



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



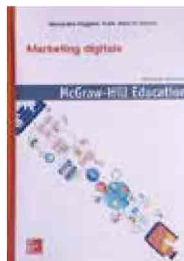
fornisce una guida per affrontare problematiche tecniche, criticità e approcci operativi, ed è ricco di esempi su blog, Facebook, Twitter, Google+, Foursquare e LinkedIn. Le tecniche trattate riguardano

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

