

<b>Avvertenza</b>	11
<b>1. Conoscere il mezzo</b>	13
1.1 Una necessaria premessa	13
1.2 A che serve un sito web	14
<i>Le Pubbliche Amministrazioni si rinnovano</i>	15
Scheda 1.1 A che serve un sito web	16
<i>Un esempio per tutti: Internet e il turismo, p. 16</i>	
Scheda 1.2 I numeri di Internet	18
1.3 Un sito su misura	20
Scheda 1.3 Internet fai da te?	21
Scheda 1.4 Tecnologie, competenze e maghi del computer	22
1.4 La peculiarità di Internet	23
Scheda 1.5 Dal teatro al cinema	24
<i>Non è una questione di gusto</i>	25
1.4.1 La fruizione	25
1.4.2 La tecnologia	26
Scheda 1.6 Le variabili in campo	26
Scheda 1.7 La risoluzione di un monitor	27
Scheda 1.8 W3C e standard web	28
Scheda 1.9 Le mode e il web	29
Scheda 1.10 Sistemi operativi, browser, risoluzioni	30
<i>Sintesi. Conoscere il mezzo</i>	31
<b>2. L'analisi delle proprie esigenze</b>	33
2.1 Web design e comunicazione	33
2.2 Definire e valutare le proprie esigenze	35
Scheda 2.1 Esigenze e aspettative	35
2.3 Cosa c'è in frigo? I contenuti del sito	37
Questionario	38
Due scenari a mo' di esempio	39

2.4 E-commerce e micropagamenti	40
<i>Sintesi. L'analisi delle proprie esigenze</i>	44
<b>3. La scelta dei fornitori</b>	45
3.1 Orientarsi fra le professioni del web	45
Scheda 3.1 Web master e tuttologi del web	47
Scheda 3.2 Webcosa? Ruoli e significati in breve	48
3.2 Il web designer	52
<i>Riconoscere i veri professionisti</i>	53
Scheda 3.3 I grafici, la pubblicità e il web design	54
3.3 L'hosting, questo sconosciuto	56
3.4 Il costo di un sito	57
Scheda 3.4 Come valutare un preventivo	57
3.5 Il contratto col fornitore	61
Scheda 3.5 Il codice etico	61
<i>Sintesi. La scelta dei fornitori</i>	63
<b>4. La progettazione</b>	65
4.1 Cominciare il progetto	65
Scheda 4.1 Home page e struttura di un sito: due modelli a confronto	65
Scheda 4.2 Scelte di forma, scelte di contenuto	67
1. <i>L'impaginazione a frame (o cornici)</i> , p. 67; 2. <i>L'impaginazione a tabelle</i> , p. 68; 3. <i>L'impaginazione senza tabelle (tableless layout) ma con i fogli di stile (CSS)</i> , p. 68; 4. <i>Layout fluido o rigido?</i> , p. 69; 5. <i>Perché stampare una pagina web?</i> , p. 70	
4.2 Progettare un sito che comunica: le parole e il web	70
4.2.1 Il testo e il lettore	71
4.2.2 Scrivere per il web: chiarezza e correttezza	71
4.2.3 Una bussola per navigare	72
Scheda 4.3 Organizzare i contenuti: l'architettura dell'informazione	75
4.2.3 Gestione e aggiornamento dei contenuti	76
4.3 Dalla parte dell'utente	76
4.3.1 I font (caratteri tipografici)	77
Scheda 4.4 I font e i computer	77
4.3.2 Posizione e dimensione	79

Scheda 4.5 Sito ottimizzato per...	79
4.3.3 Il «peso» di un sito	80
4.3.4 Musiche, animazioni ed effetti speciali	81
Scheda 4.6 Gli effetti speciali	82
4.4 La sicurezza dei dati personali	83
4.5 Usabilità e accessibilità	84
Scheda 4.7 L'usabilità e i guru	85
Scheda 4.8 Come valutare l'usabilità e l'accessibilità	86
Scheda 4.9 La PA e la legge Stanca	87
4.5.1 Di cosa parliamo quando parliamo di accessibilità e disabilità	88
Scheda 4.10 Progettare un sito accessibile	89
4.5.2 Perché realizzare un sito accessibile	90
<i>Sintesi. La progettazione</i>	92
<b>5. Nascere e crescere</b>	93
5.1 Il test	93
5.2 Farsi conoscere	94
Scheda 5.1 Farsi trovare dai motori di ricerca	95
1. I testi, p. 95; 2. Le parole chiave e i meta tag, p. 96; 3. I link, p. 96; 4. Titoli e nomi dei file, p. 96; 5. I frame, p. 97; 6. Come ottenere un buon posizionamento: attenti al gatto e alla volpe, p. 97	
5.3 Comunicare e interagire	98
5.3.1 L'analisi delle statistiche	98
5.3.2 Comunicare col cliente	99
5.4 Un sito sempre in forma	103
<i>Sintesi. Nascere e crescere</i>	104
<b>Appendice</b>	105
1. I colori del web	105
2. Gli errori da evitare: analisi di un sito sbagliato	107
<b>Riferimenti bibliografici</b>	113
<b>Sitografia essenziale</b>	115
<b>Glossario</b>	123