



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Program Studi: Statistika

Fakultas: Sains dan Matematika

Mata Kuliah:	Manajemen Pemasaran	Kode:	AST21-347	SKS:	3	Sem:	IV
Dosen Pengampu:	Diah Safitri, S.Si, M.Si dan Alan Prahutama S.Si, M.Si						
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah:	Mahasiswa diharapkan mampu melakukan analisis terhadap strategi pemasaran, menjelaskan konsep manajemen pemasaran						
Deskripsi singkat Mata Kuliah:	Mata kuliah ini membahas mengenai pengertian manajemen pemasaran, penerapan konsep pemasaran, riset pemasaran. Dibahas juga mengenai tingkat kepuasan konsumen dengan menganalisis perilaku konsumen. Dilakukan juga analisis persaingan dengan industri lainnya dan persaingan dalam pemasaran. Membahas juga mengenai segmentasi pasar, positioning dalam pemasaran serta targeting pasar. Selanjutnya akan dibahas mengenai <i>mix marketing</i> yang meliputi <i>mix marketing</i> produk, <i>mix marketing</i> lokasi dan saluran distribusi, <i>mix marketing</i> harga serta <i>mix marketing</i> promosi. Dipelajari juga mengenai hubungan pola strategi pemasaran.						

1 Ming gu ke	2 Kemampuan Akhir tiap tahapan pembelajaran	3 Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	4 Metode Pembelajaran	5 Waktu	6 Pengalaman Belajar Mahasiswa	7 Penilaian	
						Kriteria & Indikator	Bobot (%)
1	1. Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, peranan dan fungsi manajemen pemasaran 2. Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai filosofi manajemen pemasaran dan audit pemasaran	Pengertian Manajemen Pemasaran	- Small Group Discussion	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> Diskusi mengenai pengertian, peranan dan fungsi manajemen pemasaran Mendiskripsikan arti penting dan filosofi dari manajemen pemasaran 	- Kelengkapan menjelaskan pengertian, peranan, filosofi dan fungsi dari manajemen pemasaran dengan benar	3
2	1. Mampu membuat strategi	Penerapan Konsep	- Cooperative	TM: 3 x	<ul style="list-style-type: none"> Diskusi 	Keruntutan	4

	<p>perencanaan</p> <p>2. Mampu mendiskripsikan kepuasan pelanggan</p> <p>3. Mampu menganalisis lingkungan pemasaran</p>	Pemasaran	Learning	50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Mempresentasi kan terhadap tugas yang sudah dianalisis 	dalam menjelaskan konsep pemasaraan dengan tepat	
3	<p>1. Mampu menjelaskan sistem informasi pemasaran</p> <p>2. Mampu menjelaskan bentuk-bentuk dari sistem informasi pemasaran</p>	Sistem Informasi Pemasaran	- Small Group Discussion	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Ceramah 	Mampu mendeskripsikan sistem informasi pemasaran dengan benar	6
4	<p>1. Mampu membuat kuesioner penelitian pemasaran</p> <p>2. Mampu menentukan sampel penelitian</p> <p>3. Mampu melakukan analisis riset pemasaraan</p>	Riset Pemasaran	- Cooperative Learning	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Ceramah • Latihan Soal 	Mampu mengerjakan soal terkait riset pemasaran dengan tepat (minimal 75)	8
5	<p>1. Mampu menjelaskan mengenai perilaku konsumen</p> <p>2. Mampu menganalisis perilaku konsumen</p> <p>3. Mampu menjelaskan faktor-faktor penentu perilaku konsumen</p>	Perilaku Konsumen	- Simulasi Role Play	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Presentasi • Mampu memainkan peran 	Mampu menguraikan pkonsep perilaku konsumen dengan jelas	9
6	<p>1. Mampu menjelaskan konsep persaingan industri</p> <p>2. Mampu menjelaskan macam-macam persaingan industri</p>	Analisis Industri dan Persaingan	- Simulasi Role Play	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Presentasi • Mampu memainkan peran 	Mampu menganalisis persaingan pemasaran dengan benar	10
7	<p>1. Mampu menjelaskan macam-macam strategi pemasasarn</p>	Analisis Strategi Pemasaran	- Small Group Discussion	TM: 3 x 50"	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Ceramah 	Mampu mempresentasika	10

	2. Mampu melakukan analisis strategi pemasaran			BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Presentasi 	n hasil analisis strategi pemasaran dengan jelas	
8	UJIAN TENGAH SEMESTER						
9	1. Mampu menjelaskan mengenai konsep Brand 2. Mampu menjelaskan mengenai konsep equitas merk	Brand/Merek	- Small Group Discussion	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Ceramah • Presentasi 	Mampu menjelaskan konsep Brand dan equitas merk dengan runtut dan tepat	7
10	1. Mampu membuat survey pendahuluan produk 2. Mampu membuat quesioner terkait pemasaran terhadap sebuah brand	Analisis strategi pemasaran	- Small Group Discussion	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Ceramah • Presentasi 	Mampu membuat quesioner dengan tepat	7
11	1. Mampu menjelaskan arti dan macam-macam produk dan jasa 2. Mampu menjelaskan peranan produk dalam pemasaran	Mix Marketing Product	- Cooperative Learning	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Presentasi • response 	Mampu menjabarkan mengenai mix marketing produk dengan jelas	7
12	1. Mampu menjelaskan macam-macam distribusi 2. Mampu menganalisis konflik didalam saluran distribusi	Mix Marketing Lokasi dan Saluran Distribusi	- Cooperative Learning	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Ceramah • Presentasi 	Ketepatan dalam menjelaskan mix marketing lokasi dengan jelas	7
13	Mampu menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga	Mix Marketing Harga	- Cooperative Learning	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Ceramah • Kuis 	Menjawab soal mengenai mix marketing harga dengan nilai minimal 75	7
14	1. Mampu menjelaskan pengertian dan tujuan promosi	Mix Marketing Promosi	- Small Group Discussion	TM: 3 x 50" BT + BM =	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Ceramah 	Kelancaran dalam menjelaskan konsep mix marketing promosi	7

	2. Mampu menjelaskan faktor-faktor dalam menentukan promosi			[(3 x 60") + (3 x 60")]		dengan tepat	
15	Mampu menjelaskan mengenai macam-macam bentuk public relation	<i>Marketing Public Relation</i>	- Cooperative Learning	TM: 3 x 50" BT + BM = [(3 x 60") + (3 x 60")]	Diskusi Ceramah Presentasi	Ketepatan dalam menjelaskan mengenai marketing public relation dengan jelas	8
16	UJIAN AKHIR SEMESTER						50
8. Daftar Referensi:		<ol style="list-style-type: none"> 1. Guiltinan, J.P., Paul, G.W., Maulana, A., Strategi dan Program Manajemen Pemasaran Edisi Kedua, Erlangga, 1990. 2. Kotler, P. dan Keller, K. L., Manajemen Pemasaran (Edisi 12 Jilid I), Benyamin Molan (Penerjemah), Marketing Management, PT. Indeks: Jakarta, 2007 3. Shinta, A., Manajemen Pemasaran, Universitas Brawijaya Press, 2011. 					