

Litteraturlista för KSME31, Organisering och marknadsföring av tjänsteverksamheter gällande från och med höstterminen 2020

Litteraturlistan är fastställd av Styrelsen för institutionen för service
management och tjänstevetenskap 2020-04-22 att gälla från och med 2020-
08-31

Se bilaga.

Litteraturlista för Organisering och marknadsföring av tjänsteverksamheter (KSME31), 15 hp

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management och tjänstevetenskap 2020-04-22

Litteraturlistan börjar gälla 2020-08-31.

- Alvehus, Johan & Jensen, Tommy. (2020). *Organisation*. 2:a upplagan. Lund: Studentlitteratur. [311 s. ISBN 978-1-44-08604-0]
- Ellis, Nick, Fitchet, James; Higgins, Matthew, Jack, Gavin, Lim, Ming, Saren, Michael & Tadajewski, Mark. (2011). *Marketing: A Critical Textbook*. London: Sage. [256 s. ISBN 9781848608788]
- Grafström, Maria, Jonsson, Anna; Stig, Oline & Strannegård, Lars. (2017). *En berättelse om organiserings*. Lund: Studentlitteratur. [560 s. ISBN 9789144117898]
- Kinni, Theodore & Disney Institute. (2011). *Be Our Guest. Perfecting the Art of Customer Service*. New York: Disney Editions. [208 s. ISBN 978-1-4231-4584-4].
- Parment, Anders. (2015). *Marknadsföring kort och gott*. 2:a upplagan. Stockholm: Liber. [224 s. ISBN 978-91-47-11225-8]

Minst två av följande tre artiklar:

- Alvesson, Mats & Willmott, Hugh. (2002). Identity regulation as organizational control: Producing the appropriate individual. *Journal of Management Studies*, 39(5), 619-644. [ISSN: 00222380]
- Ashforth, Blake E. & Humphrey, Ronald H. (1993). Emotional labor in service roles: The influence of identity. *The Academy of Management Review*, 18(1), 88-115. [Doi: doi.org/10.2307/258824]
- Bardon, Thibaut, Brown, Andrew D. & Pez  , St  phan (2017). Identity regulation, identity work and phronesis. *Human Relations*, 70(8), 940-965. [Doi: doi.org/10.1177/0018726716680724]

Minst tv   av f  ljande tre artiklar:

- Borghini, Stefania, Diamond, Nina, Kozinets, Robert V, McGrath, Mary Ann, Muniz Jr., Albert M. & Sherry, John F. (2009). Why Are Themed Brandstores So Powerful? Retail Brand Ideology at American Girl Place. *Journal of Retailing*, 85(3), 363-75. [Doi: 10.1016/j.jretai.2009.05.003]
- Holt, Douglas. (2002). Why do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding. *Journal of Consumer Research*, 29(1), 70-90. [Doi: 10.1086/339922]
- Vargo, Stephen L.; Lusch, Robert F. (2014). Inversions of service-dominant logic. *Marketing Theory* 14(3), 239–248. [Doi: 10.1177/1470593114534339]

Ut  ver n  mnd litteratur tillkommer artiklar p   ca 50 sidor r  rande projektarbeten.

Totalt antal sidor: ca 1800