



HUMANISTISKA
OCH TEOLOGISKA
FAKULTETERNA

LITTERATURLISTA

Institutionen för kulturvetenskaper,
avdelningen för förlags och
bokmarknadskunskap

Kurslitteratur, FBMA04: delkurs 6–8

Delkurs 6: Marknadsföring och marknadsanalys, 10 hp.

Delkurs 7: Marknadsplan, 3 hp

Delkurs 8: Förlagsekonomi, 2 hp

Fastställd av kursplanegruppen d. 30/5 2022

Litteraturen söks i LUBcat och/eller LUBsearch om inget annat anges.

Baverstock, Alison (2015). *How to Market Books*, Routledge: New York och Abingdon, ISBN 978-0-415-72758-7, s. 3–18, 44–58, 113–132, 206–243 (105 s), digitalt tillgänglig via LUBCat, nås via länk på Canvas.

Berglund, Karl, (2012). *Deckarboomen under lupp. Statistiska perspektiv på svensk kriminallitteratur 1977–2010*, Uppsala, ISBN 978-91-88300-56-0, s. 21–75 (55 s), finns digitalt på Canvas.

Berglund, Karl (2014). ”A turn to the rights”, i *Hype. Bestsellers and Literary Culture*, red. Jon Helgason, Sara Kärrholm och Ann Steiner, Nordic Academic Press, Lund, ISBN 978-91-87675-06-5, s. 67–87 (20 s) Obs! Boken ingår även i Delkurs 9.

Berglund, Karl (2016). *Mordförpackningar. Omslag, titlar och kringmaterial till svenska pocketdeckare 1998–2011*, Uppsala: Uppsala universitet, ISBN 978-91-982819-1-0, s. 29–54 (25 s), finns digitalt på Canvas.

Bokprovning på svenska barnboksinstitutet (senaste årgången). (50 s), hämtas på <https://www.barnboksinstitutet.se/bokprovning> (finns även tillgänglig via länk på Canvas).

Clark, Giles & Phillips, Angus (2020). *Inside Book Publishing*, 6:e uppl., London & New York: Routledge, ISBN 9 781 138 574 380, s. 62–77, 100–103, 115–125, 214–280 (ca 70 s).

Djurberg, Sara och Jönsson, Carina (2013). ”Framgångskonceptet som svek.” *Svensk Bokhandel* no. 3, s. 12–17 (5 s.), finns på Canvas.

Forslid, Torbjörn & Ann Steiner (2017). ”Bokhandeln mellan kultur och ekonomi”, i *Litterär värdepraktiker. Aktörer, rum och platser*, red. Torbjörn Forslid, Jon Helgason, Christian Lenemark, Anders Ohlsson & Ann Steiner, Göteborg och Stockholm: Makadam, ISBN 978-91-7061-254-1, s. 67–125 (59 s), finns digitalt på Canvas.

Gezelius, Carl & Wildenstam, Per (2007). *Marknadsföring – modeller och principer*. Stockholm: Bonniers. ISBN 9 789 162 265 786, s. 63–67 (5 s.), finns digitalt på Canvas.

Kotler, Philip (2004). *Marknadsföringens tio dödssynder*, Optimal Förlag: Sundbyberg, ISBN 91-7241-117-1, utdragen ”SWOT-analys”, s 63–67 (5s), samt ”Marknadsföringens tio dödssynder” (14s) finns digitalt på Canvas.

Kåreland, Lena (2015). *Skönlitteratur för barn och unga: historik, genrer, termer, analyser*, Lund: Studentlitteratur, ISBN 9 789 144 086 767, s. 7–90 (83 s).

Kärrholm, Sara (2014). ”Nordic noir” i Kristina Hermansson, Christian Lenemark & Cecilia Pettersson, red., *Liv, Lust & Litteratur. Festskrift till Lisbeth Larsson*, Göteborg: Makadam, ISBN 978-91-7061-147-6, s. 193–204 (11 s), finns digitalt på Canvas.

Kärrholm, Sara (2016). ”Spänningslitteratur för barn och vuxna. När målgrupper och genrer korsas i verkens paratexter”, i *Barnboken. Tidskrift för barnlitteraturforskning*. Hämtas på <http://www.barnboken.net/index.php/clar/article/view/256/772> (24 s) (finns även tillgänglig via länk på Canvas).

Laxgård, Kalle (2020). ”Året före stormen”, i *Svensk Bokhandel* nr 6/2020, s. 21–29 (9 s), finns digitalt på Canvas.

Lenemark, Christian (2017). ”Bokmässan – arena för värdeförhandling”, i *Litterära värdepraktiker. Aktörer, rum och platser*, red. Torbjörn Forslid, Jon Helgason, Christian Lenemark, Anders Ohlsson & Ann Steiner, Göteborg och Stockholm: Makadam, ISBN 978-91-7061-254-1, s. 27–66 (40 s), finns digitalt på Canvas.

Nordenstam, Anna och Christina Olin-Scheller (2017). ”Att göra gott: Svenska förlags- och författarröster om lättläst ungdomslitteratur”, i *Barnboken. Tidskrift för barnlitteraturforskning* nr 40, s. 1–16. (16 s) Länk: <https://www.barnboken.net/index.php/clar/article/view/268> (finns även tillgänglig via länk på Canvas).

Schmitz, Berndt (2009). *PR-handboken*, Stockholm: Bokförlaget Redaktionen, ISBN 9 789 197 452 496, 35–45 och 52–57 (15s.), finns digitalt på Canvas.

Squires, Claire, (2009). *Marketing Literature. The Making of Contemporary Writing in Britain*, Palgrave Macmillan: Houndsmill, ISBN 978-0-230-22847-4, s. 19–69 (50 s).

Steiner, Ann, (2010). ”Klassiker, fantasy och sanna berättelser – marknadens genrebeteckningar”, *Ord & Bild*, nr 3, s. 6–10 (5 s), finns digitalt på Canvas.

Svedjedal, Johan (2012). ”Svensk skönlitteratur i världen”, i *Svensk litteratur som världslitteratur*, Uppsala, Uppsala universitet, s. 9–38, 62–68 (37 s).

Tönnheim, Hanserik (2007). *Marknadsföring av böcker*. Malmö: Tönnheim Literary Agency, ISBN 9 789 189 236 059, s. 92–115 (23 sidor), finns digitalt på Canvas.

Warnqvist, Åsa (2016). ”En marknad i förändring. Om utgivningen av barn- och ungdomslitteratur i Sverige 2001–2015”, i *Spänning och nyfikenhet*, red. Gunnel Furuland et al, Gidlunds: Stockholm, ISBN978-91-7844-960-6 (16 s), hämtas på <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1090033/FULLTEXT01.pdf> (finns även tillgänglig via länk på Canvas).

Summa litteratur: 737 sidor

Referenslitteratur

Andersson, Göran & Greve, Jan (2010). *Kalkyl och budget. Grundläggande om kalkylering och budget*, Lund: Studentlitteratur, ISBN 978-91-44-07060-5

Mossberg, Lena och Sundström, Malin (2011). *Marknadsföringsboken*, Studentlitteratur: Lund, ISBN978-91-44-05618-0

Norelid, Carl och Eliasson, Bengt (2007). *Projektkalkylen – praktisk handbok i projektekonomi*, Liber, ISBN 91-47-06457-9

Wildenstam, Per och Uggla, Henrik (2020). *Marknadsföring – modeller och principer*, Sanoma Utbildning, ISBN 978-91-523-6010-1