

Litteraturlista för Turism och platsutveckling, 15 hp (KSMB45)

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2015-12-10, reviderad senast av styrelsen för service management och tjänstvetenskap 2016-11-17.

Litteraturlistan börjar gälla den 2017-01-01.

- Agarwal, Sheela (1997). The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity, *Tourism Management*, 18, 2, s.65-73.
- Andersson, Tommy D, Larson Mia & Mossberg Lena (2009). *Evenemang: från organisation till utvärdering*. Lund: Studentlitteratur. [Utdrag ca 100 sidor av 219 sidor, ISBN 10 9144053517]
- Björk, Cecilia. & Reppen, Laila. (2008). *Så byggdes staden*. Stockholm: Svensk Byggtjänst. [206 sidor, ISBN 978-91-7333-282-8]
- Gibson, Chris & Klocker, Natascha (2005). The 'Cultural Turn' in Australian Regional Economic Development Discourse: Neoliberalising Creativity? *Geographical Research*. 43 (1), 93-101
- Gustafsson Eva, Larson, Mia & Svensson, Bo. (2014). Governance in Multi-Project Networks: Lessons from a Failed Destination Branding Effort, *European Planning Studies*, 22 (8), 1569–1586.
- Florida, Richard. (2005). *Cities and the creative class*. New York: Routledge. [ca 170 sidor, ISBN 9780203997673]
- Heeley, John. (2015). *Urban destination marketing in Contemporary Europe*. Bristol: Channel View Publications. [165 sidor, ISBN 9781845414924]
- Hultman, Johan. & Ek, Richard. (2007). *Plats som produkt: Kommersialisering och paketering*. Lund: Studentlitteratur. [Utdrag ca. 100 sidor, ISBN 9789144045986]
- Högdahl, Elisabeth. (2003). *Göra gata: Om gränser och kryphål på Möllevången och i Kapstaden*. Hedemora: Gidlunds. [Utdrag ca 100 sidor. ISBN 9789178446476]
- Kotler, Philip. et al, (1993). *Marketing places: Attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*. New York: Free Press. [388 sidor, ISBN 0-02-917596-8] eller Kotler, Philip. et al (1999). *Marketing places Europe: How to attract investments, industries, residents and visitors to cities, communities, regions and nations in Europe*. London: Financial Times Management. [302 sidor, ISBN 0-273-64442-4] (Utdrag ca 50 sidor, kapitel 2)
- Kunzmann, Klaus R. (2004), 'Culture, creativity and spatial planning', *TPR: Town Planning Review*, 75 (4), 383-404
- Light, Duncan (2001): Facing the future: tourism and identity-building in post socialist Romania. I: *Political geography*, 20 (8), 1053-1074.
- Massey, Doreen (1999). City rythms: the coming and goings of city life. I: Massey, D, Allen, J & Pile, Steve (red): *City Worlds*. London: Routledge. [s.56-73.]
- Munar, Anna Maria (2012). Social Media Strategies and Destination Management. *Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism*, 12(2), s.101-120.
- Månsson, Maria & Eskilsson, Lena (2013). *Euroscreen: Capitalising on screen tourism. The attraction of screen destinations. Baseline report assessing best practice*. (Utdrag ca 50 sidor)
- Nilsson, Jan Henrik (2008). Åter på plats, En analys av slotten i Potsdam och Berlin från demolering till återuppbyggnad, *Skandia*. 74, 2, s.75-102.
- Nilsson, Jan Henrik (2016). *Hotellens och krogarnas framväxt. Ett kulturgeografiskt perspektiv*. Örebro Universitet. (Utdrag ca 30 sidor)
- O'Callaghan, Cian (2012), 'Urban anxieties and creative tensions in the European Capital of Culture 2005: 'It couldn't just be about Cork, like'', *International Journal of Cultural Policy*, 18 (2), 185-204.
- Saarinen, Jarko. & Kask, Tiit (2008). Transforming Tourism Spaces in Changing Socio-Political Contexts: The Case of Pärnu, Estonia, as a Tourist Destination, *Tourism Geographies*, 10 (4), 452-473.
- Thufvesson, Ola. (2009). *Platsutveckling*. Helsingborg: Plattformen, Helsingborgs stad. [143 sidor, 978-91-85663-03-3]

- Ward, Stephen. V. (1998). *Selling places: The marketing and promotion of towns and cities 1850-2000*. London: E & FN Spon. [240 sidor, ISBN 0-419-24240-6]
- Werner, Karla (1994): Det relaterande seendet. I: *Plats för känsla. Samhällsplanering och mening*. Stockholm: Byggnadsrådet.

Vid sidan av ovan angiven litteratur tillkommer valbar ämnesfördjupande litteratur i samband med uppsatsarbetet omfattande minst 300 sidor (varav minst tre vetenskapliga artiklar).

Totalt antal sidor: ca 1900