



EMNEBESKRIVELSE
SAR3200 Sales and Revenue Management III
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Hotelledelse
2. Semester	6. semester
3. Studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Høgskolelærer Henning Friberg
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Revenue Management III bygger videre på grunnleggende kunnskap fra Revenue Management I og II. Studenten skal etter endt emne ha bred kunnskap om hvilke inntektsmuligheter riktig bruk av Revenue Management gir. Studenten skal se de strategiske sammenhengene mellom kompetanseområdene salg, markedsføring og Revenue Management som instrumenter for inntektsoptimering i hotell- og reiselivsbransjen. Utøvelsen av Revenue Management i ulike deler av Hospitality-bransjen omhandles spesielt.</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 dette emnet legges det spesielt vekt på at kunnskapen skal kunne anvendes til implementering av Revenue Management i ulike type bedrifter innen Hospitality-bransjen. Eksempler på dette er hotell, restaurant, bilutleie, transport og ulike typer Event/arrangementer.</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. Økt kompetanse tilknyttet anvendelse av Revenue Management i ulike deler av Hospitality-bransjen står sentralt.</p>
7. Innhold	Revenue Management III bygger videre på grunnleggende kunnskap fra Revenue Management I og II. Utøvelsen av Revenue Management i ulike deler av Hospitality-bransjen omhandles spesielt. Det jobbes derfor med aktuelle Revenue Management cases fra ulike deler av Hospitality bransjen. Sentrale temaer er:

	<ul style="list-style-type: none"> - Case-studier på anvendelse av Revenue Management fra ulike typer fagretninger innen Hospitality-bransjen så som hotell, Food & Beverage, biluteie, transport (båt, fly), cruise og Events/arrangementer. - Anvendelse av strategisk prising i Revenue Management - Kundens reaksjoner på praktiseringen av Revenue Management - Channel Management. Strategisk ledelse og forvaltning av distribusjonskanaler.
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 emnet 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 (3) timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Hjelpemiddel tillatt: Enkel kalkulator¹.</p>
11. Pensumlitteratur ²	<p>Hayes, David K. og Miller, Allischa. 2010. <i>Revenue Management for the Hospitality Industry</i>. London: Wiley. ISBN: 9780470393086 Sider: 528. Pris: 448,-</p> <p>Yeoman, Ian og McMahon, Una. 2004. <i>Revenue Management and Pricing: Case Studies and Applications</i>. Boston: Cengage Learning EMEA. ISBN: 9781844800629 Sider: 232. Pris: 418,-</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Nagle, Thomas T, 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. Sider: 347.</p> <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.</p>

¹ Oppdatert 12.03.14.

² Med forbehold om prisendringer.