

Litteraturlista

Dahlen & Rosengren (2016), "If advertising won't die, what will it be? Towards a new definition of advertising," Journal of Advertising.

Rehnberg (2014), Organisationer berättar: Narrativitet som resurs i strategisk kommunikation

<https://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:758669/FULLTEXT02.pdf>

Rosengren (2016), Framtiden kräver en ny definition av reklam, Resumé:

<http://www.resume.se/nyheter/artiklar/2016/09/23/sara-rosengren-framtiden-kraver-en-ny-definition-av-reklam/>

Rosengren (2016), "Här är valutan som ska säkra den kreativa reklamen", Resumé

<http://www.resume.se/nyheter/artiklar/2016/03/11/har-ar-valutan-som-ska-sakra-den-kreativa-reklamen/>

Rosengren och Dahlen (2015), "Exploring Advertising Equity", Journal of Advertising.

Rosengren (2014), "Reklamkapital - en förbisedd tillgång", i Söderlund (Red.), Marknadsföring och påverkan på konsumenten, Liber. Finns att läsa här:

<http://www.slideshare.net/Kntnt/reklamkapital-en-frbisedd-tillgng>

Salmon (2010), Storytelling. Bewitching the modern mind

<https://www.versobooks.com/books/451-storytelling>