



EMNEBESKRIVELSE
SAR3100 Sales and Revenue Management II
 Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Hotelledelse (BAH3)
2. Semester	5.semester
3. Studiepoeng	7,5 stp
4. Emneansvarlig	Høyskolelærer Henning Friberg
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Emnet bygger videre på kunnskap ervervet i Sales and Revenue Management 1 som er en grundig introduksjon til fagområdet. Studenten skal etter endt emne ha bred kunnskap om hvilke inntektsmuligheter riktig bruk av Revenue Management gir. Studentene skal se sammenhengene mellom kompetanseområdene salg, markedsføring og revenue management som instrumenter for inntektsoptimering i hotell- og reiselivsbransjen.</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. I tillegg skal studentene kunne bidra faglig i spørsmål tilknyttet prising av produkter og tjenester i hotell- og reiselivsbransjen men spesiell vekt på spørsmål tilknyttet verdibasert og dynamisk prising.</p> <p>Generell kompetanse Studenten skal etter endt emne forstå hvordan Revenue Management påvirker ulike fagområder som drift, salg og markedsføring i arbeidet med å sikre tilfredsstillende økonomiske resultater for bedriften. Kompetanse tilknyttet verdibasert prising av produkter og tjenester i hotell- og reiselivsbransjen står sentralt i dette emnet.</p>
7. Innhold	<p>Revenue Management II gir innsikt og forståelse i hvordan Revenue Management utøves i hotell- og reiselivsbransjen. Emnet bygger videre på grunnprinsippene for fagområdet som er behandlet i emnet Sales & Revenue Management I.</p> <p>Salg og salgsledelse som instrument for revenue management behandles særskilt i dette emnet og knyttes sammen med kunnskap om hvordan utøvelsen av revenue management kan påvirke</p>

	<p>lønnsomheten til bedriften. Kunnskap om strategisk prising av produkter og tjenester i hotell- og reiselivsbransjen står sentralt. Sales and revenue management 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 • Juridiske forhold knyttet til salg • Rekruttering og utvelgelse • Motivasjon og trening • Organisering av salg • Budsjettering og prognoser • Key account management • Implementering og drift av revenue management • Kapasitetskontroll, modeller og metoder • Prisstrategier • Pris og verdikommunikasjon, verdibasert prising • Strategisk prising, teori og modeller • Dynamisk prising • Prising og konkurransesituasjoner • Case studier fra hotell og 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	Det legges vekt på at faget har nærhet til aktuelle bransjer som praktiserer revenue management. Relevante fagressurser fra reiselivsbransjen vil bidra som eksterne foredragsholdere underveis i faget.
10. Vurdering	<p>Hjemmeeksamen/prosjekt over 2-12 uker som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.</p> <p>Skriftlig individuell tre timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur ¹	Jobber, David. 2012. <i>Selling and Sales Management</i> . 9. Utg. Essex: Pearson Education. Kap. 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 17. ISBN: 9780273762652. Sider: 410. Pris: 450,-

¹ Med forbehold om prisendringer.

	<p>Nagle, Thomas T. og John Hogan.2010. <i>The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably</i>.5. utg. New Jersey: Pearson Education, Inc. ISBN: 9780132546133. Sider: 347. Pris: 630,-</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Hayes, David K. og Miller, Allischa. 2010. <i>Revenue Management for the Hospitality Industry</i>. Wiley. ISBN 10: 0470393084.</p> <p>Johnston, Mark W. og Greg W. Marshall. 2011. <i>Churchill, Ford, Walker's Sales Force Management</i> 10. Utg. New York: McGraw-Hill Irwin. ISBN: 978-0-07-122091-0.</p>