

Les moteurs et systèmes de recommandation

Type de contenu : Texte

Titre(s) : Les moteurs et systèmes de recommandation [texte imprimé] / sous la direction de Gérald Kembellec, Ghislaine Chartron, Imad Saleh

Autre(s) responsabilité(s) : Chartron, Ghislaine (Directeur de publication)
Kembellec, Gérald (Directeur de publication)
Saleh, Imad (Directeur de publication)

Editeur, producteur : London : ISTE editions, cop. 2014

Description matérielle : 1 vol. (227 p.) : ill., couv. ill. en coul. ; 24 cm

ISBN : 9781784050412

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. dispersée. Notes bibliogr. Index

Résumé ou extrait : La 4e de couv. indique : Plébiscités par les différentes plateformes de contenus (livres, musiques, films) et par les sites de ventes en ligne, les systèmes de recommandation sont des éléments-clés des stratégies numériques. Si leur développement visait à l'origine la performance des systèmes d'information, les enjeux se sont aujourd'hui massivement déplacés sur des logiques d'optimisation de la relation client, avec comme objectif principal de maximiser les ventes potentielles. D'approche transdisciplinaire, Les moteurs et systèmes de recommandation réunit des contributions liant sciences de l'information et de la communication, marketing, sociologie, mathématiques et informatique. Il traite de la compréhension des modèles sous-jacents aux systèmes de recommandation et détaille leur mise en perspective historique. Il analyse également leur développement dans les offres de contenus et évalue leur impact sur le comportement des usagers

Sujet(s) : Moteurs de recherche sur internet
Marketing sur internet
Prescription (marketing)