

TABLE DES MATIÈRES

1782
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RIOS
FACULTAD DE INGENIERIA
CENTRO DE MEDIOS
BIBLIOTECA

Préface	9
Introduction	13

PREMIÈRE PARTIE PANORAMA DES MÉDIAS ÉLECTRONIQUES

Chapitre 1 ■ Comment définir les médias électroniques	19
Essais de définition	19
Ce que ne sont pas les médias électroniques	21
Quelques exemples de médias électroniques	22
A quoi servent les médias électroniques ?	24
Trois notions de base	26
Chapitre 2 ■ Catégorisation des médias électroniques	29
Quatre grandes classes de médias électroniques	29
Une catégorisation technique	30
Les composantes d'une application de communication électronique : une décomposition en couches	31
Chapitre 3 ■ Le vidéotex	33
Qu'est-ce que le vidéotex ?	33
Les normes vidéotex	34
Télétext et Minitel	35
La tarification de Télétext	39
Le marché français du vidéotex	41
Le vidéotex en Europe et aux USA	46
L'avenir du vidéotex en France	48

Chapitre 4 ■ Les services vocaux téléphoniques	53
Comment fonctionne un service téléphonique vocal ?	54
Atouts et limites du vocal	58
Les applications des services vocaux	59
Le marché des services vocaux	62
Les systèmes d'accès aux services vocaux en France	63
L'avenir du vocal en France	66
Chapitre 5 ■ Le multimédias	71
Rappel sur le multimédias	71
Les déclinaisons du multimédias	72
A quoi sert le multimédias ?	74
Le marché du multimédias	77
Les composantes techniques du multimédias	79
Les micro-ordinateurs multimédias : tendances et acteurs	86
Chapitre 6 ■ Les systèmes multimédias d'accès public : bornes interactives et journaux diffusés	91
Les bornes interactives	91
Les applications des bornes interactives	92
Les systèmes diffusés	95
Chapitre 7 ■ Les médias électroniques grand public de l'avenir	99
La Hi-Fi du futur : le multimédias comme « produit brun »	100
Le câble interactif	102

DEUXIÈME PARTIE
L'INTÉGRATION
DES MÉDIAS ÉLECTRONIQUES
DANS L'ENTREPRISE

Chapitre 8 ■ La problématique de l'intégration	109
Bien positionner les médias électroniques	110
Réussir l'intégration de la communication électronique dans l'entreprise	115
Chapitre 9 ■ L'intégration dans l'organisation de l'entreprise	117
Deux exemples d'échecs	117
Les quatre règles de l'intégration organisationnelle	119

<i>Table des matières</i>	5
Médias électroniques et organisation de l'entreprise	120
Les impacts organisationnels	123
La gestion et l'exploitation d'un système de communication électronique	126
Chapitre 10 ■ L'intégration dans la communication de l'entreprise	131
La problématique de l'intégration	131
Des possibilités nouvelles de communication	132
Des contraintes spécifiques	134
L'association des médias	137
Chapitre 11 ■ L'intégration dans le système d'information de l'entreprise	141
L'iceberg inversé	143
Le choix de technologie : les composantes du choix	144
Les paramètres de l'intégration	145
Les critères de décision	145
L'exploitation d'un système de communication électronique	146
Chapitre 12 ■ La rentabilité des médias électroniques	151
Les sources de revenus	152
Les sources de coûts	155
Les trois mesures de la rentabilité	157
<hr/> TROISIÈME PARTIE LES MÉTHODOLOGIES DE MISE EN ŒUVRE <hr/>	
Chapitre 13 ■ Pourquoi une méthodologie ?	167
Huit anti-règles	167
Trois principes essentiels	169
Chapitre 14 ■ Les étapes d'un projet de communication électronique	171
L'étude préalable	171
La conception générale	172
La conception détaillée	173
La réalisation	173
Le lancement	175

Chapitre 15 ■ Les compétences nécessaires	179
Un impératif : la coopération	179
Chapitre 16 ■ L'étude préalable : analyse, stratégie et plan d'action	185
Les objectifs de l'étude préalable	185
Les trois phases de l'étude préalable	187
L'analyse préalable : la méthode « Comet »	189
L'analyse préalable : le processus « Comet »	190
La seconde phase de l'étude préalable : l'élaboration de la stratégie	194
La troisième phase de l'étude préalable : le plan d'action	200
Chapitre 17 ■ Les étapes de la conception	203
Étape 1 – Complément d'étude préalable : objectifs ; cibles, besoins et démarches ; ressources	204
Étape 2 – Conception générale	211
Étape 3 – Charte de communication et maquette	219
Étape 4 – Analyse fonctionnelle détaillée	220
Chapitre 18 ■ La méthodologie de conception : le modèle Accès-Ressources	225
Objectifs et règles de base de la conception d'une application de communication électronique	225
Le modèle Accès-Ressources	227
Pourquoi le modèle Accès-Ressources ?	229
Chapitre 19 ■ Les principes ergonomiques des médias électroniques : la notion de dialogue	235
La notion de dialogue	235
La « poupée russe »	237
Les étapes du dialogue	237
Les éléments du dialogue	238
La construction du dialogue	238
Chapitre 20 ■ Les règles ergonomiques : la construction du dialogue	241
Règles générales de construction : 4 étapes et 11 règles	241
La structure du dialogue	245
Les aides et le traitement des erreurs	262

<i>Table des matières</i>	7
Les sorties	263
Quelques contraintes ergonomiques spécifiques liées aux différents médias électroniques	263
Chapitre 21 ■ Le choix de technologie : l'architecture technique	269
Les terminaux de l'application	269
Le « serveur » et les outils du développement	275
Le choix du réseau d'accès	285
Chapitre 22 ■ Le choix de technologie : l'appel d'offres	293
Quatre règles de base pour choisir le bon partenaire technique	293
Quels prestataires techniques consulter ?	297
Jusqu'où va la prestation du partenaire technique ?	298
Chapitre 23 ■ La réalisation : contenus et programmes	301
Les étapes de la réalisation	302
La réalisation informatique	304
La réalisation des contenus	308
Le rôle du maître d'œuvre	310
Chapitre 24 ■ La mise en œuvre : lancement, commercialisation et exploitation du système	313
Vendre les médias électroniques	314
Exploitation, animation et évolution de l'application	320
Les évolutions	322
Annexes	
Table des schémas	325
Liste des tableaux	327
Table des encadrés	328
Bibliographie	331
Index	335