

IDENTIFICATION	
Unité de formation : Ergonomie et communication Activité d'enseignement : Laboratoire d'informatique : communication et ergonomie web	Section : Web A Nombre de crédits ECTS :
Nombre de périodes : 80	N°UF :1017-1
Dossier pédagogique : 753405U32D1	Unité déterminante : OUI

DESCRIPTION
Capacités préalables requises : C.E.S.S. ou test d'entrée
<p style="text-align: center;"><u>Table des matières Ergonomie et communication</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction à la communication <ul style="list-style-type: none"> ▫ Importance de l'expérience utilisateur ▫ Le Schéma de la communication de Shannon ▫ Les problèmes de logique dans la communication ▫ La communication humaine et la communication machine ▫ Les bases de la logique ▫ Les forces et faiblesses du langage humain et de la logique informatique ▫ Structuration et causalité ▫ Rendre une expérience utilisateur logique ▫ Rendre une expérience utilisateur logique ▫ UI design: design d'interfaces 2. Les prototypages <ul style="list-style-type: none"> ▫ Qu'est-ce qu'un prototype ▫ Objectif du prototype ▫ Construire des prototypes efficaces ▫ Fidélité du prototype ▫ Tester et évaluer les prototypes 3. Le design d'expérience utilisateur (UX design) <ul style="list-style-type: none"> ▫ Quelques définitions ▫ Le processus du Design d'Expérience Utilisateur ▫ Phase de recherche ou découverte : Stratégie de l'expérience ▫ La phase d'idéation ou définition ▫ La phase d'itération ou développement ▫ La phase design ou livraison 4. La démarche conceptuelle <ul style="list-style-type: none"> ▫ La recherche ▫ Produire des idées <ul style="list-style-type: none"> - Pensée latérale - Cartographie conceptuelle

- Matrice morphologique
 - Benchmarking
 - Brainstorming
 - Six to one
 - Quelques conseils pour optimiser sa démarche créative
 - Développement et sélection d'idées
5. Ethique et déontologie
- 5.1. Le jury d'éthique publicitaire
 - 5.2. Déontologie et référencement
 - 5.3. L'éthique sur Facebook
 - 5.4. Les bonnes et mauvaises pratiques sur le web
6. Principes de base du design
- Introduction
 - 12 règles d'or pour la création d'un site web
 - Méthode de création de site
 - Les couleurs
 - Les formes
7. Typographie : règles et facteurs de choix
- Notions de base
 - Le gris typographique
 - Empagement et grilles
 - Quelques règles de typographie
 - Adéquation typographique au sujet
 - Facteurs de choix
 - Le contexte web
 - Aspect fonctionnel
 - Personnalité
8. Design : Logo, conception et charte graphique
- Le logotype
 - Qu'est-ce qu'un logotype
 - Quelques règles à respecter
 - Conception graphique
 - Espace, équilibre et hiérarchie
 - Signifiant et signifié
 - Connotation et dénotation
 - Les grilles du web-design
 - Charte graphique
 - But d'une charte graphique
 - Contenu d'une charte graphique
9. Notion de e-marketing
- Qui sont les internautes
 - Les 6 règles pour toucher une audience en ligne
 - Le ciblage comportemental
 - Notion de taux de conversion
 - Les différents types de site
 - Site vitrine
 - Site catalogue

- Site portail
 - Site e-commerce
 - Les forums et plateformes communautaires
 - Les blogs
 - Réseaux sociaux
 - Wiki
 - Les autres moyens de communication sur le web
 - Le bannering ou display
 - Search marketing
 - L'affiliation
 - L'email marketing
 - La newsletter
 - Le buzz marketing ou marketing viral
 - Le blog marketing
 - Le mini site
 - Mesure d'audience sur internet
 - Les réseaux sociaux
 - L'attitude conversationnelle
 - La production de contenu
 - Elaborer une présence efficace de la marque ou de l'entreprise sur facebook
 - Comment utiliser twitter
 - Le web mobile
10. Intégration des images et des sons
- Les images
 - Les sons
11. Aspect rédactionnel d'un site web.
- Règles de rédaction
 - Pictogramme : une alternative au texte
 - Mise en valeur du texte
 - Le slogan
12. Les formulaires
- Les éléments du formulaire
 - Présentation générale du formulaire
 - Sûreté d'exécution
13. E-commerce
- Présentation des produits
 - Quelles sont les informations à communiquer ?
 - Conseils pour favoriser l'achat en ligne
 - Gestion de la relation client
 - Paiement en ligne
14. Animer son site
- Actualiser l'information
 - Contextualiser l'information
 - Interactivité
 - Site statique et site dynamique
 - CMS (Content Management System)

Capacités terminales :

Au départ d'un cahier des charges proposé par le chargé de cours et développant, par exemple, une des thématiques suivantes : e-commerce, site d'entreprise, site institutionnel, culturel, associatif,...de défendre oralement, individuellement ou en groupe, la présentation ou les tâches produites durant la formation.

Bibliographie :

PERSONNEL ENSEIGNANT

Mr Michaël Saliez

METHODOLOGIE

(quels supports pédagogiques utilisez-vous ?, quelle est la méthode utilisée ?)

Différentes notions théoriques seront abordées par le biais d'expériences ou de recherches effectuées par les étudiants. La synthèse de ces recherches étant par la suite exploitée dans divers travaux pratiques liés à la communication, au graphisme, à l'ergonomie et au web. Certains exercices seront développés de manière transversale avec d'autres cours tel que l'unité de formation « traitement d'image ».

MODES D'EVALUATION

(répartition des points + type d'évaluation : continue, finale (orale / écrite), ...)

A définir par le professeur

Les étudiants réaliseront différents exercices qui permettront d'évaluer certaines capacités terminales ainsi que leur degré de maîtrise. Un exercice leur sera demandé en fin d'UF : La présentation, la diffusion et la remise d'un dossier descriptif d'un projet de site web, sous la forme d'un porte-folio mettant en valeur l'ensemble des travaux réalisés pendant la formation.