



LUNDS
UNIVERSITET

Litteraturlista MODA43: Mode och marknad, 7,5 hp

Institutionen för kulturvetenskaper

Godkänd av institutionsstyrelsen, genom kursplanegruppen, 11.11.2021.

Bäckström, K. (2011) "Shopping as leisure: an exploration of manifoldness and dynamics in consumers shopping experiences", *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 18, 9696989, 200-209. (9 s.)

Campbell, Colin (2005). The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society, *Journal of Consumer Culture*, vol. 5, nr. 1, s. 23-42. ISSN 1741-2900. (19 s.)

de Wit Sandström, I. (2021). Bortom klädkoder. En introduktion till estetiskt arbete. Ingår i: Warkander, P. & Severinsson, E. *Modevetenskap. Perspektiv på mode, stil och estetik*. Stockholm: Appell förlag, ISBN 9789198548563, 292-309. (17 s.)

Fredriksson, C. (2016) Med lätt bagage. Om köpstopp, utrensning och hållbar konsumtion. *Kulturella Perspektiv – svensk etnologisk tidskrift*, 25, ISSN 1102-7908, 39-48 (10 s.).

Fuentes, C. & Svingstedt, A. (2016) "Mobile phones and the practice of shopping: A study of how young adults use smartphones to shop", *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 38, ISSN 9696989, 137-146. (9 s.)

Hansson, L., Holmberg, U. & Brembeck, H. (2012) *Making Sense of Consumption. Selections from the 2nd Nordic Conference on Consumer Research 2012*. Centre for Consumer Science, University of Gothenburg. ISBN: 978-91-974642-6-0 (100 s. i urval)

Jackson, P. & Holbrook, B. (1995) "Multiple Meanings: Shopping and the Cultural Politics of Identity", *Environment and planning A*, 27, ISSN 14723409, s. 1913-30. (17 s.)

Kjellberg, H., & Helgesson, C. F. (2007). "On the nature of markets and their practices." *Marketing theory*, 7(2). ISSN 1470-5931, s. 137-162. (26 s.)

Lantz, Jenny (2013) *Trendmakarna: Bakom kulisserna på den globala modeindustrin*. Stockholm: Atlas. ISBN-10: 9173894257 (351 s.)

Marwick, A. E. (2015). "Luxury Selfies in the Attention Economy." *Public Culture*, 27. ISSN 0899-2363, 137– 160. (24 s.)

Maunsbach, U., & Wennersten, U. (2011). *Grundläggande immaterialrätt*. Gleerups Utbildning AB. ISBN: 40678256 (2:a eller 3:e upplagan), 11-160 (150 s.)

Paterson, Mark (2006). *Consumption and everyday life*. London: Routledge. ISBN 9780203001769, (141 s.)

Rinallo, D., & Golfetto, F. (2006). Representing markets: The shaping of fashion trends by French and Italian fabric companies. *Industrial marketing management*, 35(7), ISSN 0019-8501, 856-869. (14 s.)

Östberg, Jacob & Graffman, Katarina. (2018 eller senare). *Vi är vad vi köper. Konsumtionskulturen är här för att stanna*. Stockholm: Mondial. ISBN 978-91-88671-27-1. (207 s.)

Artiklar som väljs i samråd med lärare (100 s.).

Totalt antal sidor: 1194