

Tværmedial kommunikation

- 1 Pillon, Ezio; Grew, Nana Emilie: Forudsætninger og definitioner** **1**
Kilde: Digital marketing og markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 978-87-412-6182-9
-
- 2 Red.: Helder, Jørn; Red.: Nørgaard, Jens Lautrup; Red.: Bredenlöv, Torbjörn; Ohlsson, Anders: Grundlæggende kommunikationsmodeller** **11**
Kilde: Kommunikationsteori - en grundbog
Hans Reitzels Forlag, 2009
ISBN: 978-87-412-5126-4
-
- 3 Pillon, Ezio; Grew, Nana Emilie: Teorier og modeller** **23**
Kilde: Digital marketing og markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 978-87-412-6182-9
-
- 4 Pillon, Ezio; Grew, Nana Emilie: Kommunikationsstrategi** **44**
Kilde: Digital marketing og markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 978-87-412-6182-9
-
- 5 Lindberg, Henrik: Teorien bag markedskommunikation** **61**
Kilde: Markedskommunikation - videregående uddannelser
Academica, 2009
ISBN: 9788776757687
-
- 6 Pillon, Ezio; Grew, Nana Emilie: Online-forbrug og- adfærd** **80**
Kilde: Digital marketing og markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 978-87-412-6182-9
-
- 7 Lindberg, Henrik: Segmentering, målgruppevalg og positionering** **91**
Kilde: Markedskommunikation - videregående uddannelser
Academica, 2009
ISBN: 9788776757687
-

Tværmædial kommunikation

- 8 Alexandersen, Birgitte Nygaard; Kroglund, Maiken Ploug; Meldgaard, Susanne; Faarup, Poul K.: Branding** **104**
Kilde: Markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 9788741265490
-
- 9 Lindstrøm, Martin: En lille bøn** **110**
Kilde: Buyology
L&R Business, 2008
ISBN: 978-8742762-0
-
- 10 Aaker, David: What is a Strong Brand?** **119**
Kilde: Building Strong Brands
Free Press, 2002
ISBN: 0743232135
-
- 11 Pillon, Ezio; Grew, Nana Emilie: Digital brandpositionering** **138**
Kilde: Digital marketing og markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 978-87-412-6182-9
-
- 12 Red.: Christiansen, Hans-Christian; Red.: Rose, Gitte B.: Storytelling** **149**
Kilde: Online kommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2015
ISBN: 9788741261430
-
- 13 Alexandersen, Birgitte Nygaard; Kroglund, Maiken Ploug; Meldgaard, Susanne; Faarup, Poul K.: Kreativitet og markedskommunikation** **166**
Kilde: Markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 9788741265490
-
- 14 Lindberg, Henrik: Kreativ strategi** **176**
Kilde: Markedskommunikation - videregående uddannelser
Academica, 2009
ISBN: 9788776757687
-

Tværmædial kommunikation

- 15 de Bono, Edward: Frameworks** **187**
Kilde: Teach Yourself to Think
Penguin, 1996
ISBN: 978014103105
-
- 16 Pillon, Ezio; Grew, Nana Emilie: Content marketing** **193**
Kilde: Digital marketing og markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 978-87-412-6182-9
-
- 17 Ebbesen, Anna; Haug, Astrid: Nye vilkår** **206**
Kilde: Lyt til elefanterne
Gyldendal Business, 2009
ISBN: 9788702080193
-
- 18 Brake, David; Safko, Lon: The Four Pillars of Social Media Strategy** **214**
Kilde: The Social Media Bible
John Wiley & Sons, 2009
ISBN: 9780470411551
-
- 19 Christiansen, Hans-Christian; Red.: Rose, Gitte B.: Analyse af sociale medier** **224**
Kilde: Sociale medier
Hans Reitzels Forlag, 2017
ISBN: 9788741268354
-
- 20 Red.: Christiansen, Hans-Christian; Red.: Rose, Gitte B.: Social media-strategi** **246**
Kilde: Sociale medier
Hans Reitzels Forlag, 2017
ISBN: 9788741268354
-
- 21 Pillon, Ezio; Grew, Nana Emilie: Search Engine Optimization (SEO)** **261**
Kilde: Digital marketing og markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 978-87-412-6182-9
-

Tværmedial kommunikation

- 22 Pillon, Ezio; Grew, Nana Emilie: Online annoncering og search engine marketing (SEM) 275**
Kilde: Digital marketing og markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 978-87-412-6182-9
-
- 23 Houlind, Rasmus; Shearer, Colin: Introduction 288**
Kilde: Make it all about me
Lid Publishing, 2019
ISBN: 978-1912555147
-
- 24 Red.: Helder, Jørn; Red.: Nørgaard, Jens Laurup: Corporate Communication - et integreret perspektiv 315**
Kilde: Kommunikationsteori - en grundbog
Hans Reitzels Forlag, 2009
ISBN: 978-87-412-5126-4
-
- 25 Pillon, Ezio; Grew, Nana Emilie: Perspektiver og trends 326**
Kilde: Digital marketing og markedskommunikation
Hans Reitzels Forlag, 2018
ISBN: 978-87-412-6182-9
-