

KURSBESKRIVELSE FOR Sales and Revenue Management

1. Studium:	BA Hotell og Relasjonsledelse
2. Kurs:	Sales and Revenue Management
3. Semester:	5. semester
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Høyskolelektor Kari Einarsen
6. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene i auditoriet/klasserommet.
7. Nødvendige forkunnskaper:	Ingen
8. Fagbeskrivelse:	Salg- og revenue management gir innsikt og forståelse i hvordan hotellsalg og revenue management planlegges, gjennomføres og benyttes i den daglige driften av hotell- og restaurantbedrifter. Studenten skal få kunnskap om hvordan salgsavdelinger i hotellkjeder og frittstående hoteller er bygd opp og hvordan disse fungerer. I tillegg skal studenten bli kjent med ulike verktøy som benyttes for resultatmåling, statistikk og generell rapportering innen hotellsalg og revenue management. Revenue management benyttes som verktøy for optimering av inntekter. Studenten skal få kunnskap om hvordan riktig bruk av dette verktøyet kan påvirke inntektene. Gjennom simulering av salgsprosesser og bruk av revenue management verktøy skal studenten tilegne seg praktisk og teoretisk kunnskap om denne delen av hotellfaget
9. Mål:	Etter endt kurs skal studenten være i stand til å utføre oppgaver innen hotell-/restaurantsalg. Studenten skal ha kunnskaper om resultatmålinger, statistiske beregninger som blir brukt innen revenue management og generelle rapporteringer innen et hotell
10. Emneoversikt:	Kurset er delt inn i fire deler:

	<p>Planlegging:</p> <p>Salgsbudsjetter, inntektsoptimering</p> <p>Salgsplaner og salgsaktiviteter, tiltaksplaner</p> <p>Design av pakkeløsninger, prissetting</p> <p>Statistikk og rapporter</p> <p>Kundesegmenter og kunde profiler</p> <p>Ulike maler til bruk i planleggingsfasen</p> <p>Gjennomføring:</p> <p>Kundekartlegging</p> <p>Proaktivt salg, utadrettet salg</p> <p>Telefonsalg, salgsteknikker</p> <p>Samarbeidsavtaler, ulike avtale standarder, kontraktsinngåelse, plikter og rettigheter i samarbeidsavtaler.</p> <p>Internasjonale samarbeidspartnere. Hvilken betydning har det og hvilke typer samarbeidsformer eksisterer?</p> <p>Implementering av avtaler, kundeoppfølging, kundepleie</p> <p>Salg i drift, ulike typer mersalg,</p> <p>Ulike maler til bruk i gjennomføringsfasen</p> <p>Administrasjon:</p> <p>Organisering av salgsavdelingen, kjededrift kontra frittstående hoteller.</p> <p>Rapportering, statistikk</p> <p>Leders ansvar i oppfølging av selger</p> <p>Salgsmøter, agenda og oppfølging</p> <p>Ansettelse av selgere, ansatt profil, krav til stillingen, lønssystemer</p> <p>Revenue Management:</p> <p>Ansvarsområder og avgrensninger</p> <p>Budsjettering og planlegging</p> <p>Salgskanaler, struktur, utvikling og fremtidsvisjoner</p> <p>Prissetting, prismekanismer, prisstrategier,</p>
--	--

	<p>Yield, kapasitetsoptimering, daglig drift av RM</p> <p>Samarbeid med øvrige avdelinger, salg, resepsjon, booking</p> <p>Statistikk og rapportering.</p> <p>Tekniske verktøyer/hjelpemidler.</p>
11. Gjennomføring:	<p>Kurset blir gjennomført med forelesninger, diskusjonsforum, selvstudier og caseoppgaver.</p>
12. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):	<p>Det vil bli gitt en underveisevaluering i form av et tredelt casestudie, der studentene i grupper skal utføre 3 rapporter og muntlig presentasjon som teller 40% av slutt karakter. Videre blir det en individuell 3 timers skriftlig eksamen uten hjelpemidler som teller 60% av endelig karakter.</p>
13. Obligatorisk litteratur med antall sider og pris per bok/hefte:	<p>Ingold A. ET AL (2001) Yield management strategies for the service industries.</p> <p>2 utgave, Continuum Publishing Group, New York, 342 sider, kr 395,-</p> <p>Berg, P.A. (2002) Coaching – hvordan beholde og utvikle selgere. J.W. Cappelens Forlag as, Oslo, 358 sider, kr 398,-</p> <p>Diverse artikler som blir utdelt i klassen.</p>
14. Anbefalt litteratur:	