

## IDENTIFICATION DETAILS

Degree:	Gastronomy		
Field of Knowledge:	Social and Legal Science		
Faculty/School:	Law, Business and Governance		
Course:	REVENUE MANAGEMENT		
Type:	Optional	ECTS credits:	6
Year:	4	Code:	1491
Teaching period:	Eighth semester		
Area:	Hotel and restaurant administration		
Module:	Discipline		
Teaching type:	Classroom-based		
Language:	Spanish		
Total number of student study hours:	150		

## SUBJECT DESCRIPTION

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.

## SKILLS

### Basic Skills

Students must have demonstrated knowledge and understanding in an area of study that is founded on general secondary education. Moreover, the area of study is typically at a level that includes certain aspects implying knowledge at the forefront of its field of study, albeit supported by advanced textbooks

Students must be able to apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and possess skills that can typically be demonstrated by coming up with and sustaining arguments and solving problems within their field of study

Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) in order to make judgments that include reflections on pertinent social, scientific or ethical issues

Students must be able to convey information, ideas, problems and solutions to both an expert and non-expert audience

Students must have developed the learning skills needed to undertake further study with a high degree of independence

### General Skills

To adopt a personal and institutional ethical commitment in the workplace.

To develop professional skills such as humility in the workplace, consistency in practice, tidiness and discipline, objective self-criticism and the spirit of achievement.

To recognise the importance of the social and environment elements of one's professional and business activity and of the need for a professional code of ethics.

To be able to apply the theory and knowledge acquired to real situations and practical actions.

To adopt an attitude of intellectual eagerness, scientific interest and the search for knowledge and truth in all professional and personal undertakings.

## Specific skills

To understand and know how to keep up to date on the current situation in the field of gastronomy: the needs, the market and the applications of the gastronomy, hotel and culinary arts sector.

To be able to interpret the financial statements of the company and to assess and manage costs as decision-making tools.

To always consider the customer as the *raison d'être* of the company.

An ability to organise the commercial and promotional activities of the company, seeking quality as a customer's right and as a competitive advantage of marketing.

To develop inter-personal and group communication skills and understand the process of their application in the company and among its workforce, in general and functional management, departments and projects in the sector.

To be familiar with and know how to inter-relate all functional areas of the company.

## DISTRIBUTION OF WORK TIME

CLASSROOM-BASED ACTIVITY	INDEPENDENT STUDY/OUT-OF-CLASSROOM ACTIVITY
60 hours	90 hours