



José Manuel Hernández Mogollón  
 NIF 07005984 T  
 Profesor Titular de Universidad  
 Área de Comercialización e Investigación de Mercados  
 Departamento de Dirección de Empresas y Sociología  
 Facultad de Empresa Finanzas y Turismo (Cáceres-España)  
 Universidad de Extremadura - UEX (España)

Doctor, Licenciado y Diplomado en Ciencias Económicas y Empresariales por la UEx, y Master en Gestión Comercial y Marketing por ESIC. De 1996 a 1998 fue profesor en el Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad de Sevilla, y desde 1998 en el Departamento de Dirección de Empresas y Sociología de la UEx. Titular de Escuela Universitaria desde 2004 y Titular de Universidad desde 2013. Ha participado en seis proyectos de innovación docente, en dos de los cuáles como investigador principal. Ha desarrollado estancias de investigación por más de 24 meses en Reino Unido, Italia y Portugal. Cuenta con un sexenio de investigación concedido en 2015. Ha dirigido 6 tesis doctorales, 3 con mención internacional, y 5 con premio extraordinario. Ha participado en 15 proyectos de investigación, en 5 de los cuales ha sido investigador principal; y en 17 contratos, convenios o proyectos no competitivos con administraciones o entidades públicas o privadas, como investigador Principal en 6 de ellos.

Ha publicado como autor cuatro libros, uno en la editorial Springer; y de los 32 capítulos de libro en los que ha participado como coautor, 8 han sido publicados por editoriales indexadas en el SPI. De las publicaciones como artículos en revistas destacar 12 artículos en revistas indexadas en el JCR, y cuatro en SJR. Ha presentado más de 100 trabajos en congresos nacionales e internacionales.

Su actividad científica siempre ha estado relacionada con líneas de investigación que giran en torno al Marketing y la Gestión Turística. Entre sus líneas de investigación se encuentran Marketing Relacional, Turismo Rural, Agroturismo, Turismo Gastronómico, Oleoturismo, RSC, Turismo Idiomático, Hotelería, e-Tourism, Turismo Ornitológico, Imagen y Marca de Destinos Turísticos, SlowTourism, Ecomuseos, e-Tourism. A nivel metodológico, destaca el uso de técnicas cuantitativas en sus investigaciones, como los modelos de ecuaciones estructurales. Entre sus intereses de investigación a medio/largo plazo se encuentran el big data y el neuromarketing en su aplicación al ámbito del marketing y la gestión turística. Es Investigador Principal del Grupo de Investigación Marketing y Gestión Turística, MARKETUR (SEJ040, Junta de Extremadura).

Ha sido Vicedecano de la Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo, de 2009 a 2012. Presidente de Comisión de calidad de un máster, y de la Comisión del Sistema Interno de Calidad de Centro desde 2009. Presidente de la comisión responsable del proceso de acreditación y renovación de acreditación de un master en 2014 y 2018. Coordinador del Master Universitario en Dirección Turística de la UEx desde 2007.

#### Publicaciones más relevantes

Quality of Life (QOL) in Hospitality and Tourism Marketing and Management: An Approach to the Research Published in High Impact Journals. *Best Practices in Hospitality and Tourism Marketing and Management: A Quality-of-Life Perspective*. Springer, 2018, pp. 3-22. SPI (2014) Posición 1/40, ICEE 8.021

The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist. *Journal of Destination Marketing & Management*. Elsevier, 2018 (8) pp. 170-178. JCR, 3,667 Q1

Measurement of the impact of music festivals on destination image: the case of a womad festival. *Event Management*. Elsevier, 2018, 22, pp. 517- 526. SJR, 0,38, Q2

Assessing the relationship between market orientation and business performance in the hotel -industry – the mediating role of servicequality. *Journal of Knowledge Management*. 2018, 8. JCR 2.551 Q1

Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: The quest for tourist loyalty in Spain. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2017, 6, pp. 252 - 266. JCR 3,667 Q1.

Destination image and loyalty development: the impact of tourists' food experiences at gastronomic events. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2017, 17-1, pp. 92 - 110. JCR 0.518.

Rural Destination Development Based on Olive Oil Tourism: The Impact of Residents' Community Attachment and Quality of Life on Their Support for Tourism Development. *Sustainability*, 2017, 9 JCR 2,075 Q2

## CURRICULUM JOSÉ MANUEL HERNÁNDEZ MOGOLLÓN

The relationship between revenue and environmental responsibility, a causal study using reputation in the hotel industry. *Sustainability in Innovation and Entrepreneurship*. Springer, 2017, pp. 119- 136. SPI (2014) Posición 1/40, ICEE 8.021

The behavioral response to Location Based Services: An examination of the influence of social and environmental benefits, and privacy. *Sustainability*, 2017, 9-11, JCR 2,075 Q2.

The experiential value of slow tourism: a Spanish perspective. *Slow Tourism, Food and Cities: Pace and the Search for the 'Good Life'*. Routledge, 2016, pp. 181- 196. SPI (2014): ICEE 3.764, posición 5/64

How online search behavior is influenced by user-generated content on review websites and hotel interactive websites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2015, 27-7, pp. 1573 - 1597. JCR 2,176 Q1

Culinary tourists in the spanish region of Extremadura, Spain. *Wine Economics and Policy*, 2014, 3-1 pp. 10-18. SJR 0.539 Q1

Loyalty measurement in tourism: a theoretical reflection. *Advances in Tourism Economics: Quantitative Methods*, Springer, 2013, pp. 13- 40. SPI (2014) Posición 1/40, ICEE 8.021

Rural tourists and their attitudes and motivations towards the practice of environmental activities such as agrotourism. *International Journal of Environmental Research*, 2013, 7-1, pp. 255 - 264 JCR 1.818 Q2

Authenticity in environmental high-quality destinations: a relevant factor for greentourism demand. *Environmental Engineering and Management Journal*, 2013, 12-10, pp. 1535-1544 JCR 1,258 Q3

### Principales Proyectos en los que ha participado

AOVETUR\_EXTREM. Propuesta de un modelo para el desarrollo integral sostenible de las áreas rurales en Extremadura basado en el binomio Aceite de Oliva Virgen Extra y el Turismo. IB16104. Regional. Investigador Principal. 2017-2020.

Extremadura: Wellness, Water & Tourism. AEI-020500-2017-144. Nacional. Investigador Principal. 2017-2018.

Estudio exploratorio para la propuesta de un modelo de desarrollo integral sostenible vinculado al binomio producto agroalimentario-turismo: el caso del aceite de oliva en la Sierra de Gata y Las Hurdes. ACCIÓN VII-17. Regional. 2015

Reteniendo Talentos: Turismo. 060/18. Regional, Investigador Principal. 2017-2018

Plan de Marketing Turístico para el Municipio de Casar de Cáceres. 036/16. Regional. 2016

Estudio de Mercado de Eventos de Recreaciones Turísticas como Productos Turísticos de Alto Valor Añadido. 012/16. Regional. Investigador Principal. 2016.

Proyecto de Investigación, Desarrollo e Innovación "SORT – Sistema Omnichannel para el retail turístico" 27-2015. Nacional. 2015-2016.

### Tesis Doctorales Dirigidas

"La lealtad hacia los destinos de turismo rural: un estudio causal de sus determinantes bajo el enfoque transaccional y relacional del marketing". (2014) Autor/a: Ana María Campón Cerro. Programa de Doctorado Dirección de Empresas y Sociología (UEx). Mención internacional. Premio extraordinario

"Influencia de la marca y de los eventos en la formación de la imagen del destino turístico: una contribución a la explicación de la fidelidad" (2014). Autor/a: José Antonio Folgado Fernández. Programa de Doctorado Dirección de Empresas y Sociología (UEx). Mención internacional. Premio extraordinario

"Las variables experienciales como determinantes de la calidad de vida, la satisfacción y lealtad del turista en el contexto del turismo gastronómico" (2017). Autor/a: Elide di Clemente. Programa de Doctorado Dirección de Empresas y Sociología (UEx). Mención internacional. Premio extraordinario de doctorado

"La orientación al mercado en la industria hotelera. Desarrollo de una nueva escala y efectos en el desempeño empresarial. Un estudio cross cultural" (2016). Autor/a: Carlos Sampaio. Programa de Doctorado Dirección de Empresas y Sociología (UEx). Premio extraordinario de doctorado

"La usabilidad del sitio web de un destino turístico y sus efectos en la demanda: una aproximación a un índice de satisfacción digital turística del desempeño a través de variables de marketing" (2016). Autor/a: Antonio Silva. Programa de Doctorado Dirección de Empresas y Sociología (UEx)

"La responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector hotelero: Propuesta de una medida del desempeño a través de variables de marketing" (2016). Autor/a: José Manuel Mariño Romero. Programa de Doctorado Dirección de Empresas y Sociología (UEx) Premio extraordinario de doctorado.