

EMNEBESKRIVELSE

SRM3100 Sales and Revenue Management

1. Studium/studier	Bachelor i Hotell- og relasjonsledelse
2. Studieår/semester	3.studieår – 5.semester
3. Studiepoeng	10
4. Emneansvarlig	Høgskolelektor Kari Einarsen
5. Antall timer	50 timer
6. Anbefalte forkunnskaper	Generell studiekompetanse og kunnskaper i økonomi tilsvarende 10 studiepoeng.
7. Mål	Etter endt emne skal studenten være i stand til å utføre strategisk planlegging innen hotell- og restaurantsalg. Studenten skal ha kunnskaper om resultatmålinger, statistiske begreper og beregninger som blir brukt innen revenue management og generelle rapporteringer innen et hotell.
8. Innhold	<p>Sales- 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</p> <p>Emnet er delt inn i fire deler:</p> <p><u>1. Planlegging:</u></p>

<ul style="list-style-type: none">• Salgsbudsjetter, inntektsoptimering• Salgsplaner og salgsaktiviteter, tiltaksplaner• Design av pakkeløsninger, prissetting• Statistikk og rapporter• Kundesegmenter og kundeprofiler• Ulike maler til bruk i planleggingsfasen <p><u>2. Gjennomføring:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Kundekartlegging• Proaktivt salg, utadrettet salg• Telefonsalg, salgsteknikker• Samarbeidsavtaler, ulike avtale standarder, kontraktsinngåelse, plikter og rettigheter i samarbeidsavtaler.• Internasjonale samarbeidspartnere. Hvilken betydning har det og hvilke typer samarbeidsformer eksisterer?• Implementering av avtaler, kundeoppfølging, kundepleie• Salg i drift, ulike typer mersalg,• Ulike maler til bruk i gjennomføringsfasen <p><u>3. Administrasjon:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Organisering av salgsavdelingen, kjededrift kontra frittstående hoteller.• Rapportering, statistikk• Leders ansvar i oppfølging av selger• Salgsmøter, agenda og oppfølging <p><u>4. Revenue Management:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Ansvarsområder og avgrensninger• Budsjettering og planlegging• Salgskanaler, struktur, utvikling og fremtidsvisjoner• Prissetting, prismekanismer, prisstrategier,• Yield, kapasitetsoptimering, daglig drift av RM• Samarbeid med øvrige avdelinger, salg, resepsjon, booking• Statistikk og rapportering.• Tekniske verktøyer/hjelpemidler.

9. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen. Det beregnes en betydelig egeninnsats i løpet av kurset.
10. Evaluering	Deleksamen, gruppeoppgave på inntil tre studenter som går over fire uker, teller 40 % av karakteren i emnet. Slutteksamen, individuell prøve på 3 timer, teller 60 % av karakteren i emnet.
11. Pensumlitteratur	Berg, Petter A. 2002. <i>Coaching: hvordan beholde og utvikle selgere</i> . 2. utg. Oslo: Cappelen akademisk. ISBN: 82-02-21787-3. (360 s) Pris: 398,- Yeoman, Ian, Anthony Ingold og Una McMahon-Beattie. 2000. <i>Yield management: strategies for the service industries</i> . 2. ed. London: Continuum. ISBN: 0-8264-4825-9. (345 s) Pris: 451,-
12. Anbefalt litteratur	Artikler og lignende som blir utdelt i timene.