Institutionen för kulturvetenskaper, avdelningen för Modevetenskap

Institutionen för kulturvetenskaper, Besöksadress *LUX, hus C, Helgonagatan 3, Lund*  
Webbadress [*www.kultur.lu.se*](http://www.kultur.lu.se)

LITTERATURLISTA

# Kurslitteratur för (MODA43) Modevetenskap: Mode och marknad 1. 7,5 hp, VT 2025.

## Fastställd av institutionsstyrelsen eller motsvarande, 2021-11-11. Reviderad av kursplanegruppen, 2024-12-02.

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

**Obligatorisk litteratur**

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.)

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.)

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.)

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.)

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: 1198