

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 1	<p><b>Tema 1. Fundamentos de las técnicas de <i>Revenue Management</i></b></p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. <i>Birgerjarl model. Business Revenue Intelligence</i></p> <p>1.3. Diagrama de gestión comercial. <i>Revenue Management</i></p> <p>1.4. La oferta, la demanda y su gestión</p> <p>1.5. Matriz de productos. Servicios. Herramienta de estrategia básica</p>	<p><b>Asistencia</b> a dos sesiones presenciales virtuales a lo largo del curso (0,15 puntos cada una)</p> <p><b>Caso práctico:</b> Análisis TOP 30. Cuotas y BGC (3 puntos)</p> <p><b>Test</b> tema 1</p>
Semana 2	<p><b>Tema 2. Herramientas del <i>Revenue Management</i></b></p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Más allá del <i>competitive set (compset). Benchmarking</i></p> <p>2.3. Canal de distribución. Herramientas de <i>market share report &amp; distribution</i></p> <p>2.4. Precio. Patrón de demanda por día de la semana</p> <p>2.5. Conclusiones</p>	<p><b>Actividad:</b> STR (2 puntos)</p> <p><b>Test</b> tema 2</p>
Semana 3	<p><b>Tema 3. El <i>forecasting</i> como herramienta del control de la disponibilidad</b></p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. La ciencia en la gestión de datos</p> <p>3.3. Herramienta de <i>forecasting. Over/underforecasting</i></p> <p>3.4. <i>Booking curve tool</i></p> <p>3.5. <i>Pick up tool</i> como indicador</p> <p>3.6. Herramienta de control de la disponibilidad</p> <p>3.7. Aplicación de precios diferenciales</p>	<p><b>Test</b> tema 3</p>
Semana 4	<p><b>Tema 4. Herramientas y técnicas RM para <i>online</i> y <i>offline</i></b></p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. Tipos de precios</p> <p>4.3. Herramientas y técnicas RM tácticas</p>	

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 5	<p><b>Tema 4. Herramientas y técnicas RM para <i>online</i> y <i>offline</i> (Continuación)</b></p> <p>4.4. Herramientas y técnicas RM estratégicas. El valor del cliente</p> <p>4.5. Distribución <i>online</i> y <i>offline</i></p> <p>4.6. Los diez principios de la gestión de precios</p>	<p><b>Trabajo final:</b> Análisis de escenarios de <i>Revenue</i> (4 puntos)</p> <p><b>Test</b> tema 4</p>
Semana 6	<p><b>Tema 5. <i>Overbooking</i> y grupos, <i>cross selling</i> y <i>up selling</i></b></p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. <i>Overbooking</i></p> <p>5.3. Grupos</p> <p>5.4. <i>Cross selling &amp; up selling</i></p> <p>5.5. Referencias bibliográficas</p>	<p><b>Test</b> tema 5</p>
Semana 7	<p><b>Tema 6. Herramientas y aplicaciones en el mercado</b></p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Principales aplicaciones <i>shopper</i>, RMS, o RMS propios</p> <p>6.3. El futuro de las <i>apps</i> del hotel</p> <p>6.4. Referencias bibliográficas</p>	<p><b>Test</b> tema 6</p>
Semana 8	<p><b>Tema 7. Conclusiones: herramientas y técnicas de <i>Revenue</i></b></p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. El enfoque estratégico</p> <p>7.3. El flujo del <i>Revenue</i></p>	
Semana 9	<p><b>Tema 7. Conclusiones: herramientas y técnicas de <i>Revenue</i> (Continuación)</b></p> <p>7.4. Estrategia de tarifa o construcción de tarifa</p> <p>7.5. Estrategia de ocupación o construcción de demanda</p> <p>7.6. Enfoque a precios dinámicos</p>	<p><b>Test</b> tema 7</p>

**NOTA**

Se consideran **período de repaso** los días comprendidos entre el 29 de marzo y 4 de abril del 2021.

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.