

Litteraturlista för SKOC21, Strategisk kommunikation: Varumärkeskommunikation gällande från och med vårterminen 2017

**Litteraturlistan är fastställd av Styrelsen för institutionen för strategisk
kommunikation 2016-10-25 att gälla från och med 2016-11-01**

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]

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

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

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

Palm, L. (2006). *Kommunikationsplanering: en handbok på vetenskaplig grund*. Lund: Studentlitteratur. [9789144032559, 185 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. 1230