



EMNEBESKRIVELSE
REM2100 Revenue Management
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Reiselivsledelse
2. Semester	3.semester
3. Studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Høyskolelærer Henning Friberg
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Studenten skal etter endt emne ha kunnskap om hvilke inntektsmuligheter riktig bruk av Revenue Management gir. Salgsprosessene og markedsføringen i reiselivsbransjen påvirkes av praktiseringen av Revenue Management og studentene skal kunne se sammenhengene mellom disse kompetanseområdene. Studentene skal ha kunnskap om hvordan Revenue Management fungerer i en reiselivsorganisasjon samt hvilke arbeidsoppgaver, myndighet og ansvarsområder stillingen som Revenue Manager innebærer.</p> <p>Ferdigheter Studenten skal etter endt emne kunne redegjøre for Revenue Management på et strategisk nivå og kunne bidra faglig ved implementering av Revenue Management i en reiselivsbedrift.</p> <p>Generell kompetanse Studenten skal etter endt emne forstå hva Revenue Management er og hvordan samspeilet mellom ulike fagområder som drift, salg og markedsføring er avgjørende for å sikre tilfredsstillende utbytte av Revenue Management. Studenten skal kunne gjøre rede for etiske prinsipper som påvirker utførelsen av Revenue Management og ha kunnskap om hvordan fagområdet påvirker kundens tilfredshet og lojalitet til reiselivsprodukter og tjenester.</p>
7. Innhold	<p>Revenue Management gir innsikt og forståelse i hva Revenue Management er og hvordan dette kan praktiseres i reiselivsnæringen. Emnet tar for seg grunnprinsippene i faget og forutsetningene for at Revenue Management skal kunne benyttes. Revenue Management omhandler:</p> <ul style="list-style-type: none">• Revenue Management historisk utvikling• Revenue Management prinsipper og modeller• Organisering av Revenue Management avdelingen.• Ansvars- og myndighetsområder til Revenue Manager• Implementering av Revenue Management

Vedtatt i UUV-sak 78/14
Gjelder for studieåret 2014-15

	<ul style="list-style-type: none">• Distribusjonskanaler og revenue management• Strategisk prising, teori og modeller• Eterspørselsprognoser• Kundens adferdsmønstre og respons. Markedsrespons i forhold til innføringen av Revenue Management• Kundens innvendinger – priselastisitet• Ulike case studier fra reiselivsbransjen
8. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal gjennomføre en prosjektoppgave som også presenteres i klassen.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Revenue Managers for to av Skandinavias største hotellkjeder. Disse er relevante fagressurser fra reiselivsbransjen og vil bidra som eksterne foredragsholdere underveis i faget.
10. Vurdering	Hjemmeeksamen/prosjekt over 2-12 uker, som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt. Skriftlig individuell tre (3) timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	Hayes, David K. og Allisha Miller. 2010. <i>Revenue Management for the Hospitality Industry</i> . Hoboken, N.J.: Wiley. ISBN 9780470393086. Sider: 512. Pris ca. 479,- Nagle, Thomas T., John E. Hogan og Joseph Zale. 2011. <i>The strategy and tactics of pricing: A guide to growing more profitably</i> . 5. utg. New Jersey: Pearson Education, Inc. ISBN: 9781292023236. Sider: 347 Pris ca. 698,- Samlet sidetall: 859
12. Anbefalt litteratur	Ingold, Anthony, Una McMahon-Beattie og Ian Yeoman. 2000. <i>Yield management: Strategies for the service industries</i> . 2. utg. London: Thomson Learning. ISBN: 9780826448255. Sider: 345.

¹ Med forbehold om prisendringer.