

(Download) File size: 31.Mb

# Web 2.0 - Les internautes au pouvoir : Blogs, Réseaux sociaux, Partage de vidéos, Mashups... (Hors collection)



*Par Jean-François Gervais*  
ePub | \*DOC | audiobook | ebooks |  
Download PDF

Détails sur le produit Rang parmi les ventes : #383730 dans eBooksPubli le: 2007-02-07Sorti le: 2007-02-07Format: Ebook Kindle

(Download) Web 2.0 - Les internautes au pouvoir : Blogs, Réseaux sociaux, Partage de vidéos, Mashups... (Hors collection)

Par Jean-François Gervais : Web 2.0 - Les internautes au pouvoir : Blogs, Réseaux sociaux, Partage de vidéos, Mashups... (Hors collection) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Web 2.0 - Les internautes au pouvoir : Blogs, Réseaux sociaux, Partage de vidéos, Mashups... (Hors collection):

Download

Read Online

## Description :

Présentation de l'éditeur Quel est le point commun entre écrire sur son blog, s'abonner au fil RSS de Libération, repérer sa maison dans Google Maps, et laisser un avis sur ? Le web 2.0 ! Le web 2.0 place l'utilisateur au centre du web. L'internaute n'est plus passif, mais devient un véritable acteur qui peut personnaliser sa navigation, partager des photos, des vidéos ou commenter ce que les autres proposent. De même, les entreprises peuvent adapter le web à leurs besoins de communication, par exemple en achetant des AdWords dans Google, ou de productivité, en disposant de logiciels en ligne comme le futur Office Live de Microsoft.

Mais certains n'y voient pourtant qu'un nouveau terme de marketing qui dissimulerait en fait le recyclage de technologies dj existantes. Le but de cet ouvrage est de clarifier la notion de web 2.0 non seulement dans ses dimensions technologiques et conomiques, mais aussi dans les nouveaux usages du Web qui en dcoulent.Présentation de l'diteurQuel est le point commun entre crire sur son blog, s'abonner au fil RSS de Libration, reprer sa maison dans Google Maps, et laisser un avis sur ? Le web 2.0 ! Le web 2.0 place l'utilisateur au centre du web. L'internaute n'est plus passif, mais devient un vritable acteur qui peut personnaliser sa navigation, partager des photos, des vidos ou commenter ce que les autres proposent. De mme, les entreprises peuvent adapter le web leurs besoins de communication, par exemple en achetant des AdWords dans Google, ou de productivit, en disposant de logiciels en ligne comme le futur Office Live de Microsoft. Mais certains n'y voient pourtant qu'un nouveau terme de marketing qui dissimulerait en fait le recyclage de technologies dj existantes. Le but de cet ouvrage est de clarifier la notion de web 2.0 non seulement dans ses dimensions technologiques et conomiques, mais aussi dans les nouveaux usages du Web qui en dcoulent.Biographie de l'auteurDoctorant en mdias numriques la Sorbonne et titulaire d'un DEA en multimdia, il est responsable de la filire Multimdia la Direction de la Formation de l'Ina. Il scrute le Web depuis 1994.