

Litteraturlista för SKOC42, Strategisk kommunikation: Digital marknadskommunikation gällande från och med vårterminen 2018

Litteraturlistan är fastställd av Styrelsen för institutionen för strategisk kommunikation 2017-11-28 att gälla från och med 2017-12-01

Belk, Russel W. & Llamas, Rosa (Red.) (2013). *The Routledge companion to digital consumption*. New York: Routledge. [ISBN 9781136253379, 400 sidor] E-bok

Chaffey, Dave & Ellis-Chadwick, Fiona (2016). *Digital marketing. Upper Saddle River: Pearson*. [ISBN 1292077611, 200 sidor]

Jarnvall, Jacob (2015). *Konverteringsoptimering: från besökare till kund*. Malmö: Roos & Tegner. [ISBN 9789187905001, 142 sidor]

Österberg, Marcus. (2016). *Webbanalys: förstå och förbättra användarnas upplevelse. Göteborg: Intranätverk*. [ISBN 9789198342222, 266 sidor]

Utöver ovanstående tillkommer artikelkompendium som behandlar teorier och metoder för digital marknadskommunikation [ca 100 sidor].

Totalt antal sidor: Cirka 1100 sidor.