



**LIBRI** A cura di Antonello Salerno

**Possiamo dirci ancora liberi** nella società digitale? Siamo sempre più insidiati da forme di controllo sottili, pervasive e capaci di annullare ogni possibilità per l'individuo di costruirsi liberamente. Le nuove tecnologie offrono grandi potenzialità, ma



rischiano di imporci nuove schiavitù se non proteggiamo, con i nostri dati, la nostra libertà. Dal giornalismo ai social, dalla profilazione commerciale alle intercettazioni, dalla trasparenza al diritto all'oblio, questo

libro dimostra che nella società digitale noi siamo i nostri dati. L'autore, garante per la Privacy: "Dobbiamo avere l'ambizione di essere partecipi della piazza globale e orgogliosi difensori dei nostri diritti. Della privacy in primo luogo, che è il nuovo nome della libertà".

**LIBERI E CONNESSI**

DI ANTONELLO SORO  
188 PAGINE, 12 EURO  
CODICE EDIZIONI

**I social media** sono frequentati da milioni di persone, e offrono una enorme quantità di dati. "Estrarre" tali informazioni permette di ricavarne conoscenze con cui gestire la presenza personale o aziendale sul web e migliorare il marketing. Il libro



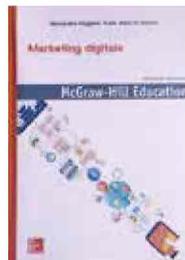
fornisce una guida per affrontare problematiche tecniche, criticità e approcci operativi, ed è ricco di esempi su blog, Facebook, Twitter, Google+, Foursquare e LinkedIn. Le tecniche trattate riguardano

l'esplorazione di interfaccia grafica dei social media, fogli di calcolo Microsoft Excel o Google Docs, servizi online gratuiti e commerciali, algoritmi in linguaggi PHP e R per interagire con le API. Con l'aggiunta di consigli utili per la descrizione delle analisi e la visualizzazione dei risultati.

**SOCIAL MEDIA MINING**

DI ROBERTO MARMO  
356 PAGINE, 29,90 EURO  
HOEPLI

**L'utilizzo dei canali digitali** per il marketing non comporta soltanto l'acquisizione di nuove competenze operative, ma implica un vero e proprio cambio di paradigma nelle aziende. Il volume vuole dare risposta a tre domande: come cambia il contesto di mercato nell'era digitale?, cosa cambia nel processo di marketing?, dove, in quali canali si manifesta il cambiamento?



Raccontando a tutti, e non solo ai nativi digitali, il nuovo mondo, l'obiettivo degli autori è quello di offrire un primo tool-kit di competenze sul marketing digitale. Per aiutare i professionisti a usare al meglio le potenzialità delle piattaforme e dei nuovi canali, e per accompagnare gli studenti nello studio della disciplina.

**MARKETING DIGITALE**

DI A. POGGIANI E C.A. PRATESI  
134 PAGINE, 21 EURO  
MC-GRAW HILL EDUCATION

**Il saggio del segretario generale** della Fim Cisl ospita i punti di vista su Industry 4.0 di Dario Di Vico, Luciano Pero, Gianluigi Viscardi, Giorgio Barba Navaretti



e Franco Mosconi, e raccoglie i contributi del seminario di studi organizzato dai metalmeccanici della Cisl a Expo Milano 2015. "Prima ci fu il motore a vapore - afferma Bentivogli - Poi quello elettrico. Negli

anni '70 l'industria adottò l'automazione e l'Ict. Ora una quarta ondata tecnologica sta trasformando l'industria e le nuove potenzialità tecnologiche appaiono in grado di cambiare per sempre il settore produttivo". Una panoramica a più voci sulla quarta rivoluzione industriale e i cambiamenti che sta introducendo.

**#SINDACATOFUTURO IN INDUSTRY 4.0**

DI MARCO BENTIVOGLI  
42 PAGINE, 10 EURO  
ADAPT UNIVERSITY PRESS

