

KLS 3560 Kunst- og designbransjen: publikumskommunikasjon og sosiale medier

[View Online](#)

1.

Farstad, P. & Jevnaker, B. H. Design i praksis: designledelse og innovasjon. 18–230 (Universitetsforl).

2.

Solhjell, D. & Øien, J. Det norske kunstfeltet: en sosiologisk innføring. (Universitetsforl).

3.

Røyseng, S. Artikkelsamling KLS 3550 Kunst- og designbransjen: publikumskommunikasjon og sosiale medier. (2017).

4.

Barrett, J. Audience, community and public. in Museums and the public sphere 202–241 (Wiley-Blackwell, 2011).

5.

Chung, T.-L., Marcketti, S. & Fiore, A. M. Use of social networking services for marketing art museums. http://www2.bi.no/library/tadc/KLS3550_marketingartmuseums.pdf (2014).

6.

Cook, T. Can blogging unspin PR? in Uses of blogs vol. Digital formations 45–56 (Peter Lang, 2006).

7.

Eriksen, A. Museum: en kulturhistorie. in 11–23 (Pax, 2009).

8.

Frey, B. S. & Meier, S. Cultural economics. in A Companion to Museum Studies vol. Blackwell Companions in Cultural Studies 838–871 (John Wiley & Sons, 2011).

9.

Gerstenblith, P. Museum practice: legal issues. in A Companion to Museum Studies vol. Blackwell Companions in Cultural Studies 928–957 (John Wiley & Sons, 2011).

10.

Horowitz, N. Introduction. in Art of the deal: contemporary art in a global financial market 1–25 (Princeton University Press).

11.

Kawashima, N. AUDIENCE DEVELOPMENT AND SOCIAL INCLUSION IN BRITAIN. International Journal of Cultural Policy **12**, 55–72 (2006).

12.

Padilla-Meléndez, A. & del Águila-Obra, A. R. Web and social media usage by museums: Online value creation. International Journal of Information Management **33**, 892–898 (2013).

13.

Rentschler, R. Museum marketing: understanding different types of audiences. in Arts marketing 139–158 (Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004).

14.

Russo, A., Watkins, J., Kelly, L. & Chan, S. Social media cultural interactive experiences in museums. Nordisk museologi = The Journal Nordic Museology 19-29 (2007).

15.

Sandberg, L. Innledning. in Alle snakker om museet: Nasjonalmuseet for kunst - fra visjon til virkelighet 9-23 (Pax, 2008).

16.

Smørdal, O., Stuedahl, D. & Sem, I. Experimental zones: two cases of exploring frames of participation in a dialogic museum.
http://www2.bi.no/library/tadc/KLS3550_experimentalzones.pdf (2014).

17.

Urnes, J. F. Corporate collecting - sammenfattende vurderinger. in Kunst i storforetakenes tid: om corporate collecting, næringslivets kunstsamling og kunstpolitikk 143-153 (Fagbokforlaget).

18.

Veiteberg, J. Utstillinga som utfordring : om kuratering av kunsthåndverk. in Kurator? : utforskning av kuratorrollen i samtidskunstfeltet i Norge (eds. Fastvold, T. & Torjussen, T.) 96-103 (Locus forl., 2009).