

Litteraturlista för KSMD23, Butiken i ett digitaliserat handelslandskap gällande från och med vårterminen 2020

Litteraturlistan är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management och tjänstevetenskap 2019-11-13 att gälla från och med 2020-01-01

Se bilaga.

Litteraturlista för Butiken i ett digitaliserat handelslandskap (KSMD23), 15 hp.

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management och tjänstevetenskap 2019-11-13

Litteraturlistan börjar gälla 2020-01-01.

- Bäckström, Kristina & Johansson, Ulf. (2017). An exploration of consumers' experiences in physical stores: Comparing consumers' and retailers' perspectives in past and present time. *The International review of Retail, Distribution and Consumer research*, 27 (3), 241-259.
- Eskilsson, Lena & Fredriksson, Cecilia. (2010). *Butiken: Upplevelse, organisering och plats*. Lund: Studentlitteratur. [Utdrag ca 75 s. Kap. 2-4. ISBN 9789147094998]
- Frishammar, Johan, Cenamor, Javier, Cavalli-Björkman, Harald, Hernell, Emma & Carlsson, Johan. (2018). Digital strategies for two-sided markets: A case study of shopping malls. *Decision support systems*, 108, 34-44.
- Hagberg, Johan & Jonsson, Anna. (2016). *Handelns digitalisering: Undran inför framtidens affärer*. Lund: Studentlitteratur. [160 s. ISBN 978-91-44-11680-8]
- Hernant, Mikael & Boström, Margareta. (2010). *Lönsamhet i butik. Samspelet mellan butikens marknadsföring, kundernas beteende och lokal konkurrens*. Malmö: Liber. [426 s. ISBN 978-91-47-09498-1]
- 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), 227-240.
- McGoldrick, Peter. (2002). *Retail Marketing*. London: McGraw-Hill [utdrag 22 s. ISBN 0077092503]
- Mossberg, Lena. (2015). *Att skapa upplevelser: från OK till WOW*. Lund: Studentlitteratur. [176 s. ISBN 9789144091747]
- Nordfält, Jens. & Ahlbom, Carl-Philip. (2018). *Marknadsföring i butik: Om forskning och branschkunskap i detaljhandeln*. Malmö: Liber. [359 s. ISBN 978-91-47-11348-4]
- Pantano, Eleonora & Gandini, Alessandro. (2017). Exploring the forms of sociality mediated by innovative technologies in retail settings. *Computers in Human Behavior*, 77, 367-373.
- Pantano, Eleonora & Migliarese, Piero. (2014). Exploiting consumer-employee-retailer interactions in technology-enriched retail environments through a relational lens. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21 (6), 958-965.
- Petersson McIntyre, Magdalena. (2016). *Att älska sitt jobb. Passion, entusiasm och nyliberal subjektivitet*. Lund: Nordic Academic Press. [281 s. ISBN 9789188168757]
- Poncin, Ingrid, & Mimoun, Mohamed Slim Ben. (2014). The impact of 'e-atmospherics' on physical stores. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 851-859.
- Soutjis, Bastien, Cochoy, Franck, & Hagberg, Johan. (2017). An ethnography of Electronic Shelf Labels: The resisted digitalization of prices in contemporary supermarkets, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39, 296-304.

Totalt antal sidor: ca 1 600.