

Máster en Dirección de Empresas Hoteleras

Curso: 2019-2020

Guia docente

Materia: Gestión comercial

Asignatura: Revenue Management y gestión comercial

Periodo: Semestre 2

Profesores:

Sr. Idefonso Moyano Blasco

Publicación para el uso exclusivo de la Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi (Universitat Ramon Llull)

No se permite su reproducción total o parcial

MÓDULO: DIRECCIÓN DE LA EMPRESA HOTELERA

MATERIA: GESTIÓN COMERCIAL

ASIGNATURA: REVENUE MANAGEMENT Y GESTIÓN COMERCIAL

CÓDIGO: MDEH18RMGC

IDIOMA: CASTELLANO

CURSO: 1

PERIODO: SEMESTRE 2

CREDITOS: 5 ECTS

1. Objetivos de la asignatura

COMERCIALIZACION

Aprender a organizar, coordinar y supervisar un departamento comercial.

La gestión del equipo comercial: perfiles, competencias básicas y roles.

La dirección estratégica en el área de ventas.

El plan comercial.

Métricas del éxito.

REVENUE MANAGEMENT

Conocer los fundamentos y técnicas de Revenue Management.

Identificar las fuentes de ingresos y oportunidades de mejora del rendimiento.

Conocer en profundidad los canales de distribución con el objetivo de idear una estrategia que permita incrementar las ventas con el menor coste de distribución posible.

Hacer predicciones de demanda para la toma de decisiones y gestión del Overbooking.

Definir una estrategia de ventas que permita maximizar los ingresos a través de una correcta segmentación de mercado y política de precios.

Aprender cómo crear e implementar una estrategia de Revenue Management.

Conocer las aplicaciones tecnológicas para la gestión eficiente del Revenue Management.

MARKETING DIGITAL

Conocer los conceptos básicos del marketing digital aplicado al sector hotelero.

Identificar las claves del éxito de un proyecto de hotelero en internet.

Reflexionar sobre los nuevos retos e innovaciones en marketing digital.

Definir una estrategia comunicación online y marketing digital.

Identificar los puntos de control para poder evaluar el funcionamiento de un proyecto en Internet y mejorar la toma de decisiones.

Optimizar y mejorar los procesos de conversión de visitas en reservas.

2. Competencias desarrolladas

Básicas

B06 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

B07 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

B08 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

B09 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

B10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Generales

G01 - Ser capaz de buscar y gestionar la información procedente de fuentes para tomar decisiones que contribuyan a la consecución de los objetivos de la organización

Transversales

T02 - Fomentar la iniciativa y el espíritu emprendedor para proponer nuevos planteamientos que permitan introducir mejoras competitivas

Específicas

E01 - Liderar la consecución de los objetivos de las empresas hoteleras a través de su dirección teniendo en cuenta criterios medioambientales, socioculturales, éticos y económicos para asegurar los principios del alojamiento sostenible y turismo responsable.

E02 - Identificar los diferentes agentes globales que participan activamente en la configuración del mercado y la industria hotelera para saber cómo competir o cooperar con ellos

E03 - Gestionar y planificar los recursos económicos-financieros que afectan a las empresas hoteleras, así como tomar decisiones de inversión y financiación

E04 - Definir y desarrollar los objetivos, las tácticas y las estrategias de marketing para establecer unas adecuadas políticas en línea con los objetivos y estrategias de la empresa hotelera

3. Contenido

Sesión 1: INTRODUCCIÓN A LA COMERCIALIZACIÓN Y LAS VENTAS - La importancia de la comercialización. - Evolución de la comercialización - Los canales de distribución: tipología, segmentos y costes. - Revenue Drivers - KPI: ratios de control Profesor: Ildefonso Moyano. Material relacionado: Libros de referencia y artículos de actualidad en la prensa digital y webs especializadas que se citan en la bibliografía.

Sesión 2: DIRECCION COMERCIAL - El departamento comercial: misión - La organización del departamento - Relación interdepartamental - El comercial: el perfil y habilidades de los comerciales - Supervisión del desarrollo y logro de objetivos. Profesora: Jeannine Perie. Material relacionado: Libros de referencia y artículos de actualidad en la prensa digital y webs especializadas que se citan en la bibliografía.

Sesión 3: DIRECCION COMERCIAL El Plan Comercial y de Ventas: - Que es el plan comercial - Tipos de acciones - Como hacer un plan de acción - Medición de resultados - Presupuesto del departamento Profesora: Jeannine Perie. Material relacionado: Libros de referencia y artículos de actualidad en la prensa digital y webs especializadas que se citan en la bibliografía.

Sesión 4: REVENUE MANAGEMENT Introducción al Revenue Management - Que es el Revenue Management - Requisitos mínimos para aplicar RM - Core Concepts en Revenue Forecasting & Availability Controls - Forecasting: predicción de la demanda futura - Demand Control Charts y Booking curve - Técnicas de control del inventario y disponibilidad Overbooking Policy - Crear una política de Overbooking Profesor: Ildefonso Moyano. Material relacionado: Libros de referencia y artículos de actualidad en la prensa digital y webs especializadas que se citan en la bibliografía.

Sesión 5: REVENUE MANAGEMENT Market Segmentation - Micro-segments vs. Mass Market - Selección del cliente objetivo - Adaptación a la demanda Pricing Strategies - Evolución de las políticas de precios - Multiple Pricing - Price Discrimination - Rate Fences - Price Dumping - Up-selling & Cross-selling Profesor: Ildefonso Moyano. Material relacionado: Libros de referencia y artículos de actualidad en la prensa digital y webs especializadas que se citan en la bibliografía.

Sesión 6: REVENUE MANAGEMENT - Implementación del Revenue Management - Revenue aplicado a otras fuentes de ingresos - Tecnología al servicio del Revenue - El perfil del Revenue Manager Profesor: Ildefonso Moyano. Material relacionado: Libros de referencia y artículos de actualidad en la prensa digital y webs especializadas que se citan en la bibliografía.

Sesión 7: MARKETING DIGITAL Aspectos claves de un proyecto hotelero online. - Estrategia del proyecto - Captación de tráfico - Enamorar al usuario - Conversión en ventas - Fidelización y dinamización Profesor: Victor Betran. Material relacionado: Libros de referencia y artículos de actualidad en la prensa digital y webs especializadas que se citan en la bibliografía.

Sesión 8: MARKETING DIGITAL La importancia de la visibilidad de un proyecto online. Estrategia en las redes sociales. Inbound Marketing y nuevas estrategias de captación de tráfico. Profesor: Victor Bertran. Material relacionado: Libros de referencia y artículos de actualidad en la prensa digital y webs especializadas que se citan en la bibliografía.

4. Metodología de enseñanza

Exposición del profesor. Exposición magistral por parte del profesor titular o profesores invitados. Los profesores en esta asignatura serán los siguientes: **COMERCIALIZACIÓN:** - Sr. Ildefonso Moyano Blasco - Sra. Jeanine Perie **REVENUE MANAGEMENT:** - Sr. Ildefonso Moyano Blasco **MARKETING DIGITAL:** - Sr. Víctor Betrán Los perfiles de los profesores están disponibles en la información adicional.

Ejercicios prácticos. Se realizarán ejercicios prácticos durante las sesiones con la finalidad de poner en práctica las técnicas expuestas y aclarar dudas sobre su aplicación.

Estudio de casos. Se trabajarán ejemplos y casos reales donde se deberá analizar la situación y detectar los factores claves del éxito o fracaso de las medidas tomadas por las empresas dando lugar a interesantes debates.

Lecturas. Durante las sesiones y en la bibliografía se recomiendan diferentes lecturas de materias específicas y temas de actualidad. Algunos se tratarán, analizarán o debatirán durante las sesiones.

5. Actividades de evaluación

Convocatoria Ordinaria

• **Trabajo individual relacionado con la materia de Dirección Comercial.** Los detalles del trabajo se facilitarán durante las sesiones de la materia en cuestión. Dado que esta parte de la asignatura se realiza íntegramente en inglés, el trabajo será también presentado en inglés. No se evaluará el nivel lingüístico / ortográfico. (Nov, 19/2019)

Trabajo académico (Individual - 30%)

Competencias evaluadas: CB7 - CB8 - CB9 - CG1 - CT2 - CE1 - CE2 - CE3

• **Examen parcial en relación a las materias de Distribución y Revenue Management.** El examen se realizará durante la primera hora de la sesión del día 27 de Noviembre y contará de... - Preguntas breves de definición o descripción - Preguntas tipo test Verdadero/Falso - Ejercicio de cálculos básicos y/o interpretación de resultados El examen se rellenará de forma presencial en clase y en bolígrafo azul o negro. Las respuestas a lápiz no serán corregidas ni puntuadas No se permitirá consultar documentación o apuntes, ni fórmulas dado que el ejercicio es sobre cálculos básicos elementales. En las preguntas tipo test, las respuestas erróneas penalizarán. En caso de no presentarse al examen, la calificación obtenida será de "0" no pudiendo realizar el mismo en otra fecha. En caso de detectar infracciones a nivel de consulta de documentación o copia, el alumno será expulsado y obtendrá calificación igual a "0". (Dic, 17/2019)

Examen parcial (Individual - 40%)

Competencias evaluadas: CB6 - CB7 - CB8 - CB9 - CB10 - CG1 - CT2 - CE1 - CE2 - CE3 - CE4

• **Trabajo individual relacionado con la materia de Marketing Digital.** Los detalles del trabajo se

facilitarán durante las sesiones de la materia en cuestión. (Feb, 04/2020)

Trabajo académico (Individual - 30%)

Competencias evaluadas: CB6 - CB7 - CB9 - CB10 - CG1 - CT2 - CE3 - CE4

Los trabajos se entregarán vía Moodle antes de la medianoche de la fecha límite indicada.

En ningún caso de retrasará la fecha de entrega, y la no presentación del trabajo implicará una calificación de "0".

En caso de tener indicios que uno o varios trabajos hayan podido ser copiados, éstos obtendrán una calificación de "0".

Convocatoria extraordinaria

• **El trabajo individual consistirá en un caso de análisis y propuesta de mejoras aplicando los conocimientos y técnicas expuestos en la asignatura. El trabajo se colgará en Moodle antes de la medianoche de la fecha límite de entrega indicada. (Abr, 30/2020)**

Trabajo académico (Individual - 100%)

Competencias evaluadas: CB7 - CB8 - CB9 - CB10 - CG1 - CE1 - CE2 - CE3 - CE4 - CT2

Los trabajos se entregarán vía Moodle antes de la medianoche de la fecha límite indicada.

En ningún caso de retrasará la fecha de entrega, y la no presentación del trabajo implicará una calificación de "0".

En caso de tener indicios que uno o varios trabajos hayan podido ser copiados, éstos obtendrán una calificación de "0".

Repetición de asignatura sin asistencia: Convocatoria ordinaria

• **El trabajo individual consistirá en un caso de análisis y propuesta de mejoras aplicando los conocimientos y técnicas expuestos en la asignatura. El trabajo se colgará en Moodle antes de la medianoche de la fecha límite de entrega indicada. (Abr, 30/2020)**

Trabajo académico (Individual - 100%)

Competencias evaluadas: CB7 - CB8 - CB9 - CB10 - CG1 - CE1 - CE2 - CE3 - CE4 - CT2

Los trabajos se entregarán vía Moodle antes de la medianoche de la fecha límite indicada.

En ningún caso de retrasará la fecha de entrega, y la no presentación del trabajo implicará una calificación de "0".

En caso de tener indicios que uno o varios trabajos hayan podido ser copiados, éstos obtendrán una calificación de "0".

Repetición de asignatura sin asistencia: Convocatoria extraordinaria

- **El trabajo individual consistirá en un caso de análisis y propuesta de mejoras aplicando los conocimientos y técnicas expuestos en la asignatura. El trabajo se colgará en Moodle antes de la medianoche de la fecha límite de entrega indicada. (Jun, 14/2020)**

Trabajo académico (Individual - 100%)

Competencias evaluadas: CB7 - CB8 - CB9 - CB10 - CG1 - CE1 - CE2 - CE3 - CE4 - CT2

Los trabajos se entregarán vía Moodle antes de la medianoche de la fecha límite indicada.

En ningún caso se retrasará la fecha de entrega, y la no presentación del trabajo implicará una calificación de "0".

En caso de tener indicios que uno o varios trabajos hayan podido ser copiados, éstos obtendrán una calificación de "0".

Reuniones de seguimiento

Semana 5 (Nov, 14/2017), 17:00

Semana 9 (Dic, 12/2017), 17:00

Semana 18 (Feb, 06/2018), 17:00

6. Bibliografía

Lecturas recomendadas

CARROLL, B.; SIGUAW, S. (2006) An Examination of Internet Intermediaries and Hotel Loyalty Programs: How will guests get their points? Cornell University, The Center for Hospitality Research

KIMES, S.E.; (2002) Perceived Fairness of Yield Management. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly

LIEBERMAN, W.H. (1993) Debunking the Myths of Yield Management. The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly

PHILLIPS, R. (2004) The Pricing and Revenue optimization process. Stanford University Press

POPESCU, I. (2003) Teaching Dynamic Pricing and Revenue Management. Turkey: Euro Informs.

MARN, M.; ROEGNER, E.; ZAWADA, C. (2003) The Power of Pricing. The McKinsey Quarterly

CROSS, Robert G. (1997) Revenue Management. Hard Core Tactics for Market Domination. Broadway Books

TRANter, K.A.; STUART-HILL, T.; PARKER, J. (2008) An Introduction to Revenue Management for the Hospitality Industry. Paperback

NEGROPONTE, N. (2000) El mundo digital: el futuro que ha llegado. Punto de lectura.

LEVINE, R.; LOCKE, C.; (2009) El manifiesto Cluetrain: El ocaso de la empresa. DEUSTO S.A.

Ediciones.

AVINASH, K. (2011) Analítica web 2.0: El arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente. Ediciones Gestión 2000.

HALLIGAN, B.; SHAH, D. (2010) Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs. John Wiley & sons Inc.

www.hsmi.org

www.hebsdigital.com

<http://blog.miraiespana.com>

www.hotelnewsnow.com

www.hotelnewsresource.com

www.tecnohotelnews.com

www.hosteltur.com

<https://www.hotelschool.cornell.edu/research/chr/>

www.puromarketing.com

www.hospitalitynet.com

7. Profesorado

Sr. Idefonso Moyano Blasco (Profesor titular) - ildefonso.moyano@htsi.url.edu

Hora de tutoría: On Request

Executive MBA (2012). Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.

Hotel Revenue Management (2007). Cornell University, Ithaca, New York, USA

Bachelor in Tourism Business Management (2000). Univ. Central England; Birmingham, UK

TEAT, Diplomatura en Turismo (1999). Turisme Sant Ignasi, Barcelona

Qualis Hospitality Group, Socio Director (2015 - actualmente)

EADA Business School, Profesor asociado(2008 - actualmente)

Ámister Hotels & Apartments, Director General (2013-2015)

Hotel 4 Barcelona, Hotel Manager (2009-2013)

Rafael Hoteles, Director Comercial (2007-2009)

Tourico Holidays, Director of Product Development (2006-2006)

Hotel Barcelona Princess, Director Comercial & Marketing (2004-2006)

Prestigi Hotels Andorra, Director de Operaciones (2003-2004)

Eurostars Grand Marina Hotel, Jefe de Ventas (2002-2003)

Hoteles Catalonia, Junior Manager (2000-2002)

8. Observaciones

La información referente al calendario académico, horarios lectivos, calendario de exámenes y asignación de aulas se publicará oportunamente en el campus virtual y la web pública de la Facultad.

* La normativa académica de la Facultad es de obligado cumplimiento para todos los miembros de la misma.

* Es de obligado cumplimiento un 80% de asistencia a las sesiones lectivas. De no cumplirse este mínimo el estudiante tendrá que presentarse al examen o trabajo de recuperación. De darse este caso la nota máxima en la asignatura será de un 6 después de haber aprobado el examen/trabajo final. Este se dará el último día de clase de la asignatura y es obligatorio.

* Está totalmente prohibida la grabación, por cualquier medio, de las clases. Se prohíbe tomar fotografías de las presentaciones, gráficos, datos o materiales presentados por los profesores o invitados.

* Durante las clases los teléfonos móviles deben permanecer apagados.

* La documentación y materiales entregados por los profesores tienen reservados todos los derechos. Queda prohibida la copia, reproducción o difusión, total o parcial, y por cualquier medio. Algunos materiales pueden estar en inglés.

Perfiles de los profesores:

- Ildelfonso Moyano (<https://www.linkedin.com/in/ildefonsomoyano>)
- Jeannine Perie (<https://www.linkedin.com/pub/jeannine-perie/13/577/ab4>)
- Victor Betrán (<https://www.linkedin.com/in/vic123456>)