

EVO23-IE ESPECIALISTA EN YIELD & REVENUE MANAGEMENT EN EL SECTOR HOTELERO . ESTRATEGIAS E IMPLANTACIÓN

SKU: N / A | Categorías: [Alojamiento](#), [HOSTELERÍA](#), [RESTAURACIÓN Y TURISMO](#), [Hoteles](#), [Turismo Rural](#), [Turismo y Agencias de Viajes](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [200](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Objetivos:

Este curso en Yield Revenue Management en el Sector Hotelero. Estrategias e Implantación le ofrece una formación especializada en la materia. Hostelería es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados al alojamiento y la alimentación esporádicos, muy usualmente ligados al turismo.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores
6. Amenaza de entrada de nuevos competidores
7. Amenaza de productos sustitutivos
8. Poder de negociación de los clientes
9. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las Organizaciones
2. El mercado: Concepto y delimitación
3. El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO DEL MERCADO

1. Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado



4. Estudios de mercado
5. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
6. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
7. Segmentación de los mercados
8. Tipos de mercado
9. Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?

1. Historia y orígenes del Revenue Management
2. El concepto de Revenue Management
3. Diferencias entre Yield Management y Revenue Management
4. El Revenue Management en el organigrama de la empresa
5. Los ratios
6. Interpretación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BENCHMARKING Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. Concepto, importancia y etapas del Benchmarking
2. Clasificación de las técnicas benchmarking
3. Selección del grupo competitivo
4. Evaluación de nuestra competencia
5. Ventajas y desventajas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. POLÍTICA DE GESTIÓN DE VENTAS

1. Upselling
2. Cross-selling
3. Overbooking
4. Canales de distribución

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT

1. Concepto y aplicación del Forecasting
2. Análisis y gestión del valor de los clientes
3. El calendario de demanda
4. Plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MÉTRICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN REVENUE MANAGEMENT

1. Medición de la eficacia del Revenue Management
2. Gestión de costes y precio
3. Criterios de distribución de costes
4. El pricing: fijación estratégica de precios
5. Aplicaciones informáticas del Revenue Management



UNIDAD DIDÁCTICA 9. APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA ESTRATEGIA DE REVENUE

1. Proceso de implantación de la estrategia de Revenue
2. Herramientas necesarias
3. Seguimiento y reuniones de control del plan de Revenue

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTRATEGIAS DE YIELD MANAGEMENT

1. Concepto de Yield Management
2. - Principales ámbitos de aplicación del Yield Management
3. - La relación entre el Yield Management y el marketing
4. Características del Yield Management
5. Fórmulas de Yield Management
6. Beneficios y dificultades del Yield Management
7. - Principales beneficios que reporta el Yield Management
8. - Principales dificultades para la aplicación del Yield Management

