

Revenue Management:

Estratégias Avançadas de Maximização de Receitas

Turismo e Hotelaria

www.dual.pt



Efetue a gestão estratégica de preços, disponibilidade de produtos ou serviços, analisando a procura e os comportamentos de compra.

Objetivos

Este curso permitirá a cada um dos participantes:

- Adquirir conhecimentos de gestão ligados às novas tendências de vendas no setor hoteleiro;
- Desenvolver competências técnicas de forma a maximizar as receitas em contexto de empreendimento turístico.

Destinatários

- Profissionais do setor hoteleiro e turístico;
- Pessoas que pretendam adquirir conhecimentos nesta área.

Recursos/Requisitos

- Quando a formação decorrer online através da Plataforma da DUAL, que utiliza a tecnologia ZOOM, com sessões síncronas em videoconferência/webconferência, os formandos necessitam de ter os seguintes equipamentos:

- Portátil/ computador, acesso à internet (utilizar preferencialmente o browser Chrome, Edge ou Firefox), web câmara e auriculares (ou colunas e microfone).

Metodologia

Este curso baseia-se em:

- Exposições e sínteses metodológicas;
- Análise de situações reais e casos concretos;
- Resolução de exercícios e casos práticos;
- Grupos de trabalho com partilha de experiências;
- Brainstorming.

Avaliação

- Avaliação contínua da participação em aula com a realização de um teste escrito final.
- Para a conclusão com sucesso é necessário um resultado positivo na média de todos os critérios de avaliação e uma assiduidade mínima de 70% da duração total do curso.

Valor

- 500,00 € por cada participante (os sócios da CCILA têm 10% de desconto).

Local e Datas de Realização

- 🕒 Duração: 30 horas

📍 **Presencial**, nas instalações da DUAL e/ou **Online**, com sessões de formação síncronas, através da plataforma da DUAL que utiliza tecnologia Zoom.

Turismo e Hotelaria

Revenue Management - Estratégias Avançadas de Maximização de Receitas

Conteúdos

Fundamentos e princípios do Revenue Management

A importância da recolha, análise e tratamento de dados

Princípios de Gestão e Marketing aplicados ao Revenue Management

- Despesas de quarto versus rentabilidade
- Contratação dos quartos versus contratação dos serviços de housekeeping
- Indicadores de resultados: taxa de ocupação, preço médio e RevPar

Práticas de Revenue Management – o efeito calendário, relógio, capacidade e custo

Tarifas

- Cálculo
- Negociação online e offline
- Tipos de contratação
- Paridade e suas implicações

Gestão das reservas e overbooking

Segmentação do mercado hoteleiro e suas implicações no Revenue Management

Distribuição online e novas tendências

Prática operacional – ferramentas e extranets

Duração: 30h