

Gestión de Ventas y Revenue Management

Código: 103734
Créditos ECTS: 3

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2502904 Dirección Hotelera	OT	4	2

Contacto

Nombre: Carmen Ruiz Aguado

Correo electrónico: carmen.ruiza@uab.cat

Idiomas de los grupos

Para consultar el idioma/es de la asignatura será necesario ir al apartado "Metodología" de la guía docente.

Prerrequisitos

No es necesario ningún requisito previo para cursar esta asignatura.

Objetivos y contextualización

La asignatura ayudará al alumnado a conocer los aspectos básicos a considerar para una correcta aplicación de Revenue Management en diversos tipos de empresas. El alumnado también aprenderá como crear diferentes tarifas y cómo segmentar la demanda para conseguir el máximo rendimiento de la empresa en todo momento.

Los objetivos de aprendizaje son:

- Aprender sobre los orígenes y los principios del Revenue y Yield Management.
- Entrenar la capacidad de elaborar previsiones de ventas analizando los diversos informes obtenidos de las empresas de alojamiento
- Crear diferentes calendarios de demanda y asignar las tarifas dinámicas más apropiadas teniendo en cuenta el mercado, la segmentación, períodos vacacionales, canales de distribución, etc.
- Calcular la conveniencia de los precios dependiendo de la ocupación para obtener el máximo beneficio
- Conocer cuando aceptar o denegar un grupo según los principios de Revenue Management
- Saber cuando aplicar las técnicas de Revenue y Yield Management y cuáles son las más adecuadas para cada tipo de negocio turístico
- Trabajo en equipo basado en el respeto a la diversidad y la pluralidad de ideas, personas y situaciones
- Desarrollar la capacidad de análisis

Competencias

- Identificar y aplicar los elementos que rigen la actividad de los sectores de la hotelería y la restauración, su interacción con el entorno, así como su impacto en los diferentes subsistemas empresariales del sector.

Resultados de aprendizaje

1. Distinguir, identificar y aplicar los conceptos de la comercialización en la industria hotelera y de la restauración.

Contenido

1. Introducción al Revenue management
2. Revenue management interno
3. Revenue management externo
4. El desarrollo de la profesión

Metodología

Idioma de impartición: inglés

La metodología docente de la asignatura combina las clases magistrales que se aplican para la impartición de algunos conceptos clave con las clases prácticas donde aplicar todos los aspectos cubiertos a las clases magistrales.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	12	0,48	1
Examen	2	0,08	1
Tipo: Supervisadas			
Actividades prácticas	6	0,24	1
Tipo: Autónomas			
Actividades prácticas	10	0,4	1
Estudio	17	0,68	1

Evaluación

La evaluación de esta asignatura sigue dos modelos:

a) Evaluación continuada. La nota final de la asignatura se calculará de la siguiente manera: realización de ejercicios de clase (30% de la nota final, actividades prácticas de análisis (30% de la nota final) y un examen (40% de la nota final).

b) Evaluación única. El alumnado que opte por el sistema de evaluación única deberá entregar un dossier con 6 actividades prácticas (40% de la nota final), completar los cuestionarios de la asignatura (15% de la nota final) y realizar un examen (45% de la nota final).

"La recuperación de la asignatura mediante evaluación única será la misma que para el resto del alumnado, y para presentarse a la reevaluación será necesario que este haya obtenido como mínimo un 3,5 en el conjunto de las evidencias que conforman la evaluación única".

Reevaluación. Para el estudiantado que no haya superado el examen de evaluación única y haya obtenido una nota entre 3,5 y 4,9, habrá un examen de reevaluación. La máxima nota a obtener en este examen es de 5 sobre 10.

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividades prácticas de análisis	30% de la nota final	13	0,52	1
Ejercicios de clase	30% de la nota final	13	0,52	1
Examen de evaluación continua	40% de la nota final	2	0,08	1

Bibliografía

Huefner, Ronald J. Revenue Management: a Path to Increased Profits / Ronald J. Huefner. Second edition. New York, New York (222 East 46th Street, New York, NY 10017): Business Expert Press, 2015. Print.

Gallego, Guillermo., and Huseyin. Topaloglu. Revenue Management and Pricing Analytics by Guillermo Gallego, Huseyin Topaloglu. 1st ed. 2019. New York, NY: Springer New York, 2019. Web.

Helmold, Marc. Total Revenue Management (TRM) Case Studies, Best Practices and Industry Insights / by Marc Helmold. 1st ed. 2020. Cham: Springer International Publishing, 2020. Web.

Kimes, Sheryl. Sherri Kimes. <https://www.sherrickimes.com/>

Talluri, Kalyan T., and Garrett Van Ryzin. The Theory and Practice of Revenue Management / Kalyan T. Talluri, Garrett J. van Ryzin. 1st ed. 2004. Boston, Massachusetts: Kluwer Academic Publishers, 2004. Web.

Talón, Pilar, Lydia. González, and Mónica. Segovia Pérez. Yield revenue management en el sector hotelero: estrategias e implantación / Pilar Talón Ballesterro, Lydia González Serrano, Mónica Segovia Pérez. Collado Villaba, Madrid: Delta, 2012. Print.

Software

No se utiliza software específico