



Litteraturlista för SEMA11, Grundkurs i service management gällande från och med höstterminen 2025

**Litteraturlistan är fastställd av Styrelsen för institutionen för tjänstvetenskap
2025-04-24 att gälla från och med 2025-04-24**

Se bilaga.

Litteraturlista för Grundkurs i service management (SEMA11), 30 hp

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management och tjänstevetenskap 2021-04-14, senast reviderad 2025-04-24.

Litteraturlistan börjar gälla 2025-04-24.

Högskolan i Borås (senaste upplagan). Guide till Harvardsystemet. Borås: Högskolan i Borås. [51 sid.]. <https://www.hb.se/biblioteket/akademiskt-sprak/referera-till-kallor/guide-till-harvardsystemet/>

Delkurs 1: Service management och tjänstelogik (7.5 hp)

Danielsson, Pernilla & Westrup, Ulrika. (2022). User-orientation in public service organizations: making use of value as a thick concept. *Public Management Review*, s. 1-20. Doi: 10.1080/14719037.2022.2136398.

Grönroos, Christian. (2021). *Tjänstefiering. I kundens ögon är alla företag tjänsteleverantörer*. Stockholm: Volante. [231 sid. ISBN 9789179651275]

Gustafsson, Anders, Snyder, Hannah, & Witell, Lars. (2020). Service innovation: A new conceptualization and path forward. *Journal of Service Research*, 23(2), s. 111–115. Doi: 10.1177/1094670520908929

Heide, Mats & Svingstedt, Anette. (2023). *Strategiskt lyssnande – Så blir chefer, medarbetare och organisationer bättre på att lyssna*. Stockholm: Liber. [170 sid. ISBN 47-13242-9 och 47-14347-4]

Skåln, Per. (2016). *Tjänstelogik*. Lund: Studentlitteratur. [138 sid. ISBN 9789144107608]

Totalt antal sidor: ca 560

Delkurs 2: Marknadsföring (7.5 hp)

- Adeola, Ogechi, Hinson, Roberto Ebo, & Evans, Olaniyi. (2020). Social media in marketing communications: A synthesis of successful strategies for the digital generation. *Digital transformation in business and society: Theory and cases*, s. 61-81. Doi: 10.1007/978-3-030-08277-2_4
- Arnould, Eric. J., & Thompson, Craig. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of consumer research*, 31(4), s. 868-882. Doi: 10.1086/426626
- Bertilsson, Jon & Tarnovskaya, Veronika. (2017). *Brand theories: Perspectives on brands and branding*. Studentlitteratur AB. [ISBN 978-91-44-11624-2, s. 239-253]
- Dessart, Laurence & Standaert, Willem. (2023). Strategic storytelling in the age of sustainability. *Business Horizons*, 66(3), s. 371-385. Doi: 10.1016/j.bushor.2023.01.005
- Ellis Nick, Fitchett James, Higgins Matthew, Jack Gavin, Lim Ming, Saren Michael, Tadajewski, Mark. (2011). *Marketing: A Critical Textbook*. Sage: London [ISBN 978-1-84860-877-1, s. 97-111]
- Gordon, Ross, Carrigan, Marylyn, & Hastings, Gerard. (2011). A framework for sustainable marketing. *Marketing theory*, 11(2), s. 143-163. Doi.org/10.1177/1470593111403218
- Gurău, Calin. (2008). Integrated online marketing communication: implementation and management. *Journal of communication management*, 12(2), s. 169-184. Doi:10.1108/13632540810881974
- Hasselbladh, Hans & Holmqvist, Mikael. (2013). *Företagsekonomi och samhället*. Studentlitteratur. [ISBN 978-91-44-09350-5, s. 273-287]
- Hartmann, Benjamin. J., Östberg, Jacob., Parment, Anders., & Solér, Cecilia. (2020). Unboxing marketing: creating value for consumers, firms, and society. [ISBN 978-91-44-13750-6, s. 167-181]
- Hatch, Mary Jo & Schultz, Majken. (2010). Toward a theory of brand co-creation with implications for brand governance. *Journal of Brand management*, 17, s. 590-604. Doi: 10.1057/bm.2010.14
- Järventie-Thesleff, Rita, Moisander, Johanna & Laine, Pikka-Maria. (2011). Organizational dynamics and complexities of corporate brand building—A practice perspective. *Scandinavian Journal of Management*, 27(2), s. 196-204. Doi: 10.1016/j.scaman.2010.07.001
- Kemp, April, Gravois, Renée, Syrdal, Holly & McDougal, Elisabeth. (2023). Storytelling is not just for marketing: Cultivating a storytelling culture throughout the organization. *Business Horizons*, 66(3), s. 313-324. Doi.org/10.1016/j.bushor.2023.01.008
- Killian, Ginger & McManus, Kristy. (2015). A marketing communications approach for the digital era: Managerial guidelines for social media integration. *Business horizons*, 58(5), s. 539-549. Doi: 10.1016/j.bushor.2015.05.006
- Lloveras, Javier., Marshall, Adam. P., Vandeventer, James. S., & Pansera, Mario. (2022). Sustainability marketing beyond sustainable development: towards a degrowth agenda. *Journal of Marketing Management*, 38(17-18), s. 2055-2077. Doi.org/10.1080/0267257X.2022.2084443
- Mills, Adam. J. & John, Joby. (2020). Brand stories: bringing narrative theory to brand management. *Journal of Strategic Marketing*, s. 1-19. Doi: 10.1080/0965254x.2020.1853201
- Närvänen, Elina & Goulding, Christina. (2016). Sociocultural brand revitalization: The role of consumer collectives in bringing brands back to life. *European Journal of Marketing*, 50(7/8), s. 1521-1546. Doi:10.1108/EJM-05-2014-0328
- Parment, Anders. (2022). *Kort om marknadsföring*. Andra upplagan. Lund: Studentlitteratur. [373 sid. ISBN 978-91-44-15429-9]

Totalt antal sidor: ca 1 000

Delkurs 3: Konsumtion i tjänstesamhället (7.5 hp)

- Aldridge, Alan. (2003). *Consumption*. Cambridge, UK: Polity. [sid. 15-22, ISBN 0-7456-2529-0]
- Bengtsson, Anders & Östberg, Jacob. (2011 eller senare). *Märken och människor: Om marknadssymboler som kulturella resurser*. Lund: Studentlitteratur. [163 sid. ISBN 978-91-44-05960-0]
- Bjurström, Erling, Fornäs, Johan & Ganetz, Hillevi. (2000). *Det kommunikativa handlandet. Kulturella perspektiv på medier och konsumtion*. [sid. 18-41. ISBN 9157803463]
- Campbell, Colin. (2005). The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture*. Vol 5 (23), 23-42. Doi.org/10.1177/1469540505049843
- Cronin, James M., Mary B. McCarthy & Alan M. Collins. (2014). Covert distinction: how hipsters practice food- based resistance strategies in the production of identity. *Consumption Markets & Culture*. Vol. 17, No. 1, 2–28. Doi: 10.1080/10253866.2012.678785
- Edling, Christofer & Liljeros, Fredrik. (red.). (2010 eller senare). *Ett delat samhälle: makt, intersektionalitet och social skiktning*. Malmö: Liber. [184 sid. ISBN: 978-91-47-09042-6]
- Giddens, Anthony. (2003). *Sociologi*. Lund: Studentlitteratur. [sid. 37-44. ISBN 9144041233]
- Husz, Orsi & Lagerkvist, Amanda. (2001). Konsumtionens motsägelser. I Alex, Peder & Söderberg, Johan. (Red.) *Förbjudna njutningar*. Stockholm: Ekonomisk-historiska institutionen. Stockholms universitet. [ca 25 sid. ISBN 91-972674-8-1]
- Johansson, Thomas & Miegel, Fredrik. (2002). *Kultursociologi*. Lund: Studentlitteratur. [sid. 202-216. ISBN 9144473311]
- Lindgren, Simon. (2015). *Sociologi 2.0: samhällsteori och samtidskultur*, 2. uppl., Gleerups Utbildning. [Sid. 49-55, 203-206. ISBN: 9789140688170]
- Löfren, Orvar. (1996). Konsumtion som vardaglig praktik och ideologiskt slagfält. *Socialvetenskaplig tidskrift* nr 1-2, ss. 116-127.
- Nordmark, Sofia. (2022). Pierre Bourdieu. I Gottzén, Lucas & Lögdlund, Ulrik (red.) (2022). *Sociologins teoretiker*. Andra upplagan Malmö: Gleerups. [sid. 231-239. ISBN: 9789151107325]
- Pietrykowski, Bruce. (2004). You Are What You Eat: The Social Economy of the Slow Food Movement. *Review of Social Economy*. Vol LXII(3), 307-321. Doi: 10.1080/0034676042000253927
- Soneryd, Linda & Ugglå, Ylva. (2011). *(O)möjliga livsstilar. Samhällsvetenskapliga perspektiv på individualiserat miljöansvar*. Lund: Studentlitteratur. [112 sid. ISBN 978-91-44-07103-9]
- Takedomi Karlsson, Mariko. (2024). *Fashioning the ecological crisis: sustainability and feminism in fashion advertising and communication in contemporary Sweden*. Avhandling. Lund: Lunds universitet. [sid. 93-176] https://portal.research.lu.se/files/167058272/opponent_och_espik_Mariko.pdf
- Wästerfors, David. (2018). Om akademiskt hantverk. I Sjöholm, Carina & Jerneck, Magnus (red.). *Är det någon konst att vara akademiker?* Lunds universitet. [sid. 27-32. ISBN 9789177537076]
- Östberg, Jacob & Kaijser, Lars. (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber. [125 sid. ISBN 978-91-47-08874-4]

Totalt antal sidor: cirka 950

Delkurs 4a: Inriktningskurs hälsa (7.5 hp)

- Alfonsson, Johan. (2022). *Det otrygga arbetslivet i Sverige: Dess framväxt och konsekvenser*. Studentlitteratur AB. [199 sid. ISBN 9789144153063]
- Brailey, C. D., & Slatton, B. C. (2019). Women, Work, and Inequality in the US: Revising the Second Shift. *Journal of Sociology*, 7(1), 29-35. Doi: 10.15640/jssw.v7n1a4
- Kelliher, Clare, Richardson, Julia & Boiarintseva, Galina. (2019). All of work? All of life? Reconceptualising work-life balance for the 21st century. *Human Resource Management Journal*, 29(2), ss. 97-112. Doi: 10.1111/1748-8583.12215
- Korp, Peter. (2016). *Vad är hälsopromotion*. Lund: Studentlitteratur [168 sid. 9789144093710]
- Loodin, Henrik. (2014). Hälsa på arbetsplatsen. Från arbetare vid det löpande bandet till medarbetare på löpbandet. I Henrik Loodin & Lars Nordgren *Health management. Att leda hälsoverksamheter med service i fokus*. Stockholm: Sanoma utbildning, s. 65-91.
- Loodin, Henrik. (2018). Välfärdskontraktets funktion på en kvasimarknad-exemplet hälso-och sjukvården. I Lars nordgren & Kristofer Hansson *Health Management. Vinst, värde och kvalitet i hälso- och sjukvård*. Stockholm: Sanoma utbildning, s. 65-85.
- Lundberg, Kristian. (2016). *Yarden: En berättelse*. Stockholm: Bladh by Bladh. [255 sid. ISBN 9789187371967]
- Sandberg, Åke. (red.). (2019). *Arbete och välfärd. Ledning, personal och organisationsmodeller i Sverige*. Lund: Studentlitteratur. [Kap. 1-10; 15; 18-20. ISBN 9789144116310]
- Shatil, Sharron. (2020). Managerialism-a social order on the rise. *Critical Sociology*, 46(7-8), s. 1189-1206. Doi.org/10.1177/0896920520911

Totalt antal sidor: ca 1 000

Delkurs 4b: Inriktningskurs retail (7.5 hp)

- Edelman, David C. & Singer, Marc. (2015). Competing on Customer Journeys. *Harvard Business Review*, 93(11), s. 88-100.
- Fuentes, Christian & Johan, Hagberg. (2013). Socio-cultural retailing: what can retail marketing learn from this interdisciplinary field?. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 5 (3), s. 290-308. Doi:org/10.1108/IJQSS-10-2012-0018
- Gauri, Dinesk K, Jindal, Rupinder P., Ratchford, Brian, Foz, Edward, Bhatnagar, Amit, Pandey, Aashish, Navallo, Jonathan R., Fogarty, John, Carr, Stephen & Howerton, Eric. (2020). Evolution of retail formats: Past, present, and future. *Journal of Retailing*, 97 (1), s. 42-61
Doi.org/10.1016/j.jretai.2020.11.002
- Grewal, Dhruv & Levy, Michael. (2007). Retailing research: Past, present, and future. *Journal of Retailing*, 83 (4), s. 447-464. Doi: 10.1016/j.jretai.2007.09.003
- Hagberg, Johan. & Jonsson, Anna. (2016). *Handeln digitalisering. Undran inför framtidens affärer*. Lund: Studentlitteratur. [160 sid. ISBN 9789144116808]
- Hultman, Jens, Johansson, Ulf, Wispeler, Aylin, & Wolf, Leonie. (2017). Exploring store format development and its influence on store image and store clientele - the case of IKEA's development of an inner-city store format, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 27(3), ss. 227-240. Doi: 10.1080/09593969.2017.1314867
- Münster M.B., Sönnichsen S.D. & Clement J. (2022). Retail design in the transition to circular economy: A study of barriers and drivers. *Journal of Cleaner Production* 362: 132310. Doi.org/10.1016/j.clepro.2022.132310
- Myerson, Paul. (2021). *Omni-Channel Retail and the Supply Chain. Working Together for a Competitive Advantage*. Abingdon, Oxon: Routledge. [Utdrag ca 30 sid. ISBN 9780367641979]
- Stobart, Jon & Howard, Vicki (Red.). (2018). *The Routledge Companion to the History of Retailing*. London: Routledge. [Utdrag ca 200 sid. ISBN 9781315560854]
- Sugg, Bethany. (2022). Circular Textiles Innovation during COVID-19: Not the Silver Lining Some Had Hoped For. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 11, s. 1–16. Doi.org/10.1108/JFMM-07-2021-0180.
- Thufvesson, Ola. (2009). *Platsutveckling*. Lunds universitet och Helsingborgs stad. [143 sid. ISBN 978-91-85663-03-3]
- Sharma, Neha & Dutta, Nirankush. (2023). Omnichannel retailing: exploring future research avenues in retail marketing and distribution management, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 51(7), s. 894-919. Doi: 10.1108/IJRDM-05-2022-0166
- Svensk Handel (2024). *Läget i handeln 2024: 2024 års rapport om branschens ekonomiska utveckling*. Stockholm: Svensk Handel. (54 sid.)
- Schweiger, Elisa B., Vannucci, Virginia., Mazzoli, Valentina, Grazzini, Laura, Roggeveen, Anne L., Grewal, Dhruv, Donvito, Raffaele, Aiello, Gaetano. (2024). A comprehensive examination of digital retailing: A text-mining review and research agenda, *Journal of retailing*, 100, s. 634-655. Doi: 10.1016/j.jretai.2024.10.001
- Tölg, Réka. (2025). *The (im)possibilities of circular consumption: Producing and performing circular clothing consumption in retail and household settings*. Avhandling. Lund: Lunds universitet.
- Tölg, Réka. (2024) "Selling of care offerings and the ethicalisation of consumption", *Marketing Theory*, s. 1-21. Doi: 10.1177/14705931241279273
- Vadakkappatt, Gautham G., Karen Page Winterich, Vikas Mittal, Walter Zinn, Lauren Beitelspacher, John Aloysius, Jessica Ginger & Julie Reilman. (2021). Sustainable Retailing. *Journal of Retailing*, 97 (1), s. 62–80. Doi.org/10.1016/j.jretai.2020.10.008.
- Vadruccio, Roberta, Seghezzi, Arianna, & Tumino, Angela. (2024). Smart technologies for retailing: who, what, where and why. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 52(13), s. 79-102. Doi: 10.1108/IJRDM-06-2023-0408

Delkurs 4c: Inriktningskurs turism och hotell (7.5 hp)

- Ashworth, G. J. (2014). Heritage and Economic Development: Selling the Unsellable. *Heritage & Society*, 7(1), s. 3-17. Doi: 10.1179/2159032X14Z.00000000015
- Bond, Nigel & Falk, Johan. (2013): Tourism and identity-related motivations: Why am I here (and not there)? *International Journal of Tourism Research*, 15, s. 430-442. Doi 10:1002/jtr.1886
- Cooper, Chris. (2022). *Essentials of Tourism*. London: Sage Publications ltd. [utdrag ca. 200 sid. ISBN 9789170613029]
- Duncan, Tara. (2019). Om mobilitet och turismens geografier. I: S. Wall Reinius & S. Heldt Cassel (red.). *Turismen och resandets utmaningar*. Ymer årgång 139, s. 119-134.
- Eldh, Christer & Nilsson, Fredrik. (2019). *Fika, hygge and hospitality: the cultural complexity of service organisation in the Öresund region*. Göteborg: Makadam förlag & bokproduktion AB. [utdrag ca. 90 sid. ISBN 9789170613029]
- Eskilsson, Lena & Högdahl, Elisabeth. (2009). Cultural heritage across borders? – Framing and challenging the Snapphane story in Southern Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 9(1): s. 65-80. Doi.org/10.1080/15022250902761454
- Larsen, Jonas. (2024). The Tourist Gaze 1.0, 2.0, 3.0 and 4.0. I: Hall, C. Michael (2024) (Red.). *The Wiley Blackwell Companion to Tourism (s.245-258)*. 2:a uppl. Wiley Blackwell.
- Margaryan, Lusine & Fredman, Peter (2017). Bridging outdoor recreation and nature-based tourism in a commercial context: Insights from the Swedish service providers. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, s. 84-92. Doi.org/10.1016/j.jort.2017.01.003
- Nilsson, Jan Henrik. (2016). *Hotellens och krogarnas framväxt. Ett kulturgeografiskt perspektiv*. Örebro: Örebro universitet [130 sid. ISBN 978-91-87789-04-5]
- Sjöholm, Carina (2014). Jakten på regional tillväxt. *Nordisk kulturpolitisk tidskrift*, 16(02), s. 316-339. Doi.org/10.18261/ISSN2000-8325-2013-02-08
- Syssner, Josefina. (red). (2011). *Perspektiv på turism och resande*. Lund: Studentlitteratur. [303 sid. ISBN 9789144070384]
- Wang, Ning. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research* 26(2), s. 349-370. Doi: 10.1016/S0160-7383(98)00103-0

Totalt antal sidor: ca. 890