

## CURSO: [Revenue Management y Nuevas Tecnologías]

### Objetivos

Partiendo del título y del estado actual del mercado, entendemos que el objetivo general del curso será transmitir a los participantes las habilidades y los conocimientos, teóricos y prácticos, necesarios para establecer una estrategia de gestión y marketing orientado a los diferentes aspectos del **Revenue Management**, específicamente dirigido a la utilización de las nuevas tecnologías 2.0, incrementando su conocimiento y capacidad de gestión. Los objetivos principales:

- Entender el comportamiento del mercado actual (nuevos consumidores y nueva competencia).
- Revisar los antecedentes, la teoría básica y las implicaciones de las últimas tendencias en Revenue Management.
- Conocer toda la terminología asociada a la Web 2.0 y las nuevas herramientas aplicadas al Revenue Management.
- Conocer y ser capaces de utilizar las herramientas de marketing on-line y eCommerce más importantes para Revenue Management.
- Facilitar recursos disponibles en Internet para mejorar la comunicación, la información y la formación profesional.
- Estimular procesos de reflexión sobre las propias prácticas.

Para el desarrollo del curso hemos previsto la realización de una serie de prácticas (prácticamente la mitad del tiempo), por lo que será necesario disponer de un ordenador, acceso a Internet y una cuenta de correo permanentemente accesible para cada asistente.

### Objetivo pedagógico

El objetivo principal del curso es dotar a los participantes de la información y herramientas necesarias y suficientes para aplicación de técnicas de **Revenue Management utilizando herramientas 2.0** y que relacione e integre todas estas acciones con el Plan de Marketing corporativo.

A continuación se detalla el contenido.

## Contenido

- Cap. 01 | Introducción al Revenue Management.
- Cap. 02 | Términos, Elementos y Procesos del Revenue Management.
- Cap. 03 | Inteligencia de negocio.
- Cap. 04 | Segmentación y micro-segmentación.
- Cap. 05 | Precios e inventario.
- Cap. 06 | Competencia y Benchmarking.
- Cap. 07 | Previsión y pronóstico.
- Cap. 08 | Herramientas.
- Cap. 09 | Del "cárdex" al CRM 2.0.
- Cap. 10 | Distribución.
- Cap. 11 | Marketing y eCommerce.
- Cap. 12 | Casos Reales.
- Cap. 13 | Total Revenue Management (TRM).

## **Anexos**

- A1 | Revenue Management: estrategia.
- A2 | Revenue Management: tácticas.
- A3 | Diseño y desarrollo del Plan de Revenue Management.
- A4 | Glosario de Términos.

## Calendario

Se calcula un **tiempo total del curso de 25 horas** de formación presencial (5 medias jornadas de 5 horas cada una).

Además de la comunicación directa, se prevé una comunicación permanente a través de correo electrónico, que también se utilizará para el envío de toda la documentación e información (la información se publicará en una plataforma web también). La documentación está compuesta por documentos pdf con información teórica y casos prácticos, vídeos, lecturas recomendadas, etc.

## **Fechas del curso:**

**Convocatoria en horario mañana: 5 días, de lunes a viernes, del 29 de junio hasta el 3 de julio de 2015, ambos inclusive, en horario de 9:00 a 14:00 horas.**

### A quién está dirigido

Emprendedores, empresarios, profesionales, directores y directivos del sector Hotelero y Turístico. Alumnos de Escuelas de Hostelería, Restauración y Turismo.

### Impartido en

#### **Escuela Superior de Hostelería y Turismo de Madrid**

Avda. Puerta del Ángel, 5  
28011 – Madrid

### Importes y condiciones

Importe del curso: 350 €

Importe para Asociados de la AEDH: 250 €

Importe para Alumnos de Escuelas de Hostelería: 150 €

El curso puede ser bonificado por la Fundación Tripartita.

Nº alumnos por grupo: mínimo 10, máximo 16.

**A la finalización del curso se expedirá el correspondiente certificado.**