

Revenue Management i besöksnäringen

150 Yh-poäng (distans, halvfart)

Rätt kompetens i rätt tid - det här är en utbildning som efterfrågas av besöksnäringen. Revenue Management handlar om att ta kontroll över utbud och efterfrågan och på detta sätt öka företagets lönsamhet. Arbetsuppgifterna genomförs i nära samarbete med det kommersiella teamet där det ingår försäljning, marknadsföring och distribution. Du får en spetskompetens för en yrkesroll där du genom omvärldsbevakning och varierande marknadsförutsättningar utformar företagets prissättningsstrategier. Utbildningen bygger på tidigare arbetslivserfarenhet och studierna parallellt med nuvarande arbete gör att du får möjlighet att omsätta dina förvärvade kunskaper direkt.

Utbildningen rymmer alla viktiga kunskapsområden inom Revenue Management för ditt fortsatta yrkesliv. Det pedagogiska upplägget och innehållet i kursplanerna ger ett helhetsperspektiv på de olika delarna i den komplexa yrkesrollen. Efterfrågan på personal med analytisk förmåga, kommersiell och ekonomisk kunskap samt teknisk kompetens är stor i besöksnäringen. Hotell, restauranger, rederier, flygbolag, biluthyrningsföretag och nöjesetablissemang är exempel på företag som tillämpar Revenue Management.

LEDNINGSGRUPPEN. Ledningsgruppen som är ansvarig för utbildningens utformning består av representanter från Secret Escape, Pingvinen AB, Taktikon, Swebus, Scandic Hotels, MTR Express, Swedavia Airports, Stockholmsmässan, Frans Schartaus Handelsinstitut samt representanter för studenterna. Ledningsgruppen följer, utvärderar och reviderar utbildningen kontinuerligt.

STUDERANDEINFLYTANDE. Representanter från de studerande deltar i pedagogiska råd tillsammans med lärarlaget. I ledningsgruppen för utbildningen deltar två studeranderepresentanter.

KVALITETSSÄKRING AV UTBILDNINGEN. Varje genomförd kurs utvärderas med enkäter. Vid kursstart diskuterar läraren och klassen igenom vilka förväntningar de studerande har på den kommande kursen och resultaten av utvärderingarna ska återkopplas till ledningsgruppen och de studerande.

INNEHÅLL. Utbildningen omfattar 150 Yh-poäng där 5 poäng motsvarar två veckors deltidsstudier.

- Distribution och Channel Management 20 p
- Ekonomi i besöksnäringen 25 p
- Introduktion i Revenue Management 10 p
- Kalkylering 15 p
- Marknadsföring och försäljning 30 p
- Omvärldskunskap 10 p
- Projekt inom Revenue Management 15 p
- Revenue Management 25 p

UTBILDNINGENS GENOMFÖRANDE. Utbildningen omfattar 150 Yh-poäng och ges på distans och halvfart. Den skolförlagda undervisningen sker två till tre sammanhängande dagar per månad. Studier på övrig tid sker via digital media. Delar av utbildningen är på engelska.

BEHÖRIGHETSKRAV. För att kunna antas till utbildningen ska du ha grundläggande behörighet för yrkeshögskolestudier. Inkl. Svenska 1/A, Engelska 5/A, Matematik 1/A och gymnasiearbete.

Läs mer om grundläggande behörighet på yrkeshögskolans hemsida: <https://www.yrkeshogskolan.se/om-yrkeshogskolan/ansokan-och-antagning/>

Du ska även ha en särskild behörighet genom Svenska/Svenska som andra språk kurs 2/B, Engelska 6/B och Matematik 2/B (eller motsvarande kompetens från tidigare gymnasieutbildningar och/eller utländsk utbildning) samt yrkeslivserfarenhet på heltid motsvarande två år efter avslutade gymnasiestudier från restaurang, hotell, turism eller kvalificerat/ansvarsposition inom övriga servicebranscher.

STUDIEMEDEL. Utbildningen berättigar till studiemedel. För mer information kontakta CSN.

Frans Schartaus Handelsinstitut

Revenue Management i besöksnäringen, 150 Yh-poäng (distans, halvfart)

UTBILDNINGENS INNEHÅLL

DISTRIBUTION OCH CHANNEL MANAGEMENT (20 p)

Kursen ger kunskap om begrepp och definitioner gällande distribution av tjänster och produkter via olika kanaler, samt hur olika distributionskanaler hänger samman och deras geografiska tillhörighet. Kunskap om IT-lösningar, stödsystem, Intranät och Extranät som effektiviserar arbetet ingår. De studerande får förståelse för hur prisoptimering görs av tjänster och produkter i de olika distributionsleden samt hur man för olika ändamål väljer rätt kanal. Vikt läggs vid att kunna beräkna distributionskostnaderna i relation till intäkter samt att få kunskap om strategier för hur man styr bokningar till bäst lämpad webbplats. Kontroll och uppföljning av det egna och konkurrenternas utbud i distributionskanalerna är en viktig del.

EKONOMI I BESÖKSNÄRINGEN (25 p)

Med utgångspunkt från företagsekonomiska begrepp, grunder och definitioner ger kursen kunskap och färdigheter i lönsamhetsbedömning. Den ger förståelse för budgetering och budgetprocesser samt vilka faktorer som påverkar resultatet. De studerande får kännedom om ekonomistyrning, viktiga nyckeltal i verksamheten och prognostisering. Att kunna tolka ekonomiska rapporter samt bedöma effekten av olika prissättningsstrategiers påverkan på resultatet ingår.

INTRODUKTION TILL REVENUE MANAGEMENT (10 p)

I kursen ingår en historisk tillbakablick över Revenue Managements utveckling inom tjänstesektorn. De studerande får kunskaper om begrepp, definitioner och lär sig om hur Revenue Management tillämpas i flera branscher. De får inblick i betydelsen av god prognostisering och hur olika köpbeteenden kan påverka efterfrågan. De studerande tillämpar praktiskt olika strategier i ett spel för att se vilka faktorer som leder till framgång och gör en analys av utfallet.

KALKYLERING (15 p)

Syftet med kursen är att de studerande ska kunna använda kalkylsystem, som verktyg vid arbete med prognostisering, kalkylering, lönsamhetsmätning, uppföljning samt framtagning av nyckeltal. Förutom att göra branschanpassade beräkningar lär sig de studerande formatering av celler, makron och konsolidering anpassat till besöksnäringen och att skapa samt hantera databaser för statistik och beslutsunderlag. De producerade underlagen ska presenteras på ett lättförståeligt sätt.

MARKNADSFÖRING OCH FÖRSÄLJNING (30 p)

Kursen ger kunskap om tjänstemarknadsföring samt olika metoder för extern marknadsföring och affärsstrategier. En genomgång görs av hur marknadsplanens upplägg och innehåll påverkar affärs mål, prissättning och budget

liksom metoder för utvärdering, uppföljning och hur en optimal affärsmix uppnås. Kursen ger kunskaper om hur företagets närvaro i olika medier påverkar befintliga och framtida kunder samt hur företaget hanterar recensioner digitalt. Prissättningens betydelse studeras utifrån val av kanal, effekt på varumärket och det upplevda värdet. Ansvar och inflytande i processerna vid försäljning och förhandling, och påverkan utifrån valda prisstrategier är moment som behandlas.

OMVÄRLDSKUNSKAP (10 p)

Målet med kursen är att ge de kunskaper som behövs för att kunna identifiera och analysera de förhållanden som påverkar besöksnäringens utveckling och framtid. Ur ett makroperspektiv diskuteras politiska faktorer, socioekonomiska förutsättningar, lagar och regler, trender och tendenser och hur dessa faktorer styr verksamheten. De studerande utvecklar färdigheter i att tolka rapporter och annat material samt lär sig använda adekvat information för att dra de slutsatser som krävs för en såväl kort- som långsiktig marknadsanpassning. Teorier går igenom liksom miljömässiga faktorer samt hur man urskiljer och bedömer direkt och indirekt konkurrens.

PROJEKT INOM REVENUE MANAGEMENT (15 p)

I kursen ingår att i mindre grupp identifiera och formulera en fråge- eller problemställning med relevans för professionen och yrkesområdet. En praktisk tillämpning eller undersökning genomförs därefter inom aktuellt område, de studerande väljer lämplig teoretisk utgångspunkt, modell eller perspektiv samt relevant metodiskt tillvägagångssätt. Data samlas in och bearbetas för att sedan analyseras. Uppslag och idéer till projektarbetet hämtas från kontakter inom besöksnäringen. Arbetet dokumenteras skriftligt och redovisas muntligt, granskning och opposition ingår. Kursen leder till kunskapsutveckling i professionen och yrkesområdet och utförs med stöd av kunskaper från tidigare i utbildningen genomförda kurser.

REVENUE MANAGEMENT (25 p)

Kursen ger god förståelse om Inventory Management, Total Revenue Management och Profit Management samt kunskaper för att kunna ta kommersiella beslut utifrån analyser av konkurrentrapporter. De studerande gör prognoser utifrån köpbeteenden och tränas i att ta kontroll på efterfrågan. Kursen ger kunskap om både nationella och internationella marknader, olika segmenten och beteenden. Kunskap om hur avtal och kampanjer påverkar företaget belyses och vikten av att utifrån dessa kunna fatta beslut om och implementera olika strategier. Särskild uppmärksamhet riktas mot att företagets strategiska prissättningsarbete ska upplevas som pålitligt, trovärdigt och hållbart mot marknaden i ett längre perspektiv.