



Rubrique Livres

- Les écrits à Lyon au XVIIe siècle
- Nouveaux medias nouveaux contenus
- E-marketing et e-commerce
- Les sept regles du storytelling
- Le guide 2010 du photographe professionnel



Illustration Michel Haby/Lourz et le singe  
Presse Edition 06/01/2010

LES ECRITS A LYON AU XVIIE SIECLE

Espaces echanges identites  
*Anne Beroujon, collection "La Pierre et l'Ecrit", PUG 512 pages, 39 €*  
Comment la population urbaine est elle entree dans la culture ecrite ? Par quels mecanismes selon quelles temporalites dans quel but a-t-elle cherche a s'approprier l'ecrit ? Dans la grande ville marchande qu'est Lyon au XVIIe siecle le citoyen est confronte a des ecritures foisonnantes enseignes placards eptaphes graffiti Il est incite a manier des actes devenus courants dans les transactions quotidiennes et a conserver ses papiers reservoir potentiel de preuves Il a enfin la possibilite par le choix de livres qu'il rassemble dans le for prive et par divers modes d'ecriture de soi d'affirmer son identite Cette etude qui s'adresse tant aux chercheurs et aux etudiants qu'a un public plus large vise a saisir les objets et les pratiques de la culture ecrite a une epoque charniere celle de l'enregistrement du controle et de l'inflation paperassiere



NOUVEAUX MEDIAS, NOUVEAUX CONTENUS

Sous la direction de Gilles Delavaud, Editions Apogee, 2009, 288 pages, 21 €  
L'etude rassemble des textes issus d'une serie de rencontres organisees par le Centre d'etudes sur les medias les technologies et l'internationalisation (CEMTI) de l'universite Paris 8 Elle porte aussi bien sur les medias historiques en mutation (photographie, telephonie presse cinema radio television) que sur des medias emergents (internet ecrans mobiles cinema interactif) et sur le renouvellement des pratiques de consommation et de creation (audiovisuelle musicale) qui leur sont liees Une idee a guide le regroupement des differentes approches c'est dans sa periode d'urgence ou dans ses phases de transition (de crise) qu'on peut le mieux comprendre comment un media ne cesse de se construire en relation avec les autres medias et que se pose de la maniere la plus aigue le probleme de ses contenus  
*Gilles Delavaud, professeur en sciences de l'information et de la communication a l'universite Paris 8 chercheur au Centre d'etudes sur les medias les technologies et l'internationalisation (CEMTI)*  
acheter



E-MARKETING ET E-COMMERCE

3e edition  
Corinne Ankri, Pascal Lannoo,  
Collection "Lire Agir", Vuibert, 362 pages, 28 €



Quel que soit son domaine d'activite une entreprise se doit aujourd'hui d'etre presente sur le Web Pour s'y deployer avec un site « oriente client » presentant une offre intelligible une navigation conviviale et efficace elle adoptera les methodes de la grande distribution et du marketing direct Des actions de communication et de promotion ou se conjuguent respect des droits et attentes des internautes • La combinaison de differents canaux d'acquisition, la mise en place de partenariats • La recherche d'un juste equilibre entre recrutement de prospects et fidelisation des clients La 3e edition de cet ouvrage de reference s'enrichit encore plus d'avis d'experts, de cas et d'outils pratiques sur les thematiques incontournables que sont devenus le Web 2.0, le référencement l'e-crm ou encore le marketing mobile  
acheter

LES SEPT REGLES DU STORYTELLING

Inspirez vos equipes par un leadership authentique

John Sadowsky, Loïck Roche,  
Pearson Village Mondial, 2009, 256 pages, 22 €

Partager ses emotions se servir de sa personnalite et de son passe pour creer un recit sincere, donner enfin a tous l'occasion de participer a ce qui devient une aventure commune, voila le secret du storytelling Loïck Roche et John Sadowsky montrent comment, si l'on suit sept regles simples, il est possible de s'approprier cette technique Engagez-vous dans votre voyage interieur Creez une histoire qui vous ressemble , Impliquez ceux avec qui vous travaillez Restez vous-meme Projetez-vous , Personnalisez vos histoires , Simplifiez Quelles que soient leur personnalite et leur experience les grands leaders doivent leur reussite au storytelling A l'image de Steve Jobs et Jack Welch mais aussi de Gandhi Anwar el Sadat, Martin Luther King ou Barack Obama, le dirigeant apprendra, grace a cet ouvrage tres concret, a mettre en scene sa propre histoire pour en faire un levier extremement puissant au service de son leadership  
acheter



LE GUIDE 2010 DU PHOTOGRAPHE PROFESSIONNEL

2e edition entierement remise a jour  
Dominique Le Fouler, Editions du Puits Fleuri, 2009, 440 pages, 29 €

L'ouvrage prend en compte tous les aspects d'une profession a la fois technique et artistique qui compte de multiples specialites et qui s'exerce sous des statuts forts differents Il structure et analyse toutes les sources d'informations et les derniers chiffres disponibles (formations, ecoles, diplomes, prix, syndicats, institutions, manifestations, droit d'auteur ) Un outil 100% pratique qui offre aux lecteurs une foule de documents immediatement utilisables pour exercer autorisation de prise de vue, contrat, bnf, devis, conditions de vente, tarif, devis et facture L'annuaire, qui rassemble plus de 800 adresses cles, est destine aux photographes mais aussi a tous ceux qui font appel a leurs services agences, studios graphiques, post-production, donneurs d'ordre, entreprises, organisations institutionnelles, collectivites territoriales administrations, syndicats et a tous les amateurs passionnes  
acheter

