

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Tendencias y herramientas de análisis en el sector hotelero
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Gestión Hotelera
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales
Curso	1º
ECTS	3 créditos
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Online
Semestre	1º semestre
Curso académico	2021 - 2022
Docente coordinador	Laura Gómez / Inmaculada Cardoso

2. PRESENTACIÓN

En el módulo 1 “Gestión hotelera: mercado, herramientas de análisis y planificación” se realizará una introducción general en la que se pretende que el alumno conozca las principales tendencias del sector, datos macro y micro, además de los principales perfiles del turista actual y cuáles son las tendencias de futuro, claves para comprender el lado de la demanda y ajustar la oferta de los establecimientos hoteleros.

El objetivo específico de esta asignatura “Tendencias y Herramientas de análisis en el sector hotelero” es que el alumno desarrolle los conocimientos, habilidades y competencias necesarios acerca de las herramientas actuales de análisis y optimización de ingresos, así como la importancia de la figura del Revenue Manager en el sector hotelero.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

A continuación, se detallan las competencias y resultados de aprendizaje del módulo al que pertenece la asignatura.

Competencias básicas:

- **CB6** - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el Desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- **CB8** – Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Competencias transversales:

- **CT01** – Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.
- **CT02** – Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.
- **CT06** – Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad.
- **CT09** – Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

- **CE01** – Capacidad para desarrollar estrategias de gestión hotelera competitivas e innovadoras a partir de la búsqueda y análisis de información de Fuentes fiables en el ámbito de la dirección y gestión hotelera.
- **CE03** – Capacidad para diseñar e implementar procesos estratégicos de cambio, que incluyan planes de seguimiento y evaluación de resultados, y permitan establecer planes de mejora en empresas del sector hotelero.
- **CE09** – Capacidad para definir e integrar el producto de alojamiento dentro del conjunto de la oferta hotelera.

Resultados de Aprendizaje del módulo al que pertenece la asignatura:

- **RA1** - Analizar, categorizar y elaborar diagnósticos objetivos sobre las tendencias actuales de las empresas hoteleras.
- **RA2** - Aplicar con rigor y criterio analítico herramientas de análisis de mercado que permitan sustentar la toma de decisiones.
- **RA3** - Aplicar con rigor y criterio analítico herramientas de optimización de ingresos que permitan sustentar la toma de decisiones.
- **RA4** – Detectar las nuevas tendencias en turismo a través de análisis sistemático de mercado, por vía de Fuentes primarias y secundarias de información.
- **RA5** – Formular competencias competitivas apoyadas en la innovación en Turismo (procesos, productos, sostenibilidad, nuevas tecnologías, estrategia acceso a nuevos mercados, modelos de negocio)
- **RA6** – Diseñar distintos modelos de gestión hotelera competitiva en base a los diferentes tipos de turista.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB3 CT01,CT09 CE9	RA1: Analizar, categorizar y elaborar diagnósticos objetivos sobre las tendencias actuales de las empresas hoteleras.
CB1 CT02,CT06 CE01,CE03	RA2: Aplicar con rigor y criterio analítico herramientas de análisis de mercado que permitan sustentar la toma de decisiones.
CB1 CT02,CT06 CE01,CE03	RA3: Aplicar con rigor y criterio analítico herramientas de optimización de ingresos que permitan sustentar la toma de decisiones.

4. CONTENIDOS

A continuación, se detallan los contenidos de la asignatura:

- Herramientas de análisis de mercado y su aplicación en la toma de decisiones. Revenue Per Available Room (REVPAR), Gross Operating Profit Per Available Room (GOPPAR), Average Daily Rate (ADR), y Best Available Rate (BAR).
- Técnicas de optimización de ingresos. Minimum Length of Stay (MLOS) y Closed to Arrival (CTA)
- Property Management System (PMS)

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso
- Aprendizaje Cooperativo
- Aprendizaje Basado en Proyectos
- Clase magistral/ web conference

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas del módulo al que pertenece la asignatura que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	9
Lectura y consulta de temas y otros recursos	28
Actividades de aplicación individuales: realizar de manera individual las siguientes actividades: búsqueda de la información, elaboración de trabajos escritos e informes y realización de ejercicios de autoevaluación y evaluación entre pares.	27
Actividades de aplicación colaborativas: realizar de manera grupal las siguientes actividades: búsqueda de información, elaboración de trabajos escritos e informes y realización de ejercicios de evaluación entre pares y coevaluación grupal.	18
Caso, problema o proyecto	6
Tutorías virtuales	12
Trabajo autónomo	50

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación de conocimiento	40%
Observación del desempeño	15%
Caso/Problema	25%
Informes y escritos	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Visión del revenue management	10/01/2022
Debate sobre canales de distribución	10/01/2022
Cálculo de los principales KPIs (internos)	10/01/2022
Cálculo de los principales KPIs (externos)	10/01/2022
Pricing y forecasting	10/01/2022

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

Unidad de Aprendizaje 1

- Ballester, P. T., Domecq, C. F., & Guerrero, C. V. (2008). Estrategias de implantación del yield management: el caso de la hotelería madrileña. In Estableciendo puentes en una economía global (p. 22). Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC.
- Ballester, P. T., Domecq, C. F., & Guerrero, C. V. (2008). Estrategias de implantación del yield management: el caso de la hotelería madrileña. In Estableciendo puentes en una economía global (p. 22). Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC.
- Carrillo, M. A. D., Miranda, E. C., & Pérez, B. E. (2017). Software de revenue management en el sector hotelero. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 4(1), 45-52.
- Chávez Miranda, M. E., Ruiz Jiménez, A., Domingo Carrillo, M. Á., & Ruiz Orcaray, V. E. (2008). Yield Management/Revenue management. *Investigaciones turísticas. Una perspectiva multidisciplinar: I jornadas de investigación en turismo (2008)*
- Chávez, M.E. and Ruiz, A. (2005) Marco conceptual del yield management como técnica de gestión de la capacidad y la demanda en organizaciones de servicios. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 11 (1): 143–163.
- Courtier, D. (2000). Revenue management: una primera introducción. *Gestión En H: Cuadernos de Gestión y Dirección de Hoteles y Restaurantes* (1).
- Cross, R. G., Higbie, J. A., & Cross, Z. N. (2011). Milestones in the application of analytical pricing and revenue management. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(1), 8-18.
- El Haddad, R., Roper, A. & Jones, P. (2008). The impact of revenue management decisions on customers attitudes and behaviours: A case study of a leading UK budget hotel chain. EuroCHRIE 2008 Congress, Emirates Hotel School, Dubai, UAE, 11th-14th October.
- GARCIA VILLASEÑOR, F. P. REVENUE MANAGEMENT: MAXIMIZACIÓN DE INGRESOS DE LAS AEROLÍNEAS.
- Gómez, M. J. M. (2015). Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo "fordista" al ocio de producción flexible. *Papers de Turisme*, (14-15), 77-94.
- Goymour, D. y Donaghy, K. (1995) Reserving judgement. *Caterer and Hotelkeeper* (26), pp.64-65

- Grönroos, C. (1994). Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Ediciones Díaz de Santos
- HILL, A.V. (2002): The Encyclopedia of Operations Management. Curtis L. Carlson School of Management. University of Minnesota. USA.
- Ivanov, S. (2014). Hotel revenue management: From theory to practice. Zangador.
- KIMES, S.E. (1989a): "The Basics of Yield Management". Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly, Vol.30, N°.3, pp. 14-19.
- KIMES, S.E. (1989b): "Yield Management: a Tool for Capacity Constrained Service Firms". Journal of Operations Management, Vol.8, N°4, pp. 348-411.
- KIMES, S.E. (2002): "Perceived Fairness of Yield Management". Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly, Vol. 43, n° 1, pp. 21-30.
- KIMES, S.E. Y CHASE, R.B. (1998): "The Strategic Levers of Yield Management". Journal of Service Research, Vol.1, N°.2, pp. 156-166.
- Korstanje, M. (2018). TURISMO: UNA PERSPECTIVA EMPRESARIAL. Autores: Schlüter, Regina., Winter, Gabriel. Gestión Turística, (9), 107-110.
- LIEBERMAN, W.H. (1993): "Debunking the Myths of Yield Management". Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly, Vol.34, N°.1, pp. 34-41.
- Martín, J. G., Achedad, P. C., Sanz, J. M., & Rivas, N. I. (2005, September). Sistemas de Asignación de Clientes en Yield Management Aplicado al Sector Turismo. In IX Congreso de Ingeniería de Organización (p. 132).
- Moreno, A. G., & Meléndez, A. P. (2011). El CRM como estrategia de negocio: desarrollo de un modelo de éxito y análisis empírico en el sector hotelero español. Revista europea de dirección y economía de la empresa, 20(2), 101-118.
- Noone, B. M., Kimes, S. E., & Renaghan, L. M. (2003). Integrating customer relationship management and revenue management: A hotel perspective. Journal of Revenue and Pricing Management, 2(1), 7-21.
- Smith, B. C., Leimkuhler, J. F., & Darrow, R. M. (1992). Yield management at American airlines. interfaces, 22(1), 8-31.
- Talluri, K. T. & van Ryzin, G. (2005). The theory and practice of revenue management. New York: Springer Science+Business Media.

Unidad de Aprendizaje 2

- Carvell, S. A., & Quan, D. C. (2008). Exotic reservations—Low-price guarantees. *International journal of hospitality management*, 27(2), 162-169.
- Chávez, J., & Torres-Rabello, R. (2012). *Supply Chain Management (Gestión de la cadena de suministro)*, 2da. Edición, Publisher, Ril Editores, Santiago, Chile.
- Cullen, K., & Helsel, C. (2010). The Evolving Dynamics of Revenue Management. *Advanced Robust and Nonparametric Methods in Efficiency Analysis: Methodology and Applications*, 4
- Cullen, K., & Helsel, C. (2010). The Evolving Dynamics of Revenue Management. *Advanced Robust and Nonparametric Methods in Efficiency Analysis: Methodology and Applications*, 4
- Demirçiftçi, T., Cobanoğlu, C., Beldona, S., & Cummings, P. R. (2010). Room rate parity analysis across different hotel distribution channels in the US. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(4), 295-308.
- GREWAL, D.; KENT; MONROE, B., KRISHNAN, R. (1998): “The effects of Price Comparison Advertising on Buyers, Perceptions of Acquisition Value, Transaction Value, and behavioural Intentions.” *Journal of Marketing*, vol. 62, nº 2 (April), pgs. 46-59.
- Heo, C. Y. & Lee, S. (2011). Influences of consumer characteristics on fairness perceptions of revenue management pricing in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 243-251.
- Hermann, S., & Dolan, R. J. (1998). Price customization. *Marketing Management*, 7(3), 10.
- Hung, W.-T., Shang, J.-K. & Wang, F.-C. (2010). Pricing determinants in the hotel industry: Quantile regression analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 378-384.
- Ivanov, S. (2014). *Hotel revenue management: From theory to practice*. Zangador.
- Kimes, S. E., & Wirtz, J. (2003). Has revenue management become acceptable? Findings from an international study on the perceived fairness of rate fences. *Journal of service research*, 6(2), 125-135.
- Koenig, M. & Meissner, J. (2010). List pricing versus dynamic pricing: Impact on the revenue risk. *European Journal of Operational Research*, 204(3), 505-512.
- Law, R., & Jogaratnam, G. (2005). A study of hotel information technology applications. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(2), 170-180.

- McGill, J. I., & Van Ryzin, G. J. (1999). Revenue management: Research overview and prospects. *Transportation science*, 33(2), 233-256.
- Mellers, B., Stone, E., Murray, T., Minster, A., Rohrbaugh, N., Bishop, M., ... & Ungar, L. (2015). Identifying and cultivating superforecasters as a method of improving probabilistic predictions. *Perspectives on Psychological Science*, 10(3), 267-281.
- Pulido San Roman, A. (1989). Predicción económica y empresarial (No. 338.54/P98p).
- Ross, E. B. (1984). Making money with proactive pricing. *Harvard Business Review*, 62(6), 145-155.
- Schwartz, Z., & Cohen, E. (2004). Hotel revenue-management forecasting: Evidence of expert-judgment bias. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(1), 85-98.
- Shy, O. (2008). *How to price. A guide to pricing techniques and yield management*. Cambridge University Press.
- Stevenson, W. J., Hojati, M., & Cao, J. (2007). *Operations management* (Vol. 8). Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- Wang, R. Y., & Strong, D. M. (1996). Beyond accuracy: What data quality means to data consumers. *Journal of management information systems*, 12(4), 5-33.
- Weatherford, L. R., Kimes, S. E., & Scott, D. A. (2001). Forecasting for hotel revenue management: Testing aggregation against disaggregation. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 42(4), 53-64.

Unidad de Aprendizaje 3

- McGill, J. I., & Van Ryzin, G. J. (1999). Revenue management: Research overview and prospects. *Transportation science*, 33(2), 233-256.
- Calveras, A., & Orfila, F. (2010). Un análisis económico de la intermediación en el sector turístico.
- del Alcazar Martínez, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. ESIC Editorial.
- García de Madariaga Miranda, J. (2002). La distribución de servicios turísticos ante los nuevos desarrollos tecnológicos. *Distribución y consumo*, (61), 51-59.
- https://www.hosteltur.com/108024_las-reservas-hoteleras-a-traves-de-las-ota-siguen-al-alza-en-espana.html
- https://www.hosteltur.com/109416_lo-retos-de-la-venta-online-en-2019-jornada-de-hosteltur-en-palma.html
- https://www.hosteltur.com/122010_foro-hosteltur-retos-distribucion-venta-directa-intermediada.html
- https://www.hosteltur.com/127772_modelo-hotelero-uso-moviles-recepcion-futuro.html

- https://www.hosteltur.com/128301_distribucion-futuro-intermediarios-reservas-solo-clic.html
- Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo 2018
- Ivanov, S. (2014). Hotel revenue management: From theory to practice. Zangador.
- Kimes, S. E. (2011). The future of hotel revenue management. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(1), 62-72
- Kimes, S. E. (2011). The future of hotel revenue management. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(1), 62-72.
- Martínez, J., Majó, J., & Casadesús, M. (2006). El uso de las tecnologías de la información en el sector hotelero. In *Proceedings of the VI Congress TURITEC: Turismo y tecnologías de la información y las comunicaciones*. Málaga: University of Málaga. Retrieved November (Vol. 22, p. 2012).
- Mauri, A. G. (2012). *Hotel revenue management: Principles and practices*. Milan-Torino: Pearson Italia.
- Mauri, A. G. (2013). *Hotel revenue management: Principles and practices*. Pearson Italia Spa
- Moraleda, L. F., Domecq, C. F., & Balthasar, M. B. (2003). La distribución electrónica de productos hoteleros: la importancia de los canales basados en Internet. *Estudios turísticos*, (158), 67-78.
- Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización mundial del turismo.
- Talluri, K. T., & Van Ryzin, G. J. (2006). *The theory and practice of revenue management* (Vol. 68). Springer Science & Business Media.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.