

Titulación	Tipo	Curso
Dirección Hotelera	OP	4

Profesor/a de contacto

Nombre : Carme Ruiz Aguado

Correo electrónico : carmen.ruiza@uab.cat

Prerrequisitos

No es necesario ningún requisito previo para cursar esta asignatura.

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Objetivos

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

Resultados de aprendizaje

1. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
2. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
3. Gestionar y organizar el tiempo.
4. Trabajar en equipo.
5. Planificar y gestionar actividades sobre la base de la calidad y la sostenibilidad.
6. Ser capaz de buscar información relevante de forma eficiente.
7. Analizar, sintetizar y evaluar la información.
8. Distinguir, identificar y aplicar los conceptos de la comercialización en la industria hotelera y de la restauración.

9. Distinguir e identificar las diferentes formas y canales de comercialización en la industria hotelera y de la restauración, tanto a nivel local como internacional.
10. Interpretar y aplicar los planes generales de la empresa o entidad y concretarlos en acciones de información y comercialización.
11. Capacidad de coordinar objetivos y políticas comerciales estratégicas y operativas.
12. Conocer la relación entre el sistema de información y la comercialización del sector hotelero.
13. Capacidad de desarrollar acciones correctivas en la comercialización del servicio en función de las relaciones existentes.
14. Identificar las herramientas relacionadas con la comunicación de las acciones estratégicas y de marketing tanto a nivel interno como externo en el entorno específico de la industria hotelera y de restauración.
15. Aplicar las herramientas de búsqueda y obtención de información comercial en el entorno específico de la industria hotelera y de restauración.
16. Analizar e implantar un sistema de marketing adecuado a las necesidades del sector de la hostelería y de la restauración.
17. Detectar áreas de mejora en los actuales procesos de comercialización mediante la enseñanza de nuevas técnicas de gestión comercial de hoteles, haciendo especial hincapié en el revenue management (yield gestión de tarifas), gestión de clientes y canales de distribución.
18. Adaptar y aplicar las técnicas de comercialización a los distintos entornos locales y internacionales.
19. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre, resolver problemas así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo y, en especial, aquellas más inmediatas.
20. Demostrar orientación y cultura de servicio al cliente.
21. Demostrar visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.

Contenidos

1. Introducción al Revenue management
2. Revenue management interno
3. Revenue management externo
4. Servicios auxiliares

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividades prácticas	6	0,24	2, 3, 4, 5, 7, 11, 13, 17, 18, 19, 21
Estudio	17	0,68	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Clases teórico-prácticas	12	0,48	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21
Examen	2	0,08	2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 16, 18, 19, 20, 21
Actividades prácticas	10	0,4	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11

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 a través de ejercicios y actividades.

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.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividades prácticas de análisis	30% de la nota final	13	0,52	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 13, 16, 17, 19, 21
Examen de evaluación continua	40% de la nota final	2	0,08	2, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21
Ejercicios de clase	30% de la nota final	13	0,52	3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 21

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, actividades prácticas y cuestionarios (60% 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 ejercicios de clase y actividades prácticas (60% de la nota final) y realizar un examen (40% 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.

La calificación de la asignatura será NO EVALUABLE cuando el/la estudiante se presente a menos de la mitad de las actividades de evaluación y/o no se presente al examen final.

En caso de que el estudiante cometa cualquier tipo de irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, este será calificado con 0, independientemente del proceso disciplinario que pueda derivarse de ello. En caso de que se verifiquen varias irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

En esta asignatura no está permitido el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) en ninguna de sus fases. Cualquier trabajo que incluya fragmentos generados con IA será considerado una falta de honestidad académica y comportará que la actividad se evalúe con un 0 y no se pueda recuperar, o sanciones mayores en casos de gravedad.

Bibliografía

De Ponga, Diego. El arte del revenue: Una guía completa sobre revenue management. 1st ed. 2023. Independently Published.

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.

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.

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

Roberts, Dave. Hotel Revenue Management: The Post-pandemic evolution to Revenue strategy. Business expert press. 2022.

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 Ballester, Lydia González Serrano, Mónica Segovia Pérez. Collado Villalba, Madrid: Delta, 2012. Print.

Software

No se utiliza software específico

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Tipo de docencia	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TE) Teoría	1	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto