



Literature for SKOA34, Strategic Communication: Brand Communication applies from spring semester 2015

Literature established by the board of the Department of Strategic communication on 2014-11-25 to apply from 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 dagligvaruhandels egna varumärken ur konsument- och samhällsperspektiv*. Lund International Food Studies. Lund: Lunds universitet. [15 sidor]

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

Total antal sidor ca. 1400