

Upplevelseindustrin (15 hp)

Cities and Fascination: Beyond the Surplus of Meaning, utg. av Heiko Schmid, Wolf-Dietrich Sahr & John Urry (Farnham/Ashgate, 2011). 240 s.

Gilmore, James & H. Pine, Joseph, *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage* (Boston, Mass/Harvard Business School Press, 1999). 254 s.

Gunning, Tom, "The Cinema of Attraction: Early Films, Its Spectator and the Avant-Garde", i *The Cinema of Attractions Reloaded*, ed. Wanda Strauven (Amsterdam/Amsterdam University Press, 2006), s. 381–388. 18 s.

Finns som E-bok:

<http://dare.uva.nl/document/133278>

Hjelm, Camilla, "Serien Superhjältinnor – ljus på kvinno­skulptur och kvinnor" (2010). 6 s.
Finns tillgänglig på

http://www.atlasakademin.se/arkivet.php?fn_mode=fullnews&fn_incl=0&fn_id=31

Jernudd, Åsa, *Filmkultur och nöjesliv i Örebro 1897–1908* (Stockholm/Filmvetenskapliga institutionen, Stockholms universitet, 2007). Urval 15 s.

Fulltext i DIVA:

<http://su.diva-portal.org/smash/record.jsf?searchId=1&pid=diva2:196881>

Moss, Stuart, *The Entertainment Industry: An Introduction* (Cambridge, 2010). 370 s.

Mossberg, Lena & Erik Nissen Johansen, *Storytelling: Marknadsföring i upplevelseindustrin* (Lund/Studentlitteratur, 2006). 180 s.

Schwartz, Vanessa R., *Spectacular Realities: Early Mass Culture in Fin-de-siècle Paris* (Berkeley, Calif./University of California Press, 1998). 230 s.

Strömberg, Per, *Upplevelseindustrins turistmiljöer: Visuella berättarstrategier i svenska turistanläggningar 1985–2005* (Uppsala/Konstvetenskapliga institutionen, Uppsala Universitet, 2007). 300 s.

Upplevelsens materialitet, red. Tom O'Dell (Lund/Studentlitteratur, 2002). 216 s.

Summa: 1 829 sidor

Tillkommer ytterligare minst 500 sidor litteratur till den egna essän som väljs i samråd med läraren.