

Litteraturlista för KSMB62, Affärsutveckling i upplevelseekonomin gällande från och med vårterminen 2016

Litteraturlistan är fastställd av Styrelsen för institutionen för service
management och tjänstvetenskap 2015-11-26 att gälla från och med 2016-
01-01

Se bilaga.

Litteraturlista för Affärsutveckling i upplevelseekonomin, (KSMB62) 15 hp

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2013-11-26, senast reviderad 2015-11-26.

Litteraturlistan börjar gälla 2016-01-01.

- Boswijk, Albert, Thijssen, Thomas & Peelen, Ed (2007). *The experience economy: a new perspective*. Amsterdam: Pearson Prentice Hall. [s 143-157. ISBN 9789043012683] Finns på kurshemsida i Live&Lund.
- Brodie, Roderick (2009). From goods to service branding: An integrative perspective, *Marketing Theory*, 9 (1): 107-111.
- Gordon, William (2002). Minding your brand manners, *Marketing Management* 11 (5): 18-20.
- Grönroos, Christian (2008). Service-dominant logic revisited: Who creates value? And who co-creates? *European Business Review* 20 (4): 298-314
- Hassanien, Ahmed, Dale, Crispin och Clarke, Alan. (2010). *Hospitality Business Development*. Oxford & Burlington, MA: Butterworth-Heinemann. [Kapitel 1-6 (s. 1-156) & kap. 9 (s. 199-217). ISBN 978-1-85617-609-5] E-bok.
- Kimes, Sheryl E., Richard B. Chase, Sunmee Choi, Philip Y Lee, och Elizabeth N. Ngonzi (1998). Restaurant revenue management: Applying yield management to the restaurant industry, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 39 (3): 32-40.
- Kimes, Sheryl (1999). Restaurant Revenue Management: A five-step approach, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40 (3): 16-21.
- Kimes, Sheryl (2005). Restaurant revenue management: Could it work? *Journal of Pricing and Revenue Management*, 94 (1): 95-98.
- Klofsten, Magnus (2014). *Affärsplattformen: Entreprenören och företagets förstaår: Nu med idéplattformen*. Lund: Studentlitteratur. [119 sidor, ISBN 9789144105468]
- Kubr, Thomas, Heinz Marchesi & Daniel Ilar (2005). *Affärsplanering: en handbok för nya tillväxtföretag*. [289 sidor, ISBN 9789170920424]
- Latham, Alan (2003). Urbanity, lifestyle and making sense of the new urban cultural economy: Notes from Auckland, New Zealand, *Urban Studies* 40 (9): 1699-1724.
- Lugosi, Peter (2008). Hospitality spaces, hospitable moments: consumer encounters and affective experiences in commercial settings, *Journal of Foodservice*, 19: 139-149.
- McNeill, Donald (2008). The hotel and the city, *Progress in Human Geography* 32 (3): 383-398.
- Mossberg, Lena (2008). Extraordinary Experiences through Storytelling, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 8 (3): 195-210.
- Pine, Joseph & Gilmore, James. (2011). *The Experience Economy*. Boston, Mass.: Harvard Business Review Press. [359 s. ISBN 9781422161975]
- Poulston, Jill och Albert Yau Kwong Yiu (2011). Profit or principles: Why do restaurants serve organic food? *International Journal of Hospitality Management* 30: 184-191.
- Prahalad, C K och Venkat Ramaswamy (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation, *Journal of Interactive Marketing* 18 (3): 5-14
- Sloan, Donald (red.) (2004). *Culinary Taste*. Burlington: Elsevier. [Kapitel 3 (s. 43-57) & kapitel 10 (s. 165-184). s. ISBN 978-0-7506-5767-9] E-bok.
- Tellström, Richard, Inga-Britt Gustafsson och Lena Mossberg (2006). Consuming Heritage. The use of local food culture in branding, *Place Branding* 2 (2): 130-143.
- Walls, Andrew, Fevzi Okumus, Youcheng (Raymond) Wang och David Joon-Wuk Kwun (2011). Understanding the Consumer Experience: An Exploratory Study of Luxury Hotels, *Journal of Hospitality Marketing & Management* 20 (2): 166-197.
- Williams, Alistair (2002). *Understanding the Hospitality Consumer* (Ingår i serien Hospitality, leisure and tourism). London: Butterworth-Heinemann. [Kapitel 1 (s. 3-19), kap. 5 (s. 91-118), & kap. 6 (s. 119-141).s. ISBN 978-0-585-45811-3]E-bok.

Zwick, Detlev, Samuel Bonsu och Aron Darmody (2008). Putting consumers to work: 'Co-creation' and new marketing govern-mentality, *Journal of Consumer Culture* 8 (2): 163-196.

Vidare tillkommer material för övningar inom kursen om ca 210 sidor.

Totalt antal sidor: ca 1500.