

Cahier des charges

Promotion du Master INI

Nom :	Master Interactivité et Nouvelles Images
Adresse :	CESS d'Epinal Antenne de la faculté des sciences et techniques 2, avenue Pierre Blanck 88000 Epinal
Tel :	03.29.29.61.59
Fax :	03.29.29.61.53
Personnes à contacter :	Mme Véronique DUVEAU-PATUREAU duveau.patureau@noos.fr Jean-Luc NOIZETTE 03.83.68.51.32 jean-luc.noizette@esstin.uhp-nancy.fr

Sommaire

CAHIER DES CHARGES	1
SOMMAIRE	2
1 - PRESENTATION DE LA FORMATION	3
2 - PRESENTATION DU PROJET	3
2.1 ROLES 3	
2.2 OBJECTIF DU SITE MASTER INI	4
2.3 A QUI S'ADRESSE LE SITE	4
2.4 CONTENUS	5
3 - PRESTATIONS ATTENDUES	6
3.1 CHARTE GRAPHIQUE ET CHARTE EDITORIALE	6
3.1.1 Identité visuelle	6
3.1.2 Charte graphique & éditoriale	6
3.2 CREATION ET RECUPERATION DE CONTENU	7
3.2.1 Création	7
3.2.2 Récupération de contenu	7
3.3 DEVELOPPEMENT	7
3.3.1 Conception	7
3.3.2 Choix techniques	7
3.3.3 Stratégie de développement	8
3.3.4 Base de données	8
3.4 MAQUETTAGE DU SITE	8
3.5 ADMINISTRATION	9
3.6 REFERENCEMENT	9
4 - LIVRABLES ATTENDUS	9

1 - Présentation de la formation

Le Master INI (Interactivité et Nouvelles Images) est une formation professionnelle de niveau Bac+ 5. Cette formation apporte les bases nécessaires pour la maîtrise du système d'information qui permet de maintenir le cap de l'entreprise sur sa finalité. La spécialité forme à l'ingénierie de l'interactivité cohérente basée entre autre sur l'utilisation des outils de communication que sont les nouvelles images, afin de créer des services cohérents pour les organisations ou les entreprises.

Cette formation accueille une quinzaine d'étudiants en formation initiale et continue.

L'enseignement se fait à l'antenne de la faculté des sciences et techniques à Epinal. Il se complète d'un stage professionnel de 4 à 6 mois en fin de cycle.

2 - Présentation du Projet

Ce Projet a pour but de promouvoir le Master INI.

Le recrutement assez laborieux pour cette année de passage au format LMD du Dess INI a mis en évidence un besoin crucial de communiquer autour du nouveau Master INI. En effet, il est impératif de mettre en place d'ici fin janvier 2006 un programme de communication visant à faire connaître et à promouvoir le Master INI du CESS d'Épinal.

Pour cela la mise en place d'un site Internet est primordiale. En effet après avoir sondé la promo actuel il s'avère que la majorité a connu l'existence de cette formation par le biais d'Internet. Par la suite si il reste du temps un Support DVD et des affiches pourront être élaboré.

2.1 Rôles

Rôle du client (dirigeants de la formation INI)

- Assister les étudiants dans la mise en place et le déroulement du projet
- Valider les phases de choix (graphisme, ergonomie, contenus)
- Valider le cahier des charges
- Valider le respect du cahier des charges
- Fournir les contenus de bases (texte, plaquette, Images, photos, réalisations des années passées, annuaire des anciens élèves,...)

Rôle du prestataire (promo INI 2005 - 2006)

- Mettre en place une organisation professionnelle, avec de bons outils de communication
- Concevoir et réaliser la charte graphique du Master INI
- Concevoir et réaliser le site Internet

- Respecter les délais
- Proposer un planning de réalisation en accord avec le client.

2.2 Objectif du site Master INI

Le site devra :

- Apporter des informations sur la formation INI. (cours, localisation, inscription, ...) afin de susciter les étudiants, ou les personnes en formation continue, à intégrer le Master INI dans les années ultérieures.
- Mettre en valeur le savoir faire et les compétences des étudiants ayant suivis le cursus INI.
- Dégager, par son apparence, le milieu dans lequel baigne les étudiant, c'est-à-dire un univers high-tech où l'images et l'interactivité règnent sous toutes leurs formes.
- renouer avec des taux de demandes d'inscriptions et d'intégration des promotions similaires à ceux du Dess INI

2.3 A qui s'adresse le site

Le site s'adresse aussi bien aux futurs étudiants qui souhaitent intégrer le master INI, qu'aux entreprises qui souhaitent se rendre compte du niveau que les étudiants peuvent présenter en sortie du master.

Il est utile également aux actuels et aux anciens étudiants du master avec des contacts de sociétés et d'étudiants.

Ce site s'adresse à diverses cibles :

- **Etudiants** : c'est la cible principale du site. Il s'adresse aux étudiants en licence informatique, ou Multimédia, désireux d'intégrer un MASTER dans le domaine du Multimédia et de l'interactivité.
Centres d'intérêts principaux de la cible :
 - Informations sur les contenus de la formation
 - Réalisations des promotions précédentes
 - Débouchés professionnels
 - Lieu de formation
- **Formation Continue** : c'est la deuxième cible du site. Il s'adresse aux personnes salariées désireuses de reprendre leurs études après avoir effectué une Validation des Acquis Professionnels dans le secteur de l'informatique ou de la création Multimédia.
Centres d'intérêts principaux de la cible :
 - Informations sur les contenus de la formation
 - Réalisations des promotions précédentes
 - Débouchés professionnels
 - Lieu de formation
- **Professionnels** : Ce n'est pas la cible prioritaire du site, mais il ne faut pas la négliger. En effet le site doit être également un portail professionnel, un lieu d'échange facilitant le recrutements des entreprises pour es stages ou des embauches.
Centres d'intérêts principaux de la cible :

- Compétences techniques & professionnelles des futurs diplômés
- Réalisations des étudiants (BOOK)
- **Anciens étudiants** : C'est une cible minoritaire, mais c'est un service appréciable que de fournir les contacts de tous les étudiants et de toutes les sociétés qui ont embauchés.
Centres d'intérêts principaux de la cible :
 - Annuaire des anciens étudiants
 - Annuaire des entreprises qui recrutent
- **Parents** : C'est une cible minoritaire.
Centres d'intérêts principaux de la cible :
 - Contenu Qualitatif de la formation
 - Débouchés Professionnels

2.4 Contenus

Pour ce qui concerne les rubriques qui seront disponibles sur le site, l'équipe en a retenu pour l'instant 5; à savoir:

- **Réalisations:**

Cette rubrique permettra de consulter et d'apprécier les conceptions faites par les étudiants en application de ce qu'ils ont appris en cours dans les différentes matières. Elles porteront sur la 3D, les fictions, les sites Internet, la vidéo, la réalité augmentée...

- **Locaux:**

Cette rubrique met en oeuvre tout ce qui est autour du master, c'est-à-dire sa situation géographique (avec une carte à l'appui si possible), l'accès au CESS, les vidéos ou visite virtuelle (des locaux), le resto U et surtout l'hébergement.

On ne peut pas se passer de cette rubrique vu que le master, par sa situation géographique, est délocalisé de l'UHP. C'est donc un facteur méconnu par les étudiants qui veulent faire ce master.

- **Ambiance du master:**

Cette rubrique permet d'accéder aux interviews des professeurs, intervenants professionnels et étudiants, aux vidéos ou film de la promo et leur loisir. C'est en quelque sorte la rubrique des divertissements.

- **Formation master:**

Permet de parler du contenu de la formation et des débouchés en plus des procédures d'inscription, le volume horaire, la mise en disposition de quelques cours ou résumé du contenu, ce qu'ils apportent et le contact Admin.

- **Contacts:**

Permet d'avoir des renseignements sur les adresses et téléphone des profs, des étudiants de la promo et des anciens étudiants du master et des entreprises qui recrutent. Cette rubrique servira en effet d'avoir des liens utiles.

3 - Prestations attendues

3.1 Charte graphique et charte éditoriale

3.1.1 Identité visuelle

- Le Master INI a besoin d'une identité visuelle forte, complètement indépendante de l'univers visuel de l'Université Henry Point carré.
- Le logo doit donc être basé sur un signe fort (impact visuel important), lisible, et communicatif, témoignant de l'esprit de la formation et de notre promotion.

Idées devant être véhiculées par l'identité visuelle :

- Interactivité
- Communication
- Humanité
- Dynamisme
- Chaleur
- Bonne humeur

Univers de référence (évoqués par des signes graphiques) :

- Informatique
- Multimédia
- Création

3.1.2 Charte graphique & éditoriale

Il est important de créer une charte graphique et éditoriale en adéquation avec les messages véhiculés par le logo du Master. Cette charte vient compléter l'identité visuelle que l'on veut créer pour communiquer autour du Master.

Critères et contraintes de création pour la charte :

- **Identité forte, à l'image du logo :**
A la fois dynamique graphiquement, mais doit garder un aspect très professionnel pour séduire les industriels qui s'aventureraient sur le site en vue d'un recrutement.
- **Structure claire :**
Il faut privilégier un maximum la lisibilité de la page par une structure claire et précise, sans surcharge d'informations. Le public doit être séduit par l'aspect graphique du site (il doit adhérer à l'univers qu'on lui propose), et doit également pouvoir avoir accès facilement à l'information qu'il recherche (Quelle formation proposée ? Où ? etc...).
- **Ergonomie :**
Il est important d'étudier soigneusement l'ergonomie générale du site, et la navigation. L'équipe « Arborescence » devra y songer en partenariat avec l'équipe « Graphisme ». Il faut trouver une arborescence claire, dans laquelle on peut naviguer aisément sans se perdre. Il est important d'être créatif sur cet aspect pour se distinguer des autres formations et mettre en avant notre plus-value en matière d'interactivité.

Attention toutefois à ne pas tomber dans une navigation trop « originale » qui pourrait finalement nuire à la bonne lecture du site.

3.2 Création et récupération de contenu

3.2.1 Création

Une grosse phase de création est nécessaire pour la définition du logo, puis de la charte graphique générale du site. Une fois cette structure établie, il conviendra de gérer la création des différentes rubriques du site, tout en restant cohérent à la charte définie précédemment.

3.2.2 Récupération de contenu

Un travail de recherche et de récupération des réalisations d'anciens élèves sera nécessaire pour alimenter la partie Porte-folio du site.

Un travail de recherche, création et adaptation de contenus sera nécessaire pour chaque rubrique du site. Le responsable de chacune des rubriques du site déterminera les différents médias utilisés dans sa partie, et en informera les responsables concernés (graphisme, contenu ou développement) afin de valider les choix, et mettre en oeuvre les différentes équipes de travail (ex : équipe vidéo s'il y a besoin d'un reportage vidéo).

3.3 Développement

3.3.1 Conception

Afin de favoriser l'efficacité de l'équipe de développement, il nous faudra adopter pour une méthode de conception professionnelle et efficace. Cette dernière réside dans l'utilisation optimale des outils mis à notre disposition. En effet, nous allons tirer parti de toutes les fonctionnalités avancées de Dreamweaver afin de réduire au maximum les contraintes et la durée du développement. De plus, notre équipe étant composée de développeurs de niveau hétérogène, il nous faudra opter pour la simplicité afin de permettre à tous de s'impliquer dans le développement.

3.3.2 Choix techniques

Le choix de la technologie de réalisation est un élément déterminant dans la création d'un site Web d'une telle envergure. Dans le cadre de ce projet et puisque nous disposons de peu de temps, nous nous restreindrons aux technologies que nous connaissons le mieux. Ainsi, le site sera développé en utilisant le quatuor Html/Javascript/Php/MySQL associé à Flash pour l'animation. De plus, ces technologies libres dépourvues de licences propriétaires et l'hébergement pour un site web Html pourvu d'une base de données mysql est l'un des moins coûteux du marché.

3.3.3 Stratégie de développement

Nous allons adopter une stratégie de développement globale afin de garder une bonne cohésion au sein de l'équipe. Bien entendu cette stratégie sera réajustée et étoffée en accord avec l'ensemble de l'équipe. Les aspects principaux sont les suivants :

- Développement Wysiwyg
- Travail avec des templates pour limiter le copier coller et éviter les frames
- Haute sécurité (cryptages login, mots de passe, pages toutes rattachées à authentification)
- Pas de variables indéfinies conformément aux normes de développement professionnel
- Pas de calques (div, layers) pour maximiser la compatibilité et garder le Wysiwyg
- Travail sur apache 1.3.33 - php 4.3.10 - mysql 4.1.9 - phpmyadmin 2.6.1
- Compatibilité Internet Explorer (v>5), Firefox (v1.0) et Netscape (v>7)

3.3.4 Base de données

La plupart des pages du site seront dynamiques ce qui signifie que leur contenu sera tiré de la base de données mysql. La réalisation de la BDD est un point critique puisque revenir sur sa structure pendant la réalisation peut être extrêmement coûteux en terme de temps. Nous allons donc procéder à la réalisation d'un Model Conceptuel de Données qui permettra de s'assurer de sa bonne structuration et de vérifier son intégrité.

Les caractéristiques à respecter dans la BDD sont les suivantes :

- Noms de base explicites en minuscules
- Noms de champs explicites sans espaces () en minuscules
- Tables acces et access_denied pour loguer les accès
- Table users pour stocker les admin
- 1 timestamp par table (date_auto_r)
- Pas d'utilisation « d'index » ou « d'unique »

3.4 Maquettage du site

Pour valider si le site correspond bien aux objectifs que nous nous sommes fixés, il convient de créer une ou plusieurs maquettes. Ces maquettes pourront nous permettre de valider un choix de charte graphique (voir celle qui a le plus d'impact auprès d'un public ciblé, ou celle qui est la plus ergonomique). Elle permet aussi de tester si les choix techniques choisis pour structurer le site sont judicieux ou non.

3.5 Administration

L'administration du site sera conséquente et nécessitera donc une attention particulière.

Son accès sera évidemment contraint par login et password et sa page d'accueil affichera les statistiques du site. Les modifications se feront via une page de consultation qui offrira la possibilité d'ajouter d'éditer ou de supprimer un enregistrement dans la base de données. Les zones de contenu éditables seront ici générées par des éditeurs KHTML offrant des possibilités de mise en page tout à fait intéressantes.

3.6 Référencement

Pour assurer un référencement de qualité, nous allons utiliser une syntaxe affichant le titre et le contenu de chaque page (ex : mon_titre – ma_page). Nous utiliserons aussi les meta tags qui seront répliqués sur chaque page. Il est aussi important de faire un menu en HTML et non pas en FLASH pour permettre au moteur de naviguer dans l'arborescence du site et de référencer toutes les pages.

4 - Livrables attendus

- Planning de réalisation, fin du projet janvier 2006.
- Arborescence détaillée du Site.
- Les Fichiers sources du site.
- Logos en format jpeg (pour valider l'identité visuelle)
- Pages types du site au format jpeg (pour valider la charte graphique)
- Maquettes (pour valider l'ergonomie)