

Publikationen Prof. Dr. Sven Pastowski

Begutachtete Zeitschriftenartikel und Journals

Roth, S., Woratschek, H., Pastowski, S. (2006). **Negotiating Prices for Customized Services**, *Journal of Service Research*, Volume 8, Issue 4, May 2006, page 316-329. DOI <https://doi.org/10.1177/1094670506286330> .

Woratschek, H., Roth, S., Pastowski, S. (2002). **Geschäftsmodelle und Wertschöpfungskonfigurationen im Internet**, *Marketing : ZFP, Spezialausgabe E-Marketing*, Band 24, S. 57-72. ISSN 0344-1369.

Monographien

Pastowski, S (2004). **Messung der Dienstleistungsqualität in komplexen Marktstrukturen**, Wiesbaden. ISBN 9783824481248 9783322817686. DOI <https://doi.org/10.1007/978-3-322-81768-6>.

Buchbeiträge

Pastowski, S. (2010). **Markenmanagement – adidas Gruppe**. In: Pechlaner, H., Engl, C., Hofer, H. (Hrsg.): *Lernen von anderen Branchen – Imparare da altri settori*. Bozen, S. 122-132. ISBN 978-88-8266-737-5.

Dassler, F., Pastowski, S. (2007). **Das Management von Risiko, Qualität und Reputation in der Sportartikelindustrie – Qualitätsmanagement als Pflicht oder Kür?** In: Horch, H.-D., Breuer, C., Hovemann, G., Kaiser, S., Römisch, V. (Hrsg.): *Qualitätsmanagement im Sport*, Köln 2007, S. 45-58.

Woratschek, H., Pastowski, S. Roth, S. (2005). **Franchising als Internationalisierungsstrategie: Standortplanung für Dienstleistungsunternehmen**, in: Bruhn, M., Strauss, B. (Hrsg.): *Internationalisierung von Dienstleistungen*, Forum Dienstleistungsmanagement 2005, Wiesbaden, S. 171-200. DOI [10.1007/978-3-322-90866-7_7](https://doi.org/10.1007/978-3-322-90866-7_7)

Woratschek, H., Pastowski, S. (2004). **Dienstleistungsmanagement und Standortentscheidungen im internationalen Kontext – Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes betriebswirtschaftlicher Verfahren**, in: Gardini, M., Dahlhoff, H. (Hrsg.): *Management internationaler Dienstleistungen*, Wiesbaden, S. 215-240. ISBN 3-409-12471-3. DOI https://doi.org/10.1007/978-3-663-10714-9_10.

Woratschek, H., Roth, S., Pastowski, S. (2004). **Markttests innovativer Dienstleistungen aus der Perspektive unterschiedlicher Geschäftsmodelle**, in: Bruhn, M., Stauss, B. (Hrsg.): *Dienstleistungsinnovationen*, Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2004, S. 381-411. DOI https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4380-4_16.

Pastowski, S. (2003). **Der Markt für Hochschulleistungen – Implikationen für das Qualitätsmanagement aus Sicht des Stakeholder-Ansatzes**, in: Fließ, S. (Hrsg.): *Tendenzen im Dienstleistungsmarketing. Vom Marketing zum Management*, Wiesbaden, S. 139-166. DOI [10.1007/978-3-322-81669-6_6](https://doi.org/10.1007/978-3-322-81669-6_6). DOI [10.1007/978-3-322-81669-6_6](https://doi.org/10.1007/978-3-322-81669-6_6).

Woratschek, H., Roth, S., Pastowski, S. (2003). **Kooperation und Konkurrenz in Dienstleistungsnetzwerken – Eine Analyse am Beispiel des Destinationsmanagements**, in: Bruhn, M., Stauss, B. (Hrsg.): Dienstleistungsnetzwerke. Jahrbuch Dienstleistungsmanagement 2003, Wiesbaden, S. 253-283. DOI https://doi.org/10.1007/978-3-322-90290-0_11.

Woratschek, H., Pastowski, S. (2001). **Qualitätsmessung – ein Instrument zur Verbesserung der Lehrqualität? Erfahrungen aus einem empirischen Projekt an der Universität Bayreuth**, in: Mühlbacher, H., Thelen, E. (Hrsg.): Neue Entwicklungen im Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden, S. 109-140. DOI 10.1007/978-3-322-97830-1_5.

Roth, S., Pastowski, S. (2002). **Ökonomische Analyse von Internet-Auktionen**, in: Bruhn, M., Stauss, B. (Hrsg.): Electronic Services, Jahrbuch Dienstleistungsmanagement 2002, Wiesbaden, S. 693-722. DOI 10.1007/978-3-8349-4418-4_28.

Pastowski, S. (2000). **Dienstleistungsmanagement für Universitäten – Utopie oder Erfolgskonzept?**, in: Woratschek, H. (Hrsg.): Neue Aspekte des Dienstleistungsmarketing. Konzepte für Forschung und Praxis, Wiesbaden, S. 297-321. DOI 10.1007/978-3-322-85204-5_13.

Woratschek, H., Pastowski, S., Schaeffer, S. (1999). **Wahl der Betriebsform**, in: Kaapke, A., Froböse, M. (Hrsg.): Fallstudien zum Handelsmanagement, Stuttgart, S. 81-93.