



**Dr. Enrique Carlos Bianchi**

*Profesor del curso: "Seminario de análisis del comportamiento del consumidor (énfasis cualitativo)"*

Doctor en Ciencias Económicas. Profesor de Doctorado en la UNC (Marketing Avanzado y Comportamiento del Consumidor). Profesor de postgrados: Agro-negocios (UCC), Comercio Internacional (UNC), Dirección de Empresas (UNL), Marketing (UNNE).

Representante Argentina de la Asociación de Marketing Público y no Lucrativo (AIPMN) y miembro de la Junta Directiva de Asociación Iberoamericana de Marketing y ex Presidente de la Asociación de Docentes de Comercialización de Argentina y AL (EDUCA-AL).

Director de la Carrera de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas (UNC).

Investigador Categorizado 2 - Proyecto Consolidar UNC 2018-2020 sobre: Credibilidad en las políticas públicas y de las soluciones Medioambientales pro cambio ambiental: conciencia, afectividad y comportamiento del Consumidor.



## Principales publicaciones:

- Bianchi, E., Bruno, J. M., & Sarabia-Sanchez, F. J. (2019). The impact of perceived CSR on color titular de Comercialización I. Profeporate reputation and purchase intention. *European Journal of Management and Business Economics*. Disponible en: <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/EJMBE-12-2017-0068>. Categoría de la Revista: Q3 en marketing, Q2 en Business <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=21100778661&tip=sid&clean=0>
- Sarabia-Sánchez, F. J., & Bianchi, E. C. (2019). The credibility of environmental problems in Argentina and Spain/La credibilidad de los problemas ambientales en Argentina y España. *Psychology*, 1-35.  
Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21711976.2019.1602338>  
Categoría de la Revista: Q2 en environmental science y Q3 en Applied Psychology <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=21100197358&tip=sid&clean=0>
- Bianchi, E., & Sánchez, C. (2019). Plan of Action Against the Fire: Educational Programme "Bombi, the Firefighter". In *Case Studies on Social Marketing* (pp. 25-36). Springer, Cham. Alves, H. M., & Galan-Ladero, M. M. (2019). *Case Studies on Social Marketing: A Global Perspective*. Springer.
- Bianchi, E. Pirard, L., Gracia, G. Campañas de marketing de Causa. Estudio desde las percepciones y actitudes de los consumidores. Disponible en: <http://deres.org.uy/wp-content/uploads/2018/11/Cuadernos-deSO-Vol-6-N%C2%B0-1-completo.pdf>