



Università degli studi di Cagliari
Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche

Titolo del seminario	LABORATORIO DI REVENUE MANAGEMENT
Settore Scientifico disciplinare di riferimento	P07 - ECONOMIA AZIENDALE P08 – MARKETING TURISTICO
Docente	Dott. Giorgio Moglioni – consulente aziendale presso http://www.francograsso.com/ Prof.ssa Patrizia Modica Prof. Giuseppe Melis
Semestre nel quale viene impartito	<u>Secondo semestre A.A. 2014/2015</u>
Crediti assegnati	3
Giorni, Orari, Aula:	Dal 12 maggio al 15 maggio 2015. Quattro giornate: due da 4 ore e due da 8 ore, dalle 9.00 alle 13.00, dalle 15.00 alle 19.00.
Prerequisiti	Essere iscritti al terzo anno del Corso di Laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici. Avere sostenuto gli esami di Economia aziendale e Marketing turistico
Obiettivi formativi	Conoscenza delle tecniche più efficaci di Revenue Management. Apprendimento dei concetti base, delle strategie e delle applicazioni pratiche del Revenue.
Contenuti	Durante le lezioni si parlerà di: <ul style="list-style-type: none">• Che cos'è il Revenue Management, storia e caratteristiche fondamentali;• il bilancio commerciale dell'azienda, punto di partenza delle strategie di vendita;• segmentazione della domanda e relativi piani tariffari;• il competitive set e il mercato dinamico;• Yield Management vs Revenue Management;• creazione di un Forecast, studio del suo funzionamento, archiviazione e condivisione;• strategie revenue: tariffe di partenza, quando e come modificare il prezzo di vendita, restrizioni e offerte speciali, coupon, cofanetti e gruppi d'acquisto;• le variabili distorsive;• lo spillage e lo spoilage;• overbooking ed oversale;• Rpt ed Rpo (Rifiuti per tariffa e Rifiuti per occupazione);• strategie di Revenue avanzate (up-selling, down-selling, cross-



	<p>selling);</p> <ul style="list-style-type: none">• gli strumenti indispensabili: PMS, Revenue Management software, Channel Manager;• gestione delle OTA: i principali canali di vendita on line e le loro caratteristiche di funzionamento;• Web Marketing Turistico Alberghiero;• vendite off line: telefonica, walk in, STAR (Sales Training for Agents in Reservation);• analisi, monitoraggio e amministrazione dei costi di gestione – Profit Management.
Metodo d'insegnamento	Lezioni frontali, esercitazioni in aula.
Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione	Sarà valutato il livello di apprendimento attraverso la realizzazione di un elaborato finale scritto.
Lecture consigliate	Franco Grasso (2012) , Oltre il Revenue, Hoepli. Franco Grasso (2006), Il Revenue Management Alberghiero, Hoepli.
Criteri di accesso	<p>Al Laboratorio sono ammessi 30 studenti iscritti al corso di EGST nell'anno accademico 2014/2015. Per poter presentare domanda è necessario avere già sostenuto positivamente l'esame di Marketing Turistico e l'esame di Economia Aziendale.</p> <p>Qualora il numero delle richieste sia superiore al numero dei posti disponibili si farà una graduatoria sulla base: a) della media degli esami, b) della media dei voti negli esami di economia aziendale e marketing turistico e c) in base al numero di CFU conseguiti</p>
Altre informazioni	