

Litteraturlista för SKOA34, Strategisk kommunikation: Varumärkeskommunikation gällande från och med vårterminen 2015

**Litteraturlistan är fastställd av Styrelsen för institutionen för strategisk
kommunikation 2014-11-25 att gälla från och med 2015-01-19**

Bengtsson, Anders & Östberg, Jacob (2011). *Märken och människor: om
marknadssymboler som kulturella resurser*. (2. uppl.). Lund: Studentlitteratur.
[9789144059600, 163 sidor]

Fill, Chris (2013). *Marketing communications brands, experiences and participation*. (6
ed.). Harlow: Pearson Education. [9780273770671, utvalda kapitel ca 400 sidor] (E-
bok)

Rosenbaum-Elliott, Richard, Percy, Larry & Pervan, Simon (2011). *Strategic brand
management*. (2. ed.). Oxford: Oxford University Press. [9780199565214, 303 sidor]

Dinnie, Keith (2008). *Nation branding: concepts, issues, practice*. (1. ed.). New York,
NY: Butterworth-Heinemann. [9780750683494, 264 sidor]

Anselmsson, Johan & Johansson, Ulf (2007). *För- och nackdelar med
dagligvaruhandelns egna varumärken ur konsument- och samhällsperspektiv*. Lund
International Food Studies. Lund: Lunds universitet. [15 sidor]

Ett artikelkompendium med vetenskapliga artiklar om varumärkeskommunikation,
handelns egna varumärken, place branding, employer och employee branding samt
corporate branding tillkommer (ca 300 sidor).

Total antal sidor ca. 1400