

Aviso: [2026-04-27 18:27] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Informação Desatualizada: A informação contida neste perfil público poderá estar desatualizada.

Asad Mohsin

Total de Citações

Web of Science®	142
Scopus	133

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	<p>Mohsin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2023). Mind the gap: A critical reflection on hotel employee turnover. <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>. 35 (7), 2481-2495</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 31 - N.º de citações Scopus: 31 - N.º de citações Google Scholar: 68
2	<p>Rodrigues, H., Brochado, A., Troilo, M. & Mohsin, A. (2022). Wellness comes in salty water: Thalassotherapy spas and service level of satisfaction. <i>International Journal of Spa and Wellness</i>. 5 (1), 71-90</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 10 - N.º de citações Scopus: 12 - N.º de citações Google Scholar: 22

3	<p>Mohsin, A., Rodrigues, H. & Brochado, A. (2019). Shine bright like a star: Hotel performance and guests' expectations based on star ratings. <i>International Journal of Hospitality Management</i>. 83, 103-114</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 40 - N.º de citações Scopus: 37 - N.º de citações Google Scholar: 76
4	<p>Rodrigues, H., Brochado, A., Troilo, M. & Mohsin, A. (2017). Mirror, mirror on the wall, who's the fairest of them all? A critical content analysis on medical tourism. <i>Tourism Management Perspectives</i>. 24, 16-25</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 61 - N.º de citações Scopus: 53 - N.º de citações Google Scholar: 116

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Comunicação em evento científico

1	<p>Marques, C., Lengler, J., Mohsin, A. & Mohsin, A. (2017). A Multinational Study On Perceptions Of Attractions/activities Of Student Tourists From Eight Countries. <i>European Marketing Academy Conference - EMAC 2017</i>.</p>
---	---