



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

2TR414 Sustainable Hospitalityes: Human Resources and Revenue Management, 7,5 högskolepoäng

2TR414 Sustainable Hospitalityes: Human Resources and Revenue Management, 7.5 credits

Huvudområde

Turismvetenskap

Ämnesgrupp

Turism- och fritidsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd 2016-09-20

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet. Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

90 hp inom Turismvetenskap eller annan tillämplig samhälls- eller beteendevetenskap varav 15 hp examensarbete (G2E) samt Engelska B/6 eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten, inom nedanstående områden, kunna:

Human Resource Management

- analysera hållbarhetsperspektiv i servicekontexter
- granska hållbarhetsperspektiv i strategisk HRM för hospitalitysektorn
- analysera hållbart ledarskap i hospitalityorganisationer med avseende på kulturskillnader och socialt kapital

Revenue Management

- värdera prognoser (forecasting)
- tillämpa efterfrågestyrning och segmenteringsanalys för hospitalityprodukter

- granska hållbar prisbildning
- analysera externa effekters påverkan på RM, särskilt klimatförändringar

Human Resource Management och Revenue Management

- analysera samband mellan Human Resource Management och Revenue Management avseende hospitalityorganisationers hållbara utveckling

Innehåll

Kursen utgår ifrån en förståelse av hospitalitybegreppet som serviceleverans över tid uppbyggd av värdeord som gästfrihet, värdskap och upplevelseproduktion. Organisationer som formeras i en hospitalitykontext ställer specifika krav på personalens representation, agerande samt sociala och kulturella resurser, vilket får konsekvenser för möjliga Human Resourcestrategier och för Revenue Management.

Undervisningsformer

Föreläsningar och seminarier. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Examination sker genom skriftlig tentamen och rapporter.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle. Kursvärderingen genomförs anonymt.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Ho, J och McGuire, K. *Hotel Pricing in a Social World: Driving Value in the Digital Economy*, Wiley. Senaste upplagan. Cirka 350 sidor.

Kimes, S. och Wirtz, J. *Revenue Management: Advanced Strategies and Tools to Enhance Firm Profitability*, Now Publishers. Senaste upplagan. Cirka 70 sidor.

Nickson, D. *Human Resource Management for the Hospitality and Tourism Industries*, Routledge. Senaste upplagan. Cirka 320 sidor.

Salaman, G. *Strategic Human Resource Management*, Sage. Senaste upplagan. Cirka 350 sidor.

Övriga läromedel

Vetenskapliga artiklar, cirka 200 sidor.