

**L'editoria Multimediale Del Nuovo Web Semantic Web E Web 2 0**

Per operare consapevolmente nel mondo della comunicazione e del marketing sono necessari strumenti critici e culturali: il volume unisce una conoscenza teorica al sapere pratico oggi necessario per districarsi fra innumerevoli software e applicazioni. Il testo offre una panoramica su alcuni dei fenomeni più significativi della “comunicazione 2.0” e illustra, in particolare, le tecniche di scrittura nel Web, il tema dell’usabilità nella progettazione di siti e applicazioni, i blog come elemento per rinforzare l’identità online e alcuni strumenti utili, come le infografiche, i CMS e WordPress. Vengono poi presi in esame i principali social network – Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn – e la loro storia, con un occhio particolare ad alcune problematiche generali: privacy, motori di ricerca, BOT (agenti software che imitano il comportamento umano). Una parte, infine, è dedicata al social media marketing e illustra nel dettaglio la teoria, la pratica e gli strumenti necessari per condurre una campagna di marketing tramite i social media, oltre a fare riferimento ad alcune campagne di successo condotte da aziende italiane e multinazionali. Francesco Tissoni è docente di Editoria multimediale e di Teorie e tecniche della comunicazione Web presso il Dipartimento di Beni culturali e ambientali dell’Università degli Studi di Milano.

A prescindere da quello che è il proprio ambito lavorativo o percorso di studi, chiunque ad oggi, prima o poi, si ritroverà a confrontarsi con il mondo dei dati, visto che fanno parte della nostra esperienza quotidiana.Partendo dall’analisi del fenomeno dei Big Data, questo volume introduce quelle che sono le nuove tecniche e discipline sviluppatesi per estrarre conoscenza dai dati e dar forma all’informazione. Una rassegna di vari casi di studio analizzati nel testo introduce la disciplina del data design, che si occupa proprio della progettazione dei dati e della loro rappresentazione. Infatti, come accade con le parole, i dati devono essere adeguatamente organizzati per poter rivelare le informazioni che contengono.Imparare come trovare i dati, analizzarli e rappresentarli in modo da utilizzarli come mezzo di comunicazione, è una delle abilità di cui più si avrà bisogno negli anni a venire, in qualsiasi settore. Per farlo occorre unire competenze di tipo quantitativo e computazionale con i principi della comunicazione e dell’organizzazione dell’informazione insegnate dalle discipline umanistiche.

La comunicazione telematica delle polizie di stato

Università di carta. L'editoria accademica nella società della conoscenza

L'editoria multimediale del nuovo Web. Semantic Web e Web 2.0

New Journalism. Teorie e tecniche del giornalismo multimediale

Il testo digitale

Testo, scrittura, editoria multimediale

Questo studio fotografa il presente dell’editoria italiana, mettendolo a fuoco da un punto di vista particolare: quello dell’editore indipendente. Lo scopo è quello di fare il punto non solo sulle difficoltà e sui rischi del sistema editoriale odierno, ma anche sulle opportunità offerte dall’editoria indipendente e di nicchia, una risorsa vitale per consentire la sopravvivenza di manifestazioni culturali spregiudicate e di progetti nuovi nel settore del libro. Questa ricerca indaga dall’interno sull’universo silenzioso, ma estremamente vivace, degli editori indipendenti di progetto, cioè quei soggetti del mondo del libro che hanno fatto dell’indipendenza e della ricerca le loro scelte professionali e di vita. Questa figura professionale si distingue sia dai grandi gruppi, grazie alla sua scelta di rimanere indipendente, sia da molti piccoli editori incompetenti, poiché il suo obiettivo esistenziale è quello di promuovere la ricerca e di contribuire allo sviluppo e alla crescita della cultura. Nella prima parte del libro è stata ricostruita la storia dell’editoria moderna italiana, mentre la seconda parte è tesa a evidenziare, grazie a un approfondimento qualitativo, esperienze concrete, difficoltà e sfide degli editori indipendenti, protagonisti che faticano a rendersi visibili e spesso persino a sopravvivere, ma che sono anche capaci di fare ricerca e innovazione. Questo libro vorrebbe essere uno spunto efficace per iniziare a riflettere sul futuro dell’editoria italiana e, di conseguenza, sul futuro della cultura dell’intero paese.

Una raccolta di saggi – alcuni già pubblicati in riviste di divulgazione culturale, altri inediti, di ricordo – per analizzare il momento socio-politico che il mondo occidentale e l’Europa in particolare attraversano in questo inizio di XXI secolo. Pur nelle diverse sfumature di approccio, due sono i punti fermi che sostanziano la ricerca: la conoscenza, la cultura e la bellezza alimentano e nutrono l’umano; la democrazia richiede responsabilità dei singoli nel rispetto degli altri e delle regole nella convivenza della comunità. L’attuale discredito di cui sono state ricoperte conoscenza e cultura – a favore di un’informazione pietorica e massificata – minà le coscienze dei singoli e mina la democrazia, sempre più a rischio di cadere nelle mani dei gestori di tale informazione.

Il mio primo sito web (per umanisti)

Comunicare con i dati

dalla distribuzione tradizionale al commercio elettronico

L'offerta didattica dell'estimo sul Web

L'informazione tra data journalism e data visualization

manuale per l'uso della rete

**Manuale di introduzione alla creazione di siti web. Questo libro ha come scopo quello di fornire le nozioni essenziali per la creazione del proprio sito web. Serve per iniziare a scrivere in linguaggio HTML e formattare con i fogli di stile CSS senza difficoltà. L'autore non descrive tutte le funzioni possibili, ma quelle essenziali per poter fare il proprio sito web. I capitoli sono spesso accompagnati da semplici esercizi e dalle soluzioni. Il libro è sintetico e essenziale.**

**266.2.15**

**Un'analisi dei tempi moderni**

**Il lavoro editoriale**

**Atene e Roma**

**L'editoria accademica nella società della conoscenza**

**L'editoria italiana tra industria e cultura**

**Italian Books and Periodicals**

Scopo di questo volume è interpretare filosoficamente il senso dell’esperienza culturale che emerge nel contesto interattivo e virtuale proprio dei nuovi media. Si cerca di cogliere le modalità attraverso cui la tecnica retroagisce sul pensiero che intende utilizzarla per manifestarsi: allo stesso tempo si pone il problema della genealogia della pratica filosofica, proveniente dai gesti di lettura e scrittura. Le tecnologie comunicative, in altri termini, sono indagate in relazione alla loro funzione costitutiva rispetto a quel che significa pensare. Nel testo, dopo una prima parte teorica e una seconda di documentazione, è presentato il laboratorio telematico Hermes\_Net, una sperimentazione di ricerca e di didattica universitarie: si tratta della proposta, su materiale cartaceo, di un ipertesto frutto di scrittura cooperativa, realizzato con un’elaborazione avvenuta on line.

This book explores the importance and the types of media innovation policies formulated and implemented in various European countries. Each country analysis illustrates the evolution and structure of news media markets and media cross-ownership policies in recent years and evaluates how innovation policies stimulate innovative activities in journalism and news media. The main objective of this book is to promote discussion on how innovation policies can help the news media industry to meet development needs and requirements in the future. It will help scholars, politicians and practitioners in the media industry to identify best practices to support innovation in a rapidly changing news media landscape.

Internet 2000

Filosofia dell'ipertesto

Siti che funzionano 2.0. Quando web design non significa disegni su web

Internet nell'editoria

post-costruttivismo, linguaggi e ambienti di apprendimento

Le fabbriche della creatività. Un'analisi organizzativa dei distretti evoluti

***A trarre giovamento dalla lettura di questo libro non saranno solo coloro che vorrebbero 'lavorare in una casa editrice' (i quali scopriranno che oggi si lavora "per" una casa editrice) ma anche gli aspiranti scrittori, i quali scopriranno che per fare un libro non basta scriverlo. Paolo Vinçon, “L’Indice”Da Gutenberg ai nostri giorni, l’editoria ha conosciuto numerose rivoluzioni. Oggi sembra a molti che stia vivendo una svolta fatale. Dario Moretti ce ne parla con chiarezza, in modo informato, aggiornato e completo.***

***L'editoria multimediale del nuovo Web. Semantic Web e Web 2.0**Social network**Maggioli Editore*

***una crisi annunciata e molte opportunità***

***Social network. Comunicazione e marketing***

***Registica multimodale. Il design dei new media***

***Arcana imperii***

***Strategie vincenti***

Da una recensione del TGI RA: «Internet è una realtà in continua evoluzione, logico quindi che il più famoso manuale della rete, edito da Laterza, sia giunto felicemente alla quarta edizione con l'arrivo del 2000. Gli autori sono, come sempre, Marco Calvo, Fabio Ciotti, Gino Roncaglia e Marco Zela. Come per le precedenti edizioni, il testo del manuale è disponibile gratis e in forma integrale sul sito Internet della casa editrice Laterza. Ma con Internet 2000 per la prima volta viene anche allegato al libro un CDROM, arricchito da filmati e animazioni che aiutano a capire carta stampata, CDROM e sito Internet. Una scelta coraggiosa perché sfida i soliti luoghi comuni sulla rivalità tra le rete e la stampa, e anche molto gradita dai lettori che possono così approfondire la propria conoscenza della rete nei tempi e nei modi che più preferiscono».

Il cervello, negli ultimi anni scoperto neoplastico, si modifica sotto un'immensa pressione cambiando il modo con cui percepiamo la realtà e ci relazioniamo. Devono cambiare i modelli di business e le strategie. Il "cloud" racchiude la nostra vita e per comunicare usiamo Face Book, Messenger, Skype, Twitter, Viber, mandiamo mail o sms. On line, apriamo negozi, viaggiamo, troviamo amore e sesso, appaghiamo le nostre frustrazioni e paure, coltviamo fattorie virtuali. ...lptv, web tv, My Sky, Rai teche, Social Tv, Back Channel, le ore davanti ai terminali si moltiplicano, si

videogiochi per il 2012 vale 68 bilioni di dollari. La fine del mondo come da noi conosciuto è arrivata! Siamo chiamati a combattere per la sopravvivenza della specie e del suo più intimo significato.

Guida all'Italia del libro

Editori e librai nell'era digitale

professioni culturali emergenti tra nuove tecnologie e relazioni sociali

L'evoluzione multimediale

A Comparative Study

High tech high touch