

Manajemen Pemasaran

Matakuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN**
Program Studi : Manajemen (S1) Kelas SM22
Jumlah SKS : 3 (tiga) SKS
Jumlah Pertemuan : 16 kali termasuk 2 kali ujian
Mata Kuliah Prasyarat : Pengantar Manajemen
Dosen Pengajar : Dra. Titiek Mulyaningsih, MBA
titiekmulyaningsih@gmail.com
08122738302

Diskripsi :

Mata kuliah ini memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang konsep dasar manajemen pemasaran secara menyeluruh , meliputi proses pemasaran, pemahaman konsumen, lingkungan bisnis, penciptaan dan menangkap nilai-nilai konsumen, strategi bauran pemasaran(Produk, Harga, Distribusi dan promosi) dan bagaimana prinsip-prinsip tersebut diaplikasikan pada lingkungan bisnis. Oleh karena itu setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa diharapkan mampu menggunakan dasar-dasar analisis yang diperoleh untuk pengambilan keputusan pemasaran.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah:

Mahasiswa mampu menguasai 1. Konsep dasar Manajemen Pemasaran; 2. Memahami peran dan fungsi Manajemen Pemasaran dalam perencanaan dan pengendalian keseluruhan kegiatan perusahaan. 3. Mengaplikasikan teori, melakukan analisis permasalahan dan pengembangan alternatif solusi dari berbagai masalah yang dihadapi dalam bidang pemasaran 4. Memahami berbagai isu terkini di bidang pemasaran pada era globalisasi yang pada dasarnya mengalami perubahan yang sangat cepat

Perincian Mata Kuliah :

Minggu ke	Pokok Bahasan	Chapter
1 & 2	Membahas Silabus & metode pembelajaran, kontrak kuliah, pembentukan kelompok.	
	BAGIAN I : MENDEFINISIKAN PEMASARAN DAN PROSES PEMASARAN <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran: Mengelola Hubungan Pelanggan yang Menguntungkan 2. Perusahaan dan Strategi Pemasaran: Kemitraan untuk Membangun Hubungan Pelanggan 	1 2
3 & 4	BAGIAN II : MEMAHAMI PASAR DAN KONSUMEN <ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan Pemasaran 2. Mengelola Informasi Pemasaran 3. Pasar Konsumen dan Perilaku Pembelian Konsumen 	3 4 5
	BAGIAN III : MERANCANG STRATEGI PEMASARAN YANG BERORIENTASI PELANGGAN DAN BAURAN PEMASARAN TERINTEGRASI <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi Pemasaran yang digerakkan oleh Pelanggan: Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan Sasaran. 2. Produk, Jasa, dan Strategi Penentuan Merek 3. Pengembangan Produk Baru dan Strategi Siklus-Hidup Produk 4. Penetapan Harga Produk: Memahami dan Menangkap Nilai Pelanggan 	7 8 9 10
8	Ujian Tengah Semester	
9,10, 11, 12, & 13	BAGIAN III (LANJUTAN) : MERANCANG STRATEGI PEMASARAN YANG DIGERAKKAN OLEH PELANGGGAN DAN BAURAN PEMASARAN TERINTEGRASI <ol style="list-style-type: none"> 1. Saluran Pemasaran dan Manajemen Rantai Pasokan 2. Pengeceran dan Perdagangan Grosir 3. Mengomunikasikan Nilai Pelanggan: Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi 4. Periklanan dan Hubungan Masyarakat 5. Penjualan Personal dan Promosi Penjualan 6. Pemasaran Langsung dan Pemasaran Online: Membangun Hubungan Pelanggan secara Langsung 	12 13 14 15 16 17
	BAGIAN IV: PERLUASAN KONSEP PEMASARAN Pasar Global Etika Pemasaran dan Tanggung Jawab Sosial	19 20

Minggu ke	Pokok Bahasan	Chapter
16	Ujian Akir Semestert	

Referensi Wajib:

1. [Philip Kotler dan Gary Amstrong](#) 2014, *Priciples of Marketing*, fifteenth, Pearson Education Limited, Essex England.
2. Kotler, Philip & Amstrong, Gary, 2008, Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi 12, jilid 1 dan 2, alih Bahasa Bob Sabran, M.M., Penerbit Erlangga, Jakarta

Evaluasi :

Unsur Penilaian	%	Gradasi dan Konversi Penilaian	
Kehadiran	10		
Tugas, partisipasi	20	81 - 100	A
Ujian Tengah Semester	25	66 - 80	B
Ujian Akhir Semester	25	56 - 65	C
Paper & Presentasi	20	41 - 55	D
		0 - 40	E
T o t a l	100		

Informasi Penting:

1. Mahasiswa wajib membentuk kelompok belajar, terdiri dari maksimal 3 mahasiswa. Daftar nama diserahkan ke Ketua kelas, sebelum 10 Februari 2024 jam 11.00.
2. Setiap mahasiswa wajib membaca materi sebelum perkuliahan di mulai.
3. Tugas terstruktur (kelompok) harus dikumpulkan tepat pada waktunya. Keterlambatan berakibat pada pengurangan nilai 10% untuk hari pertama, dan 5% per hari untuk hari berikutnya (termasuk hari minggu dan libur).
4. Mahasiswa yang tidak ikut mengerjakan tugas dilarang untuk dituliskan namanya pada laporan.

Penugasan :

Ketentuan tentang tugas terstruktur akan diatur kemudian oleh dosen pengajar.

Ketua Kelas: Rendy

