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 (MODA28) Modevetenskap: Verktygskurs 2 – modekommunikation och visuell kommunikation, 7,5 hp, VT 2025

## Fastställd av institutionsstyrelsen eller motsvarande, 2021-11-11. Reviderad av kursplanegruppen, 2023-11-17.

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

**All litteratur är obligatorisk:**

Bergström, Bo (2020). *Bildens kraft, makt och ansvar*, Stockholm: Carlsson Bokförlag. ISBN 9789173314329 (urval 130 s.)

Dabner, David, Calvert Sheena & Casey Anoki (2023). *Graphic Design School*. London: Thames & Hudson. ISBN 9780500297421 (208 s.)

Ferrero-Regis, Tiziana & Lindquist, Marissa (2020). *Staging Fashion: The Fashion Show and Its Spaces*, ISBN 9781350101821, urval kapitel 1-2, 4, 8, 12-13 (145 sidor)

Huggard, Emily (2020). *Communicating Fashion Brands, Theoretical and Practical Perspectives*, New York: Routledge.ISBN 9781138613560 (188 s.)

Lascity, Myles Ethan (2021). *Communicating Fashion, Clothing, Culture and Media*, London: Bloomsbury Visual Arts. ISBN 9781350112247, urval kapitel 1, 5, 7-9 (118 sidor)

Ledendal, Marie (2021) Supreme kommunikation - ett streetwearmärke med appropriering som imageskapande varumärkesstrategi, in Severinsson, E. och Warkande, P. (eds.). *Modevetenskap, Perspektiv på mode, stil och estetik*, Stockholm: Appell förlag, s. 194–210 (17 s.)

McQuillan, Vesma K. (2020). *Fashion Spaces: A Theoretical View*. Frame Publishers, ISBN 978-949231148, urval, s.4-48 (45 s.)

Mitterfellner, Olga (2019). *Fashion Marketing and Communication: Theory and Practice Across the Fashion Industry*, New York: Routledge. ISBN 9781138323094 (214 s.)

Kompendium bestående av manualer till program tillkommer omfattande ca 100 sidor.

Totalt antal sidor: 1165