des charges d'un site Internet

les étapes, les contenus, le droit

Durée

12 heures

Niveau

Bonne connaissance de base de l'ordinateur et de l'Internet. Destiné aux responsables de la création de sites et de la mise en ligne de contenus.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Connaître les éléments, les étapes et les incontournables de l'établissement d'un cahier des charges pour la création d'un site. Ne pas se laisser mal mener par un prestataire de services.

Public

Cadres divers et responsables de services ; enseignants ; administrateurs des formations et centres...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion Internet et logiciel de navigation par participant.

Un vidéo-projecteur.

Groupes de 2 à 4 personnes.

- Introduction : à chacun son site !

Un cahier des charges « guide », mais pas modèle. Chaque site devrait être différent !

- Votre entreprise et vous.

Se présenter, se connaître, se représenter aux yeux d'un prestataire de services.

- Quel est l'objectif du site?

Définir de manière claire et contractualisable l'objectif du site internet.

- Savoir définir le projet.

Les acteurs, le calendrier, les publics, les contenus, les volumes, la structure.

- Les prestations attendues.

Charte graphique et charte éditoriale, création et récupération de contenus, développement, maquette du site, noms de domaine et adresses email, hébergement, référencement, mises à jour et maintenance, statistiques.

- Utiliser le vocabulaire spécifique

HTML, Javascript, DHTML, ASP, FLASH, Real Audio/Vidéo, Vues panoramiques, Objets 3D...

- Les livrables, les propriétés, les droits.

Que doit-on avoir en main à la fin du projet ? A qui cela appartient-il ? Comment le contractualiser ?

- Payer son site Internet.

Etapes de paiement, éléments à payer (ou à ne pas payer !), tarifs.



Formation réalisée par ATELHIS
(Giulio Romero)

06 07 77 19 25 - info@atelhis.fr

L'écriture et l'Internet ***structuration, style, pratiques du texte*** ***sur les nouveaux médias***

Durée

12 heures

Niveau

Bonne connaissance de base de l'ordinateur et de l'Internet. Bonne maîtrise de l'écrit.

Dates et lieux

Sur site chez vous, aux dates définies avec vous.

Objectifs

Connaître le fonctionnement de la lecture sur écran, pour pouvoir écrire sur les nouveaux médias.

Public

Cadres divers et responsables de services ; enseignants ; administrateurs des formations et centres...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion Internet et logiciel de navigation par participant. Un logiciel d'écriture et/ou d'édition HTML. Groupes de 4 à 6 personnes.

Pour quels médias écrivons nous ?

Interne ou externe, acteurs et lecteurs, synchrone ou asynchrone, dynamique ou fixe.

Comment nous lit-on ?

Du papier au numérique, du texte au multimédia, du rouleau au codex et du codex au rouleau, lectures linéaires et lectures spot, la révolution du rapport support/contenu/temps. Comment écrire riche, concis et utilisable.

Qui nous lit ?

Choisir son public, répondre à ses attentes : la ligne éditoriale

A la base : des règles toutes simples...

Faire bref et concis, choisir son style (ton, procédés stylistiques, mode de présentation, mise en page...), la typographie pour le dire mieux.

...mais parfois une structure compliquée :

Organiser l'information, structurer le support informatique, faciliter la navigation (arborescence, navigation, charte graphique, liens, ergonomie, ce qui change et ce qui ne change pas...).

Entretenir le suspense, garantir la qualité

Renouvellement et mise à jour des contenus, le bon archivage, répartition des tâches et flux d'informations. Faire voir et faire savoir : montrer les nouveautés, apporter l'information à l'utilisateur.

Droits d'auteur, de lecteur, d'utilisateur

Règles, possibilités et interdits du réemploi du texte des autres pour un texte à soi.

Créer un site Internet simple outils et méthodes pour mettre en ligne

Durée

12 heures

Niveau

Bonne connaissance de base de l'ordinateur et de l'Internet.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Savoir choisir outils et structuration de l'information selon l'objectif du site, mettre en forme et en ligne les contenus, pouvoir créer un site simple.

Public

Cadres divers et responsables de services ; enseignants ; administrateurs des formations et centres...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion Internet par participant. Sur chaque poste :

- Traitement de textes (OpenOffice, MS Word...)
- Editeur HTML (Macromedia Dreamweaver)
- Logiciel de ftp (Filezilla, WsFtp LE...)
- Eventuellement, Macromedia Contribute.

Un vidéo-projecteur.

Groupes de 6 à 10 personnes.

- Définir son site.

Quel est l'objectif recherché ? Quelle catégorie de site faut-il envisager ? Quelles sont les catégories techniques des sites ? Quelles sont les étapes de la création ? Quelle forme pour quel contenu ?

- Mettre en forme les contenus et structurer le site

Choisir l'organisation du site, découper les contenus en fonction de la structure, la créer sur le disque. Connaître les outils à faire apparaître dans le site (table des matières, moteur de recherche, charte graphique, découpage de page...). Connaître les éléments du référencement. Eléments obligatoires.

- Les outils.

Editeur HTML (les autres éditeurs) pour une page HTML (les autres types de pages). Ce qu'il ne faut pas utiliser. Comment gérer le texte, l'image, l'animation.

- La mise en ligne.

Prestataires et noms de domaine. Espace, vitesse, possibilités.

- L'après mise en ligne.

Maintenance et mise à jour (logiciel Contribute...), référencement, entretien. Quand et comment effacer un site inutile.



Analyse de site Internet **méthodes et stratégies pour être mieux** **vu dans Internet**

Durée

12 heures

Niveau

Bonne connaissance de base de l'ordinateur et de l'Internet.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Savoir mettre en évidence sur son propre site les éléments qui faciliteront le référencement. Référencement de base.

Public

Cadres divers et responsables de services ; enseignants ; administrateurs des formations et centres...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion Internet et logiciel de navigation par participant.

Un vidéo-projecteur.

Groupes de 4 à 6 personnes.

- **Introduction** : à quoi ça sert d'être vu ?

Quantité ou qualité ?

- **Un beau site** ?

Paramètres visuels, outils techniques et impression subjective : le virtuel doit il être le reflet du vrai ?

- **Modifier le code.**

Titres, descriptions, mots clé, contenus : savoir se mettre en valeur pour être mieux vu. Qui doit prendre la responsabilité des modifications ?

- **Outillages du net : les moteurs de recherche.**

Sites, listes, moteurs de recherche, méta-moteurs : de l'échelle de l'artisanat à l'échelle industrielle.

- **Référencement naturel ou référencement payant ?**

Les meilleures manières d'être pris en compte dans les moteurs de recherche. Comment ils comptent, et comment vous comptez pour eux.

- **Pas d'information sans préparation !**

Connaître les stratégies et les tactiques de la recherche d'information en réseau.

- **A qui appartient l'information ?**

Connaître les droits et devoirs de l'utilisateur du réseau.



Localiser un site Internet **traduire, transformer, convaincre**

Durée

6 heures

Niveau

Bonne connaissance de base de l'ordinateur.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Savoir adapter un site existant en français aux contraintes d'autres lieux. Gagner de nouveaux publics à l'étranger.

Public

Cadres divers et responsables de services ; enseignants ; administrateurs des formations et centres...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion Internet par participant. Sur chaque poste :

- Editeur HTML (Macromedia Dreamweaver)

Un vidéo-projecteur.

Groupes de 4 à 6 personnes.

- Introduction : du bon usage des langues étrangères

La traduction et ses difficultés, l'Internet et ses difficultés, la « vente » et ses difficultés.

- Ce qu'il faut traduire.

Les textes, le code, les titres, les commentaires, les éléments de référencement, le nom de domaine.

- Ce qu'il faut refaire.

Les publics, les structures, le référencement, les sites liés et de référence, quelques éléments graphiques, les contacts.

- Ce qu'on peut garder.

La charte graphique, le sens des contenus, la documentation.

- Quelques contextes d'adaptation

Villes ou campagnes, Europe ou reste du monde, Euro ou pas euro, développement ou en voie de développement.

- Les droits de l'Internet

Règles, possibilités et interdits variant d'un pays à l'autre. Les mentions légales obligatoires en fonction du pays.



Utiliser PowerPoint efficacement présenter, expliquer, convaincre

Durée

12 heures

Niveau

Bonne connaissance de base de l'ordinateur.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Savoir utiliser le logiciel PowerPoint. Savoir exploiter un diaporama pour une présentation efficace.

Public

Cadres divers, enseignants, formateurs, et autres publics devant structurer et présenter de l'information à l'aide de PowerPoint.

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur muni de PowerPoint, avec connexion Internet et logiciel de navigation, par participant

. Groupes de 4 à 6 personnes.

- Introduction : une nouvelle manière de convaincre?

Du papier au multimédia, du monologue au duo (trio, quatuor...), du statique au dynamique.

- Matière première : la choisir, la trier, la mettre en forme pour PowerPoint.

Une documentation multimédia, des critères discriminants, la recherche de certains effets.

- Les logiques de présentation.

Structurer la présentation, naviguer dans la présentation, la part affichée et la part dite. La qualité d'information, la quantité d'information, les temps de présentation.

- Outillages de PowerPoint.

La diapositive et le diaporama. Les réglages par défauts et les effets spéciaux. Les images et le texte. Le visible et l'invisible : PowerPoint pour le public et PowerPoint pour le présentateur.

- Usages et abus des présentations.

Eviter de surcharger images et textes. Les bases de la mise en page pour la PréAO.

- Comment présenter un diaporama?

Faciliter la lecture et le repérage à l'écran. Que laisser au public, et quand? Etablir un dialogue entre diapositives et présentateur. Savoir garder le suspense.

- Droits d'auteur, du public, de l'utilisateur

Règles, possibilités et interdits du réemploi de la présentation des autres pour une présentation à soi.



Bases de données en Histoire de la source à la table sans perte d'information

Durée

18 heures

Niveau

Bonne connaissance de base
de l'ordinateur.

Dates et lieux

Sur site chez vous, aux dates
définies avec vous.

Objectifs

Savoir utiliser une
documentation idoine pour
construire et exploiter une base
de données en histoire.

Public

Etudiants, enseignants
chercheurs en histoire ou en
Sciences Humaines... Master,
doctorat, recherche...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec un logiciel
de gestion de bases de
données relationnelles par
participant.

Groupes de 6 à 10 personnes.

- Introduction :

Les fiches en bristol dans les boîtes à chaussures
en carton. Brève histoire des bases de données en
Histoire.

- Que manipule-t-on ?

Qu'est-ce qu'une bonne source pour
l'informatisation ? Savoir définir une information.
Savoir passer de l'information à la rubrique et de la
rubrique à la variable. Le passage du document
source à la méta-donnée informatique.

- Le champ, la structure, la table, la base de données

Savoir mettre en forme les données dans les
formats informatiques sans perte d'information. La
théorie de la fiche et sa réalisation pratique.

- Les fils d'Ariane dans les bases de données.

Savoir lier et délier les informations d'une base de
données.

- Pas d'information sans préparation!

Connaître les outils et les manières pour exploiter
une base de données. Stratégies et tactiques de la
recherche d'information.

- Apports et limites des bases de données en histoire

Savoir à quoi ça sert, et à quoi on ne doit pas
l'utiliser.

- Création d'une base de données personnelle.

Construire un modèle à partir de ses données ou
de celles de l'enseignant. Appliquer son propre
savoir historique à la création du modèle.

- Exploiter une base de données personnelle.

Appliquer son propre savoir historique à l'utilisation
et exploitation des données créées.



L'écriture de l'Histoire

structuration, style, temps et pratiques de l'écriture du texte en Histoire

Durée

12 heures

Niveau

Expérience et nécessité de l'écriture. Maîtrise suffisante de l'écrit.

Dates et lieux

Sur site chez vous, aux dates définies avec vous.

Objectifs

Ecrire pour soi ou pour d'autres un livre d'Histoire (histoire, monographie, biographie, autobiographie...).

Public

Tout public intéressé par l'histoire, et désirant écrire un texte historique...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur, papier, crayon. Groupes de 4 à 6 personnes.

A quoi sert l'Histoire ?

Toute personne qui écrit de l'Histoire (son histoire ou celle de sa famille, celle des événements qui la touchent ou l'intéressent, le fruit d'un processus professionnel d'élaboration ou celle d'une envie personnelle...) apporte sa propre réponse à cette question. Et par conséquent son propre style. Toutefois, certaines règles permettent d'ajouter à la clarté, la lisibilité, la précision du propos.

Comment se fabrique l'histoire ?

Du document à la source, de la source au récit. Les différentes sortes d'informations : événements, personnages, statistiques. Eviter les anachronismes et les erreurs de points de vue.

Comment organiser un plan historique?

Décortiquer l'information. Construire un plan. Parties, sous parties, paragraphes.

Trucs et astuces d'écriture.

Les temps, les langues, les phrases. Faire bref et concis, choisir son style (ton, procédés stylistiques, mode de présentation, mise en page...), la typographie pour le dire mieux.

Documentation et appareil critique.

Organiser la documentation, faire une bibliographie, faciliter la lecture (index, table des matières, notes en bas de page, renvois...).

Droits d'auteur, de lecteur, d'utilisateur

Règles, possibilités et interdits du réemploi du texte des autres pour un texte à soi.



Créer un site historique sur Internet contenus et méthodes

Durée

12 heures

Niveau

Bonne connaissance de base de l'ordinateur et de l'Internet.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Pourquoi, comment, quelles méthodes pour développer un site historique.

Public

Tous publics ; responsables de mairies et collectivités locales en charge de la valorisation de leur patrimoine ; cadres de toute entreprise engagée dans la valorisation patrimoniale d'un lieu, d'une personne, d'un bâtiment (hôtel, agence de voyage, monument), cadres divers et responsables de services et monuments ; enseignants ; doctorants, étudiants, administrateurs...

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion Internet par participant. Sur chaque poste :

- Traitement de textes (OpenOffice, MS Word...)
- Editeur HTML (Macromedia Dreamweaver)
- Logiciel de ftp (Filezilla, WsFtp LE...)
- Eventuellement, Macromedia Contribute.

Un vidéo-projecteur.

Groupes de 6 à 10 personnes.

- A quoi sert un site historique ?

Mettre en valeur les lieux, les personnes et/ou les entreprises (situer dans le temps et l'espace, valoriser les attraits touristiques et patrimoniaux, accroître le trafic et la visibilité Internet, accroître les visiteurs, diversifier les publics, les cibler).

- Quelles informations historiques ?

Le choix d'une problématique, d'une structure de présentation. Des éléments incontournables : chronologie, informations génériques, informations locales, informations spécialisées. Choisir la documentation et la présenter. Rédiger les textes. Utiliser un appareil critique. Bibliographie, webographie, informations. Les liens vers les autres.

- Comment utiliser les images ?

Unifier, expliquer, donner les sources, présenter dans le texte ou bien à part du texte. Valoriser images et documents. Documents et illustrations. Droits et devoirs de l'historien, droits et devoirs propres à l'Internet. Les liens vers les autres.

- Un après mise en ligne ?

Maintenance et mise à jour, référencement, entretien. Sites d'histoire et histoire de sites.



Créer, gérer et valoriser un site internet hôtelier de la conception à la vente

Durée

12 heures

Niveau

Bonne connaissance de base de l'ordinateur et de l'Internet.

Dates et lieux

A définir.

Objectifs

Créer ou faire créer un site hôtelier, l'intégrer au réseau de manière efficace, préparer la structure à bien l'exploiter.

Public

Directeurs et personnels d'hôtels, de structures hôtelières, de groupes hôteliers. Etudiants en gestion hôtelière.

Moyens mis en oeuvre

Un ordinateur avec connexion Internet par participant. Sur chaque poste :

- Traitement de textes (OpenOffice, MS Word...)
- Editeur HTML (Macromedia Dreamweaver)
- Logiciel de ftp (Filezilla, WsFtp LE...)
- Eventuellement, Macromedia Contribute.

Un vidéo-projecteur.

Groupes de 6 à 10 personnes.

- Définir ses besoins

Combien de public en plus, éléments de concurrence, sélection des éléments à valoriser.

- Où prendre l'argent pour le site et comment en calculer le coût ?

La part du « direct » et la part des opérateurs, le calcul de chiffre d'affaire, la durée d'un projet, l'équipe mobilisée. De 2000 à 30000 € : vraies différences et réelles arnaques.

- Que met-on dans un site hôtelier ?

Ce qu'on est et ce qu'on vend. Ce qui rapproche des autres, et ce qui en différencie. Ce qui est vrai et ce qui fait rêver.

- Structurer le site

Plan, documents, images, charte graphique, navigation. Gestion des langues, gestion des contacts, gestion des réservations. Logique de vente, logique de référencement, logique de la clientèle.

- Choisir ses prestataires, (faire) fabriquer le ou les sites

Maintenance et mise à jour, référencement, entretien. Sites d'histoire et histoire de sites.

- Un après mise en ligne ?

Maintenance et mise à jour, référencement, entretien. Sites d'histoire et histoire de sites.

Un après mise en ligne ?

Maintenance et mise à jour, référencement, entretien. Sites d'histoire et histoire de sites.