

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Gastronomía		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Derecho, Empresa y Gobierno		
Asignatura:	Gestión de Resultados		
Tipo:	Optativa	Créditos ECTS:	6
Curso:	4	Código:	1491
Periodo docente:	Octavo semestre		
Materia:	Administración de Hoteles y Restaurantes		
Módulo:	Disciplinar		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		
Equipo Docente	Correo Electrónico		
María del Carmen Domínguez Pérez	carmen.dominguez@ufv.es		

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura se enfoca en el correcto análisis y uso de las diferentes herramientas e indicadores para optimizarlas ganancias y los resultados económicos, en los cambiantes y dinámicos escenarios a los que la industria se enfrenta hoy en día.

Esta asignatura se centra en la importancia del correcto análisis de los indicadores y utilización de las diferentes herramientas disponibles en el mercados, para optimizar los ingresos y los resultados económicos, en los diferentes y cambiantes escenarios, a los que se enfrenta la industria hotelera en la actualidad. Los profesionales del sector hotelero necesitan basarse en datos para tomar decisiones, ya que están inmersos en un entorno global,

competitivo y tecnológicamente cambiante. Entender el mercado y la competencia, y aprender a utilizar las diferentes herramientas, es fundamental para desarrollar, implementar y evaluar una estrategia de pricing. La implementación de estrategias de éxito, permite a las empresas optimizar los resultados económicos para de este modo, contribuir al desarrollo y bienestar de los destinos turísticos, así como proporcionar oportunidades de trabajo a sus ciudadanos y preservar el medio ambiente. Las herramientas y técnicas de Revenue Management ayudan a predecir la demanda y a optimizar el inventario y la disponibilidad de tarifas con el objetivo de maximizar el crecimiento de los ingresos tomando decisiones proactivas en lugar de reactivas. Esta asignatura ayudará a los estudiantes a comprender cómo utilizar los datos sobre comportamiento del consumidor, y las herramientas de marketing, que han adquirido en cursos anteriores y cómo cada decisión tomada, afecta a la cuenta de pérdidas y ganancias que han aprendido en la asignatura de contabilidad de costes. La viabilidad económica y la sostenibilidad son clave para el desarrollo de un destino turístico y la mejora de la vida de sus ciudadanos, principalmente en países en vías de desarrollo que emergen como destino turístico. El objetivo de esta asignatura es dotar al alumno de los conocimientos necesarios para tomar las mejores decisiones con el fin de mejorar la rentabilidad y hacer viable el negocio en el medio y largo plazo. Proporcionándole conocimiento sobre las distintas herramientas que hay en el mercado y que deben permitirle analizar la información a su alcance, sobre la situación y evolución de la demanda, de las tendencias del mercado, del entorno, la situación económica global, los competidores, etc. También se pretende que comprendan que una industria, tan intensiva en mano de obra como la hotelera, conlleva la responsabilidad sobre los medios de subsistencia de los trabajadores, especialmente en una coyuntura económica desfavorable.

OBJETIVO

Los alumnos aprenderán a interpretar los diferentes escenarios y a desarrollar estrategias básicas de Revenue Management, relacionadas con el forecasting, el benchmarking, la segmentación, las decisiones de pricing, la gestión de inventarios y las ventas. También se familiarizarán con los conceptos, herramientas e indicadores más importantes en este campo de estudio

Los fines específicos de la asignatura son:

Entender cómo afecta la gestión de los ingresos a la cuenta de resultados y cómo medir el rendimiento de una unidad de negocio.

Proporcionar al alumno los conocimientos necesarios para gestionar correctamente los precios y el inventario con el fin de maximizar el beneficio de la organización, así como la percepción de valor por parte del cliente.

Aprender a hacer un uso preciso de la información, para entender el mercado y ajustar los productos mediante el correcto uso de los diferentes canales de venta, vendiendo la habitación adecuada, al cliente adecuado, en el momento adecuado, al precio adecuado en el canal de distribución adecuado y con la mejor eficiencia del gasto en comisiones.

Familiarizarse con las herramientas e indicadores de gestión que permitirán al alumno obtener y analizar la información necesaria para la mejor toma de decisiones en cuanto a precios, canales de distribución y gestión del inventario.

Entender cómo el uso de diferentes canales de distribución nos permite acceder a diferentes segmentos de mercado, ofreciendo una rentabilidad potencial distinta.

Aprender a elegir el canal o canales de distribución adecuados, en función del producto, la situación del mercado, la temporada, el entorno empresarial, los competidores y los objetivos de la empresa.

Entender la importancia de estar al día en los avances tecnológicos que pueden revolucionar el sector y cambiar radicalmente las habilidades y conocimientos de los futuros profesionales del sector.

Comprender la importancia de la supervivencia de las empresas en tiempos de recesión económica y la conservación de los puestos de trabajo.

Comprender cómo la ética se relaciona directamente con la la gestión de resultados: la ética en el liderazgo, la ética de los empleados y los beneficios de la ética empresarial. Conocer qué es la RSC.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se requiere un buen conocimiento de materias como marketing y contabilidad de costes, para poder contextualizar los contenidos de este curso, dentro de una comprensión global del proceso de toma de decisiones relacionado con el Revenue Management. Se requiere comprensión lectora, en español e inglés, suficiente para poder comprender lecturas complementarias de temas de actualidad relacionados con la asignatura que se proporcionarán a los alumnos según su idioma de publicación.

CONTENIDOS

- 1.- Introducción al Revenue Management. Historia y orígenes.
- 2.- Indicadores clave de desempeño (KPI's) en la industria hotelera. Modelo de contabilidad analítica USALI. El cuadro de mandos.
- 3.- Conocimiento del cliente y comportamiento del consumidor. Cómo definir el producto hotelero y la propuesta de valor.
- 4.- Segmentación del mercado.
- 5.- Los fundamentos de la distribución hotelera. Gestión de los canales de distribución.
- 6.- Marketing on line y Google Analytics.
- 7.- Forecasting y Benchmarking.
- 8.- Gestión de precios e inventarios. Gestión de la demanda.
- 9.- Herramientas, tácticas y recursos de Revenue Management.
- 10.- Up-selling y Cross-selling.
- 11.- El impacto de la IA y las nuevas tecnologías en la industria Hotelera
- 12.- Gestión de riesgos y contingencias en el sector
- 13.- La ética en los negocios. La responsabilidad social corporativa (RSC)

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lección magistral sobre los conceptos clave de la asignatura, acompañadas de un debate crítico con los alumnos. Trabajo colaborativo: los alumnos recibirán lecturas y verán videos sobre temas actuales relacionados con la asignatura y en pequeños grupos discutirán la información y los datos proporcionados y propondrán estrategias o expondrán sus conclusiones. Aprendizaje basado en problemas. Resolución de ejercicios, que requerirán la recopilación y el análisis de la información y los datos. Presentaciones en grupo. Un grupo de alumnos trabajará sobre un concepto clave de la asignatura que tendrán que contextualizar y explicar a sus compañeros. Flipped classroom. Los alumnos escucharán, a profesionales del sector hablar sobre su realidad profesional en el día a día, para después, debatir y profundizar en los temas expuestos y así crear oportunidades de aprendizaje significativo

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clase magistral 35h	Estudio teórico y práctico 45h

- Aprendizaje basado en problemas 15h
- Trabajo en equipo y presentación en público. 5h
- Exámenes y tests 5h

Lecturas y búsqueda de información 25h
 Trabajo en equipo 10h
 Flipped classroom 10h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Asumir un compromiso ético personal e institucional en el trabajo

Desarrollar las competencias profesionales de humildad en el trabajo, constancia en la práctica, orden y disciplina, autocrítica objetiva y espíritu de superación

Reconocer la importancia de las dimensiones sociales y medioambientales de su ejercicio profesional y empresarial, y de la necesidad de un código deontológico profesional

Saber trasladar la teoría y conocimientos adquiridos a realidades y acciones prácticas

Adoptar una actitud de avidez intelectual, interés científico y búsqueda del saber y la verdad en su desempeño profesional y personal

Competencias específicas

Entender y saber mantenerse actualizado acerca de la realidad del entorno, necesidades, mercado y aplicaciones



del sector gastronómico, hotelero y de las artes culinarias

Saber interpretar los estados financieros de la empresa, evaluar y gestionar costes como herramientas para la toma de decisiones

Considerar siempre al cliente como la razón de ser de la empresa

Capacidad de organizar las acciones comerciales y promocionales de la empresa buscando la calidad como derecho del cliente y ventaja competitiva de marketing.

Desarrollar las destrezas de comunicación interpersonal y grupal y comprender el proceso de su aplicación en el ámbito de la empresa y sus recursos humanos, en dirección general y de funciones, departamentos y proyectos en el sector

Conocer y saber relacionar entre sí todas las áreas funcionales de la empresa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

A través de clases magistrales y del estudio individual de bibliografía adicional, el alumno es capaz de comprender los conceptos teóricos fundamentales en el ámbito del revenue management en empresas hoteleras, indicadores, análisis, previsión, segmentación y cuestiones éticas

A través de la utilización práctica, de los conocimientos obtenidos en clase, el alumno comprende que los resultados económicos de la empresa dependen de muchos factores internos y externos, que interactúan entre sí.

A causa de la necesidad de combinar la contribución individual de los alumnos, para la realización del trabajo colaborativo, el estudiante aprende que trabajar en equipo, amplía y potencia el impacto de la contribución individual

A través de las clases y de la puesta en común de las conclusiones obtenidas en la realización del trabajo en equipo, los alumnos serán capaces de establecer estrategias de gestión de ingresos y de fijación de precios para asignar la tarifa adecuada al cliente adecuado, al precio adecuado y en el momento adecuado.

A través de las clases magistrales, las lecturas y la investigación, el estudiante se familiarizará con las herramientas informáticas que ayudan a analizar la información y a tomar las mejores decisiones tanto tácticas como estratégicas.

Con el apoyo de las tutorías, el estudiante progresa con su propia fuerza de voluntad y esfuerzo a través del compromiso con el trabajo intelectual y práctico

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Se aplicará un sistema de evaluación continua, donde el peso de cada apartado será previamente comentado a la clase.

Para aprobar el curso a través de este proceso continuo, el alumno deberá asistir y participar regularmente en



todas las actividades.

Alumno de primera matrícula.

Para aprobar la asignatura en convocatoria ordinaria el alumno deberá obtener al menos una nota de 5 en el examen escrito individual. En este caso, el esquema de evaluación es el siguiente:

- Examen final: 60%.

- Tareas individuales (ejercicios en el aula virtual, test de conocimiento sobre los temas tratados, presentaciones en clase): 20%

- Trabajo en equipo 10%.

- Participación e implicación 10% (los alumnos tendrán que asistir al menos a un 80% de las clases para obtener este 10%) .

En convocatoria extraordinaria desaparece el requisito de aprobar la evaluación continua, se hará media con el examen final siempre que éste tenga una nota de 5 o superior. Los porcentajes de participación e implicación así como de trabajo en equipo no serán revaluables.

Alumnos con dispensa académica Los alumnos que por una causa justificada (problemas de salud o cualquier otra cuestión relevante y siempre con el acuerdo y el visto bueno del director académico) no puedan asistir a las clases programadas se calificarán de la siguiente manera

- Pruebas, exámenes parciales y finales: 70%.

- Proyecto final individual 30%.

Los alumnos de segunda o posteriores matrículas podrán optar por cualquiera de los dos sistemas anteriores, previo aviso al profesor al comenzar el semestre. En ningún caso el alumno podrá superar la asignatura aprobando un único examen.

El sistema de evaluación se ha diseñado para que el alumno trabaje de una manera regular y constante durante la duración de toda la asignatura. Esto implicará que, para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria, se tendrá en cuenta la regularidad en el trabajo, y el examen y demás actividades de esta convocatoria tendrán el nivel de exigencia que permita confirmar que se han alcanzado los mínimos equiparables a los conseguidos por el alumno que ha trabajado a lo largo del semestre.

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Dave Roberts Hotel Revenue Management 2022

Diego de Ponga El arte del revenue 2023

David K. Hayes, Joshua D. Hayes, Peggy A. Hayes Revenue Management for the Hospitality Industry 2021

TALÓN, P., GONZÁLEZ, L. and SEGOVIA PÉREZ, M. Yield revenue management en el sector hotelero. 2012

Complementaria

Saurabh Kumar Dixit, Senthilkumaran Piramanaygam, Teaching Cases in Tourism, Hospitality and Events 2023

Akin Arikan Customer Experience Analytics How Customers Can Better Guide Your Web and App Design Decisions 2023

