

CURRICULUM VITAE RESUMIDO

Nombre y apellidos: RAQUEL SÁNCHEZ FERNÁNDEZ

Researcher ID: K-4462-2017

Código ORCID: 0000-0002-6462-9807

Situación profesional actual: Catedrática de Universidad (fecha inicio: 07/10/2022), Dpto. Economía y Empresa, Facultad de CC. Económicas y Empresariales, Universidad de Almería.

Formación académica: Doctorado en CC. Económicas y Empresariales (UAL, 2005, Sobresaliente Cum Laude); Licenciatura en CC. Económicas y Empresariales (UAL, 1999); Diplomatura en Informática de Gestión (UAL, 1997). 2 títulos de postgrado (CAP, DEA).

Indicadores generales de calidad de la producción científica: 2 Sexenios de Investigación CNEAI (Períodos 2007-2012 y 2013-2018). Citas totales/Índice h: 857/9 (Web of Science); 3.465/18 (ResearchGate); 5.837/21 (Google Scholar).

Resumen libre Curriculum:

***Investigación:** 45 artículos científicos, casi la totalidad en revistas en SSCI y SCI de JCR: 14 Nivel 1 (3 1^{er} Decil) y 13 Nivel 2. 24 con impacto relativo en JCR. Destacan:

Serrano-Arcos, M. M., Sánchez-Fernández, R., & Pérez-Mesa, J. C. (2024). Consumer affinity as a key factor to mitigate reluctance to buy foreign products: The moderating role of organic and induced image to counteract negative communication campaigns and image crises. *Oeconomia Copernicana*, 15(2),717–763.(Q1 SSCI-JCR,1^{er} Decil)

Pérez-Mesa, J. C., García Barranco, M., Serrano Arcos, M., & Sánchez Fernández, R.(2023). Agri-food crises and news framing of media: an application to the Spanish greenhouse sector. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1),1-12.(Q1 SSCI-JCR,1^{er} Decil)

Serrano-Arcos, M. M., Sánchez-Fernández, R., Pérez-Mesa, J. C., & Riefler, P.(2022). Understanding the origin and evolution of affinity as a multidisciplinary concept: A conceptual approach to consumer affinity. *Psychology & Marketing*, 39(11),2130-2152.(Q1 SSCI-JCR)

Gallarza, M. G., Sánchez-Fernández, R, Arteaga, F., & Del Chiappa, G.(2022). Active and reactive value dimensions: a dynamic-based perspective in the hotel sector, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, (46/7),1436-1473.(Q2 SSCI-JCR)

Serrano-Arcos, M. M., Sánchez-Fernández, R., Pérez-Mesa, J. C., & Riefler, P.(2022). A review of consumer affinity research: recent advances and future directions. *International Marketing Review*, (39)5, 1252-1282.(Q2 SSCI-JCR)

Sánchez-Fernández, R, & Jiménez-Castillo, D.(2021). How social media influencers affect behavioural intentions toward recommended brands: The role of emotional attachment and information value, *Journal of Marketing Management*, 37(11-12),1123-1147.(Q3 SSCI-JCR)

Serrano-Arcos, M. M., Sánchez-Fernández, R., & Perez-Mesa, J.C.(2021). Analysis of product-country image from consumer's perspective: The impact of subjective knowledge, perceived risk and media influence, *Sustainability*, 13(4),1-25.(Q2 SSCI-JCR)

Sánchez-Fernández, R., Gallarza, M.G., & Arteaga, F.(2020). Adding dynamicity to consumer value dimensions: An exploratory approach to intrinsic values and value outcomes in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2),853-870.(Q1 SSCI, JCR).

Jiménez-Castillo, D., & Sánchez-Fernández, R.(2019). The role of digital influencers in brand recommendation: Examining their impact on engagement, expected value and purchase

intention. *International Journal of Information Management*, 49, 366-376.(Q1 SSCI, JCR, **1^{er} Decil**).

Pérez-Mesa, J. C., Serrano-Arcos, M. D. M., & Sánchez-Fernández, R.(2019). Measuring the impact of crises in the horticultural sector: the case of Spain. *British Food Journal*, 121(5),1050-1063.(Q2 SSCI-JCR)

Sánchez-Fernández, R., Iniesta-Bonillo, M.M., Cervera-Taulet, A.(2019). Exploring the Concept of Perceived Sustainability at Tourist Destinations: A Market Segmentation Approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(2),176-190.(Q1 SSCI-JCR)

Jiménez-Castillo, D., Sánchez-Fernández, R., Marín-Carrillo, G.(2017). Dream Team or Odd Couple? Examining the Combined Use of Lectures and Podcasting in Higher Education, *Innovations in Education and Teaching International*, 54(5),448-457.(Q3 SSCI-JCR)

Iniesta-Bonillo, M.A., Sánchez-Fernández, R., Jiménez-Castillo, D.(2016). Sustainability, Value, and Satisfaction: Model Testing and Cross-Validation in Tourist Destinations, *Journal of Business Research*, 69(11),5002-5007.(Q1 SSCI-JCR).

Iniesta-Bonillo, M.A., Sánchez-Fernández, R., Cervera-Taulet, A.(2012). Online Value Creation in Tourism Services: The Importance of Experience Valence and Personal Values, *The Service Industries Journal*, 32(15),2445-2462.(Q3 SSCI-JCR)

Sánchez-Fernández, R., Iniesta-Bonillo, M.A., Holbrook, M.B.(2009). The Conceptualization and Measurement of Consumer Value in Services, *International Journal of Market Research*, 51(1),93-113.(Q3 SSCI-JCR)

IP en Proyecto PAIDI 2020 Junta de Andalucía (P18-RT-4663). Participación en 8 **proyectos** (3 internacionales, destaca UNIGreen, 2 nacionales, y 3 autonómicos/locales). **IP Contrato de investigación** y participación en 16. Pertenece a: Centro de Investigación Ceia3, CIMEDES, Asociación AEMARK, G.I. Marketing y Estrategia: Investigación e Innovación (SEJ-254), y miembro colaborador en G.I. Servicio, Innovación, Valor (GIUV2016-324), Univ. Valencia. **5 tramos** (Máximo) en Complementos Autonómicos Junta de Andalucía.

5 capítulos de libro internacionales (IGI, Sage, Routledge y Presses Universitaires de Provence) y 3 nacionales. Más de 100 contribuciones a **congresos de investigación** (56 internacionales). 4 ponencias internacionales elegidas mejor ponencia. **Miembro del Editorial Board** en *Int. J. of Contemporary Hospitality Management* (Q1), *Management Decision* (Q2), y *European J. of Tourism Research (Emerging JCR)*. **Directora Adjunta** *Revista Int. de Estudios Migratorios* hasta 2024 y **evaluadora anónima** en revistas JCR (66 evaluaciones en Web of Science). **Estancias** de investigación (5 meses, Columbia Business School, NY, USA, 2006; 1 mes, Hasselt University, Bélgica, 2007; 15 días, Cologne University, Alemania, 2011, 1 mes, Univ. Murcia, 2005). 3 **premios** (Best Paper Award, 20th International Marketing Trends Conference 2021; 3^{er} premio mejor artículo AEMARK 2020; Excelencia Inv. en la Facultad CC. EE. y EE. UAL 2020).

***Docencia: Mención Excelente en Docencia** (2009, 2011 y 2023). Dirección de 1 tesis doctoral con mención internacional y publicaciones JCR. Evaluadora externa de 28 Proyectos Docentes para universidades andaluzas. Docencia universitaria más de 24 años (desde 1999, 4 quinquenios docentes), con más de 4.000 horas de docencia (17 asignaturas, 14 titulaciones); Premio a la Excelencia Docente de la Facultad, Dirección de TFG y TFM (50). Asignatura en inglés en el Grado en Turismo; y asignatura multimodal en el Grado en Mk e IM. Autora de 2 libros, 2 capítulos de libro y 12 artículos docentes. Participación en 26 proyectos de innovación docente (10 como IP), y 50 ponencias en congresos docentes. Varias estancias docentes con beca: Sócrates Bilateral Agreement (Rouen, Francia, 2007) y en Dpto. de Marketing (Univ. Valencia, 2018). Tutora seguimiento en la UOC (2005-2008). Miembro tribunal 8 Tesis Doctorales (1 internacional).

***Gestión:** Directora de Secretariado de Grados, Vicerrectorado de Grados e Innovación Docente (sept/2019-actualidad), Vicedecana Facultad de CC. EE. y EE.(junio/2015-sept/2019); Secretaria

Dpto. Dirección y Gestión de Empresas (abril 2007-octubre 2012); Coord. Máster en Dirección y Economía de la Empresa (junio 2015-junio 2016); Coord. Máster en Dirección de Empresas (junio 2014-julio 2015); Coord. Grado en Turismo (mayo 2013-junio 2015); Miembro Comisión de Asuntos Económicos Dpto. Economía y Empresa (octubre 2014-nov/2019); y Coord. académica Sócrates-Erasmus, Erasmus+KA e ISEP (2011-actualidad). Miembro Comisión Docencia-UAL (24/04/18-actualidad) y Comisión de Becas de Colaboración de Departamentos UAL (12/09/16-actualidad), Comisión Premios Igualdad Mejor TFG/TFM (2022) y Mejor Tesis Doctoral (2023).