

Litteraturlista för Konsumtion, identitet och kommunikation, 15 hp (KSMB25)

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2015-01-27, reviderad 2017-01-25.

Litteraturlistan börjar gälla 2017-02-01.

- Aldridge, Alan. (2003). *Consumption*. Cambridge, UK: Polity. [s. 15-22, ISBN 0-7456-2529-0]
- Bengtsson, Anders & Östberg, Jacob. (2011). *Märken och människor: Om marknadssymboler som kulturella resurser*. Lund: Studentlitteratur. [163 s. ISBN 978-91-44-05960-0]
- Botsman, Rachel & Rogers, Roo. (2011). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. London: Collins. [280 s. ISBN 9780007395910]
- Campbell, Colin. (2005). The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture*. Vol. 5 (23), 23-42.
- Dyer, Gillian. (1999). *Media effects. Advertising as Communication*. Routledge. [s 72-84, inscannad på kurshemsida]
- James M. Cronin, Mary B. McCarthy and 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.
- Edling, Christofer & Liljeros, Fredrik (red). (2010). *Ett delat samhälle: makt, intersektionalitet och social skiktning*. Malmö: Liber. [184 s. ISBN: 978-91-47-09042-6]
- Ekström, Karin. (2015). *Waste management and sustainable consumption: reflections on consumer waste*. Abingdon, Oxon: Routledge. [Två artiklar, ca 40 s. ISBN 9781317632641] Även tillgänglig som e-bok.
- Engdahl, Oskar & Larsson, Bengt. (2011). Teori och teorianvändning. I Engdahl, Oskar & Larsson, Bengt. (Red.) *Sociologiska perspektiv. Grundläggande begrepp och teorier*. [s 7-20]
- Evans, Martin, Jamal, Ahmad. & Foxall, Gordon. (2006). Chapter 1, Consumer motives and values. In Martin Evans, Ahmad Jamal & Gordon Foxall. *Consumer Behaviour*. Chichester: John Wiley. [s. 2-17]
- Hall, Stuart, Evans, Jessica & Nixon, Sean. (2013). *Representation*. 2nd ed. London: Sage. [s. 1-25. ISBN 9781849205634]
- Hultman, Johan. (2004). Soporna, det är vi! I Johansson, Birgitta. (Red.) *Sopor hit och dit*. Stockholm: Formas. [12 s]
- Husz, Orsi & Lagerkvist, Amanda. (2001). Konsumtionens motsägelser. I Alex, Peder & Söderberg, Johan. (Red.) *Förbjudna njutningar*. Stockholm: Ekonomisk-historiska institutionen. Stockholms universitet. [ca 25 s. ISBN 91-972674-8-1]
- Klein, Naomi. (2015). *No Logo. Märkena/Marknaden/Motståndet*. Ordfront förlag. [601 s. ISBN 9789170378874]
- Lindridge, Andrew, Hogg, Margaret & Shah, Mita. (2004). Imagined multiple worlds: How South Asian women in Britain use family and friends to navigate the “border crossings” between household and societal contexts. *Consumption, Markets and Culture*. Vol 7(3), s. 211-238.
- Paterson, Mark. (2006). *Consumption and everyday life*. London: Routledge. [166 s. ISBN13 978-0415355070, ej kap 4, 6 och 7] Även tillgänglig som e-bok.
- Schroeder & Borgerson (1998). Marketing images of gender: A visual analysis. *Consumption, Markets and Culture*. Vol. 2(2), s 161-201.
- Soneryd, Linda & Ugglå, Ylva. (2011). *(O)möjliga livsstilar. Samhällsvetenskapliga perspektiv på individualiserat miljöansvar*. Lund: Studentlitteratur. [112 s. ISBN978-91-44-07103-9]
- Åkesson, Lynn. (2008). Det värdelösa värdet och sopornas ordning. I Cronqvist, Marie. (Red.) *Hållbara värden. Åtta essäer om tingens ordning och idéers bärkraft*. Göteborg: Makadam. [s 137-154. ISBN 9789170610530]
- Östberg, Jacob & Kaijser, Lars. (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber. [125 s. ISBN978-91-47-08874-4]

Totalt antal sidor: ca 1865