

Litteraturlista för Platsutveckling för besöksnäringen (KSMA46), 15 hp.

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2018-11-14, reviderad tjänstvetenskap 2019-11-13.

Litteraturlistan börjar gälla 2020-01-01

- Arvastson, Gösta & Ehn, Billy. (2009). *Etnografiska observationer*. Lund: Studentlitteratur. [utdrag ca 50 s. ISBN 9789144057484]
- Björk, Cecilia, Nordling, Lars & Reppen, Laila. (2012). *Så byggdes staden*. Stockholm: Svensk Byggtjänst. [214 s. ISBN 9789173335423]
- Cleave, Evan & Arku, Godwin. (2017). Putting number on place: a systematic review of place branding influence, *Journal of Place Management and Development*, 10 (5), 425-446.
- Florida, Richard. (2005). *Cities and the creative class*. New York: Routledge. [utdrag ca 70 s. ISBN 0415948878]
- Florida, Richard. (2017). *The new urban crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class-- and what we can do about it*. New York: Basic Books, [kap 1-4, s.1-78, ISBN 9780465079742]
- Gustafsson, Lotten. (2012). Att iscensätta det förflutna. I: Eriksen, Anne, Garnert, Jan & Selberg, Torunn (red): *Historien in på livet: diskussioner om kulturarv och minnespolitik*. Lund: Nordic Academic Press. [utdrag, ca 20 s. ISBN 9789187121029]
- Heeley, John. (2015). *Urban destination marketing in Contemporary Europe*. Bristol: Channel View Publications. [165 s. ISBN 9781845414924]
- Högdahl, Elisabeth. (2003). *Göra gata: Om gränser och kryphål på Möllevången och i Kapstaden*, Hedemora: Gidlunds. [Utdrag 100 s. ISBN 9789178446476]
- Högdahl, Elisabeth & Engvall, Jessica. (2019). Berättad historia som utgångspunkt för platsutveckling. Ett samverkansprojekt mellan Helsingborgs stad och Lunds universitet.
<https://hplus.helsingborg.se/wp-content/uploads/sites/74/2019/06/berattad-historia-som-utgangspunkt-for-platsutveckling.pdf>.
- Högdahl, Elisabeth & Petersén, Anja (2019) Vem tar plats? Normkritiska perspektiv på lokalhistoria. I Brunnström, P & Claesson, R: *Creating the City : Identity, Memory and Participation. Conference proceedings*. Malmö: Malmö universitet.
- Kotler, Philip. et al. (1993). *Marketing places: Attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*. New York: Free Press. [388 s, 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. [utdrag ca 50 s. ISBN 0-273-64442-4]
- Kunzmann, Klaus R. (2004). 'Culture, creativity and spatial planning', *TPR: Town Planning Review*, 75 (4), 383-404.
- Massey, Doreen. (1999). City rhythms: the coming and goings of city life. I: Massey, D, Allen, J & Pile, Steve (red): *City Worlds*. London: Routledge. (s.56-73)
- 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.
- Namberger, Philip, Jackisch, Sascha, Schmude, Jürgen & Karl, Marion. (2019). Overcrowding, overtourism and local level disturbance: How much can Munich handle? *Tourism Planning & Development*, 16:4, 452-472.
- Nilsson, Jan Henrik. (2016). *Hotellens och krogarnas framväxt. Ett kulturgeografiskt perspektiv*. Örebro universitet. [140 s. ISBN 9789187789045]
- Pechlaner, Harald, Zacher, Daniel, Eckert, Christian & Petersik, Lukas. (2019). Joint responsibility and understanding of resilience from a DMO perspective – an analysis of different situations in Bavarian tourism destinations. *International Journal of Tourism Cities*, 5:2, 146-168.

- Richards, Greg. (2014). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, 17:2, 119-144, DOI: 10.1080/13683500.2013.783794
- 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.
- Syssner, Josefina. (2012). *Världens bästa plats? Platsmarknadsföring, makt och medborgarskap*. Lund: Nordic Academic Press. [128 s. ISBN 9789187121043]
- Thufvesson, Ola. (2009). *Platsutveckling*. Helsingborg: Plattformen, Helsingborgs stad. [143 s. ISBN 978-91-85663-03-3]
- Usakli, Ahmet, Koc, Burcu & Sönmez, Sevil. (2017). How 'social' are destinations? Examining European DMO social media usage, *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 136-149.
- Ward, Stephen. V. (1998). *Selling places: The marketing and promotion of towns and cities 1850-2000*. London: E & FN Spon. [240 s. ISBN 0-419-24240-6]

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