

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	Profesora Titular de Universidad		
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 015762	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, International Congress on Public and Non Profit Marketing, Society for Research on Nicotine and Tobacco Europe Conference, y las Jornadas de la Sociedad Española de Especialistas en Tabaquismo.

DOCENCIA EN EL CURSO ACTUAL

Titulación	Asignatura
Grado en Administración y Dirección de Empresas	Introducción al Marketing
Grado en Finanzas y	Introducción al Marketing

Contabilidad

Dirección de Marketing

PUBLICACIONES MÁS RELEVANTES

Autores: Lacave García, María Blanca; Rey Pino, Juan Miguel; Gallopel Morvan, Karine; Moodie, Crawford; Fernández, Esteve; Nerín, Isabel.

Título: Perceptions of plain cigarette packaging among smokers and non-smokers in Andalusia (Spain).

Ref. Revista: Gaceta Sanitaria.

Volumen: 34 Número: 1 Páginas, inicial: 10 final: 14 Fecha: 2020

Autores: Rey Pino, Juan Miguel; Nerín, Isabel; Lacave García, M^a Blanca

Título: El envase neutro de los productos de tabaco: una nueva estrategia para el control del tabaquismo.

Ref. Revista: Gaceta Sanitaria.

Volumen: 31 Número: 1 Páginas, inicial: 62 final: 65 Fecha: 2017

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: Cuadernos de gestión.

Volumen: 10 Número: especial AEMARK Páginas, inicial: 149 final: 165 Fecha: 2010

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Marketing social
Marketing no lucrativo