

**PD DR.  
CHRISTINE VALLASTER**

**Buchbeiträge in der Übersicht**

---

1. Omrani, A. & Vallaster, C. (2015). Accepting a new nano-tech based technology in the fruit storage industry: a B2B perspective from the middle-east. In B. Rishi (Ed.), *Islamic Perspectives on Marketing and Consumer Behavior: Planning, Implementation, and Control*. Hershey, PA: Business Science Reference.
2. Lindgreen, A., Maon, F. and Vallaster, C. (forthcoming 2016), Building Brands via Corporate Social Responsibility, in *The Routledge Companion to Brand Management*, edited by Francesca Dall'Olmo Riley, Dr Jaywant Singh, Charles Blankson.
3. Vallaster (forthcoming), "Hauptsache Hauptsache Cool / Hammer / de Luxe / tight: Vom Entstehen einer unternehmerischen Welt in den Köpfen der Jugendlichen", in *negotiation*.
4. Vallaster, C., Kraus, S. and Baldegger, U. (2013), Liechtenstein Brewing Co.: The Corporate Branding of a Start-Up, in Hayton, J.C., Salvato, C. and Manimala, M. (eds.): *Academy of Management (AoM) Entrepreneurship Division Ambassadors Program Casebook*, Routledge.
5. Vallaster, C. and Kraus, S. (2012), "Attocube Systems", *Entrepreneurship – Fallstudien*, Kraus, S. (ed)., Springer, 35 – 60.
6. Vallaster, C. and Kraus, S. (2011), "Attocube Systems", *Cases in European Entrepreneurship*, edited by Thomas M. Cooney, European Commission Enterprise and Industry, Ireland, 97 – 124.
7. Fisher-Buttinger, C. and Vallaster, C. (2011), "Corporate Branding and Corporate Reputation – divided by a shared purpose?", in *Corporate Reputation Management*, Helm, S. et al. (eds), Springer, Part 2, 59-73.
8. Vallaster, C. (2010), "Change Communication – erfolgreich Wandel initiieren durch Wahrnehmung und Reflexion", *Change Communications Jahrbuch 2010*, Hrsg. Christoph Harringer und Hannes Maier, Springer, Heidelberg, 16 – 19.
9. Vallaster, C. (2010), "Was kann Papa von Hannah und Samuel abschauen? Oder Was erfolgreiche Unternehmer von Kindern lernen können", in *Festschrift für Prof. Urs Baldegger*, Institut für Entrepreneurship, Hochschule Liechtenstein.

**PD DR.  
CHRISTINE VALLASTER**

10. Fisher-Buttinger, C. and Vallaster, C. (2008), "Brand Ambassadors – Strategic Diplomats or Tactical Promoters?", in *Metaphor in Marketing*, Kitchen, P. (ed), Palgrave Macmillan Publishers, London, 132 – 145.
11. Reisigl, G. and Vallaster, C. (2007), "Critical Multicultural Team Situations: The Role of Anger", in *Diversity-Management als Leitbild von Personalpolitik*, Dieter Wagner and Bernd-Friedrich Voigt (eds), Gabler, Wiesbaden, 249 - 271.
12. Vallaster, C. (2005), "Markenbildung nach innen und Personalauswahl: Der Versuch einer strukturationstheoretischen Integration", in *Immaterielle Vermögenswerte - Handbuch der intangible Assets*, Kurt Matzler, Hans H Hinterhuber, Birgit Renzl, u.a. (eds), Erich Schmidt Verlag, 515 - 527.
13. Esch, F.-R. and Vallaster, C. (2005), "Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen: Die Rolle der Führungskräfte", in *Moderne Markenführung*, Esch, F.-R. (ed), 1009 - 1021, 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
14. Esch, F.-R., Rutenberg, J., Strödter, C. and Vallaster, C. (2005), "Zur Bedeutung des Behavioral Branding, in *Moderne Markenführung*", in *Moderne Markenführung*, Esch, F.-R. (ed), 985 - 1008, 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
15. Vallaster, C. (2004), "Action Research for Study Internal Branding", in *Applying Qualitative Methods to Marketing Management Research*, R. Buber, J. Gadner, and L. Richards (eds), Palgrave Macmillan: New York, 194 – 205.
16. Mühlbacher H. and Vallaster, C. (2002), "Managing Diversity in Multicultural Project Teams", in *Management in a World of Globalization and Diversity: European and North-American Perspectives (Management in einer Welt der Globalisierung und Diversität: Europäische und nordamerikanische Sichtweisen)*, Auer-Rizzi, W., Innreiter-Moser, C. and E. Szabo (eds), Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 75–89.
17. Vallaster, C. (2002), "Customer Relationship Management (CRM) in der Pharmaindustrie: Management-Hype oder Geheimnis des Erfolges?", *Annalen der Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstage 2002*.