

PROGRAM STUDI MANAJEMEN-FE.UMY
RPS RINGKAS MK. MANAJEMEN PEMASARAN
SKS : 6 SKS (36 X PERTEMUAN)

PERTEMUAN	BAHAN KAJIAN	MATERI/ POKOK BAHASAN
1	Kontrak Belajar & Penjelasan RPS	RPS
		Pembagian Kelompok
2,3	Memahami Manajemen Pemasaran	1. Mendefinisikan Pemasaran Abad 21
		2. Mengembangkan Strategi dan Rencana Pemasaran
4	UK-1 (TERTULIS)	Pemahaman komprehensif pemahaman manajemen pemasaran
5,6	Menangkap Peluang Pasar	1. Pengumpulan Informasi dan Membaca Lingkungan
		2. Melaksanakan Riset Pemasaran dan Meramalkan Permintaan
7	UK-2(TERTULIS)	Pemahaman komprehensif mengenai menangkap peluang pasar
8,9,10,11	Berhubungan dengan Pelanggan	1. Menciptakan Nilai Pelanggan, Kepuasan dan Loyalitas
		2. Analisis Pasar Pelanggan
		3. Analisis Pasar Bisnis
		4. Identifikasi Segmen dan Target Pasar
12	UK-3 (TERTULIS)	Pemahaman komprehensif mengenai hubungan dengan pelanggan
13,14,15,16	Membangun Merek yang Kuat	1. Menciptakan Ekuitas Merek
		2. Merancang dan Mengkomunikasikan Strategi Pemosisian (Positioning)
		3. Persaingan
17	UK-4 (TERTULIS)	Pemahaman komprehensif tentang membangun merek

PERTEMUAN	BAHAN KAJIAN	MATERI/ POKOK BAHASAN
18,19,20,21	Membentuk Penawaran Pasar	1. Merancang Strategi Produk
		2. Mendesain dan Mengelola Jasa
		3. Mengembangkan Strategi dan Program Penentuan Harga
22	UK-5 (TERTULIS)	Pemahaman komprehensif tentang pembentukan penawaran pasar
23,24,25,26	Menghantarkan Nilai	1. Mendesain dan Mengelola Jaringan dan Saluran Nilai
		2. Mengelola Eceran dan Logistik
		3. Mendesain dan mengelola Komunikasi Pemasaran Terintegrasi
27	UK-6 (TERTULIS)	Pemahaman komprehensif tentang menghantarkan nilai
28,29,30,31	Mengkomunikasikan Nilai	1. Mengelola Komunikasi Massa: Periklanan, Promosi Penjualan, Event dan Public Relation
		2. Mengelola Komunikasi Personal: Pemasaran langsung dan Personal Selling
32	UK-7 (TERTULIS)	Pemahaman komprehensif tentang mengkomunikasikan nilai
33,34,35	Menciptakan Kesuksesan Jangka Panjang	1. Pengenalan Penawaran Pasar Baru
		2. Memasuki Pasar Global
		3. Mengelola Organisasi Pemasaran Holistik untuk Jangka Panjang
36	UK-8 (TERTULIS)	Pemahaman komprehensif tentang menciptakan kesuksesan jangka panjang

REFERENSI:

Philip Kotler, Marketing Management, International Edition

PENILAIAN:

No.	KOMPONEN	BOBOT
1	Presentasi	15 %
2	Keaktifan	15 %
3	Tugas	10 %
4	UK-1,2,3,4,5,6,7,8	60 %
	TOTAL	100 %

NILAI	SKOR
A	85 >
A-	80 - 85
B+	75 -79
B	65 - 74
B-	60 - 64
C+	55 - 59
C	45 - 54
D	21 - 44
E	... < 20