DATOS PERSONALES

Apellidos	Lacave García	**Nombre**	M. Blanca
Núm. identificación del investigador		**Researcher ID**	INV015341
		Código Orcid	http://orcid.org/0000-0002-2151-1892
Categoría profesional	Titular de Escuela Universitaria		
Departamento	Marketing y Comunicación		
Área de conocimiento	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Campus	CÁDIZ		
Dirección	c/ Enrique Villegas Vélez, 2, 11002, Cádiz		
Correo electrónico	blanca.lacave@uca.es		
Teléfono	956 015426	**Despacho**	109

FORMACIÓN ACADÉMICA

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Sevilla	1989
Doctora	Universidad de Cádiz	2015

RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM DOCENTE, INVESTIGADOR Y/O PROFESIONAL

Ha desarrollado su labor docente en las facultades de Ciencias del Trabajo y Ciencias Económicas y Empresariales así como, en menor medida, en la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, siempre dentro del Área de Conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Cádiz. Cuenta con una amplia experiencia docente en materias de introducción y dirección de marketing, ventas y marketing de servicios. Ha participado en varios proyectos de formación del profesorado y acciones de innovación docente.

En materia de investigación, su interés se ha centrado especialmente en al ámbito del marketing social y no lucrativo, dentro del cual se encuadra su tesis: “Efectos del envase genérico y las advertencias sanitarias de los productos del tabaco sobre el comportamiento del consumidor: Un estudio desde el campo del marketing social”. Es autora de varias publicaciones sobre marketing social y ventas, y ha participado en diversos congresos en el ámbito nacional e internacional, como el Congreso Nacional de Marketing AEMARK, Social Marketing Advances in Research and Theory Conference, e International Congress on Public and Non Profit Marketing.

DOCENCIA EN EL CURSO ACTUAL

Titulación	Asignatura
Grado en Finanzas y Contabilidad	Introducción al Marketing
	Dirección de Marketing

PUBLICACIONES MÁS RELEVANTES

Autores: Del Barrio García, Salvador; Canales Ronda, Pedro; Castañeda García, José Alberto; Crespo Almendros, Esmeralda; Küster Boluda, Inés; Lacave García, Blanca; Porcu, Lucía; Rey Pino, Juan Miguel; Rodríguez Molina, Miguel Angel; Viedma Del Jesus, Maria Isabel
Título: Venta personal. Una perspectiva integrada y relacional
Ref. ☒ Libro
Volumen: Número: Páginas, inicial: 79 final: 122 Fecha: 2012
Editorial: UOC ISBN: 978-84-9029-010-1

Autores: Rey Pino, Juan Miguel; Lacave Garcia, María Blanca; Viedma Del Jesus, Maria Isabel; Gallopel Morvan,Karine; Hastings, Gerard; Moodie, Crawford
Título: Efectos de las esquelas sanitarias visuales y el envase genérico en el descenso del consumo de tabaco: un estudio desde la perspectiva del marketing social
Ref. ☒ Libro
Volumen: Número: Páginas, inicial: final: Fecha: 2010
Editorial: GODEL, S.L. ISBN (si libro): 978-84-92757-65-7

Autores: Rey Pino, Juan Miguel; Lacave García, María Blanca; Viedma Del Jesús, Maria Isabel; Gallopel Morvan, Karine
Título: Una imagen vale más que mil palabras: efectos de las advertencias sanitarias visuales en el descenso del consumo de tabaco. Un estudio desde la perspectiva del marketing social
Ref. ☒ Revista:
Volumen: 10 Número: especial AEMARK Páginas, inicial: 149 final: 165 Fecha: 2010

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Marketing social Marketing no lucrativo