

EMNEBESKRIVELSE

SRM2100 Sales and Revenue Management

1. Studium/studier	Bachelor i Hotelledelse Bachelor i Reiselivsledelse
2. Studieår/semester	2.studieår - 4.semester
3. Studiepoeng	30
4. Emneansvarlig	Høyskolelærer Henning Friberg
5. Antall timer	150 timer
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse.
7. Mål	<p>Emnet skal gi studentene innsikt og forståelse i hvordan salg og revenue management er, og hvordan dette kan anvendes i hotell- og reiselivsnæringen.</p> <p>Det er et overordnet mål at studentene har kunnskap om hvordan salg og revenue management kan påvirke den økonomiske utviklingen til hotell- og reiselivsbedrifter.</p> <p>Studentene skal etter endt kurs være i stand til å planlegge, målsette og gjennomføre salgsaktiviteter, forstå hvordan revenue management fungerer i hotell- eller reiselivsbedrifter samt besitte grunnleggende kunnskap om salgsledelse.</p>
8. Innhold	<p>Emnet er delt opp i 2 hovedområder:</p> <ul style="list-style-type: none">• Salg og salgsledelse• Revenue Mangement <p>Salg og salgsledelse omhandler:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kjøpsadferd i forbrukermarkedet, det private industrielle markedet og i det offentlige markedet• Sammenhengen mellom markedsføring og salg• Sentrale suksessfaktorer for ett vellykket salgsarbeid• Organisering av salgsarbeid• Salgsprosessen og salgsteknikker

	<ul style="list-style-type: none"> • Juridiske forhold knyttet til salg • Rekruttering og utvelgelse • Motivasjon og trening • Organisering av salg • Budsjettering og prognoser • Key account management <p>Revenue Management omhandler:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revenue Management-prinsipper og modeller • Organisering av revenue management avdelingen. • Ansvars- og myndighetsområder til revenue manager • Implementering av revenue management • Case-studier fra hotell- og reiselivsbransjen • Kvantitetsbasert revenue management • Kapasitetskontroll, modeller og metoder • Strategisk prising, teori og modeller • Dynamisk prising • Kundens adferdsmønstre og respons. Markedsrespons i forhold til innføringen av revenue management • Kundens innvendinger – priselastisitet
9. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal i løpet av emnet gjennomføre to prosjektoppgaver som også presenteres i klassen.
10. Evaluering	<p>To deleksamener i form av prosjektoppgaver som hver teller 20 % av karakteren i emnet. Prosjektoppgavene gjennomføres i grupper på inntil tre studenter.</p> <p>Veiledning ved prosjektoppgaver bookes på lister håndtert av emneansvarlig.</p> <p>Slutteksamen som er en individuell skriftlig eksamen som teller 60 % av karakteren i emnet. Spørsmål vil kunne bli trukket fra hele pensum. Studenten skal selvstendig kunne presentere og drøfte sentral teori fra hele pensum.</p>
11. Pensumlitteratur	Capon, Noel. 2001. <i>Key Account Management and Planning. The comprehensive handbook for managing your company's</i>

	<p><i>most important strategic asset</i>. New York: The Free Press, Simon & Schuster, Inc. ISBN: 0-7432-1188-X. (462 s.) (Utsolgt fra forlaget. Er trykket opp som kompendium og kan kjøpes på Norli) Pris: 299,-</p> <p>Ingold, Anthony (red), Ian Yeoman (red.) og Una McMahon-Beattie. 2001. <i>Yield Management. Strategies for the service industry, (2 edition)</i>. London: Thomson Learning. ISBN: 978-0-8264-4825-5. (342 s.). Pris: 473,-</p> <p>Jobber, David, og Geoffrey A. Lancaster , 2009. <i>Selling and Sales Management (8th edition)</i>.Essex: Pearson Education. ISBN: 978-0-273-72065-2. (532 s.). Pris: 440,-.</p> <p>Nagle, Thomas T, og John Hogan, 2006. <i>The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably (4th Edition)</i>. New Jersey: Pearson Education, Inc. ISBN: 0-13-185677-4. (347 s.). Pris: 705,-.</p> <p>Talluri, Kalyan T. og Garrett J. Van Ryzin. 2005. <i>The Theory and Practice of Revenue Management</i>. New York: Springer Science + Business Media, Inc. ISBN:. 978-0-3872-4376-4 (746 s.). Pris: 936,-.</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Johnston, Mark W. og Greg W. Marshall. 2008. <i>Churchill, Ford, Walker's Sales Force Management (9th edition)</i>.New York: McGraw-Hill Irwin. ISBN: 978-0-07-128805-7. (512 s.). Pris: 484,-.</p>