|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **RANCANGAN PERKULIAHAN****PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN****FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS** |  Q |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No. Dokumen | **12-2-1.2.06.00** | **Distribusi** |
| Tgl. Efektif | 01 Maret 2014 |  |  |  |  |  |  |

**Judul Mata Kuliah : Pemasaran Internasional** **Semester : VI** **Sks : 3**  **Kode: 31013**

**Dosen/Team Teaching :**  1. Dr. Rina Astini, MM

 2. Arief Bowo Prayoga K,SE.,MM

 3. M. Rizki Sadikin, BBA.,MBA

**Diskripsi Mata Kuliah :**

* Mata kuliah Pemasaran Internasional ditawarkan pada semester genap atau semester VI dan mata kuliah prasyarat mata kuliah Manajemen Pemasaran.
* Mata kuliah Pemasaran Internasional mengajarkan mahasiswa melakukan analisis lingkungan perusahaan secara global, perilaku pembelian global, strategi memasuki pasar global serta fungsi-fungsi manajemen global sehingga mahasiswa dapat memahami bagaimana memasuki pasar internasional.

**Kompetensi :**

* Tujuan Pembelajaran:
1. Mampu melakukan analisis lingkungan perusahaan secara global,
2. Mampu menjelaskan perilaku pembelian global,
3. Mampu menjelaskan strategi memasuki pasar global.
4. Mampu menjelaskan fungsi-fungsi manajemen global
5. Mampu menjelaskan pemasaran internet.
* *Out put* bagi lulusan mata kuliah yaitu mahasiswa mampu menjelaskan ruang lingkup pemahaman dan ketrampilan tingkat awal bagi mahasiswa strata satu dalam hal bagaimana memahami adanya lingkungan eksternal yang mempengaruhi kebijakan pengambilan keputusan bidang pemasaran.

**Pokok Bahasan :**

1. Ruang lingkup Pemasaran Global
2. Lingkungan Pemasaran Global
3. Segmentasi Global dan Positioning
4. Strategi Pemasaran Global.
5. Kebijakan Produk Global
6. Pemasaran Global dan Internet.

| **Minggu Ke \*** | **KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN \*** | **BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN\*** | **BENTUK** **PEMBELAJARAN\*** | **KRITERIA PENILAIAN****(Indikator)\*** | **BOBOT NILAI** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| I | Memahami Pemasaran Global | Globalisasi PasarEvolusi Pemasaran Global | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. |  |
| II | Mampu menjelaskan Lingkungan Ekonomi Global | Kondisi Ekonomi DuniaDaya Saing BangsaEvolusi kerjasama persetujuan perdagangan GlobalTeknologi Informasi dan Perubahan Alami Kompetisi | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
| III | Mampu menjelaskan Lingkungan Budaya Global dan Perilaku Pembelian | Elemen BudayaPerbandingan Budaya Adaptasi BudayaBudaya dan Bauran Pemasaran | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
| IV | Mampu menjelaskan Lingkungan Politik dan Hukum | Perjanjian InternasionalHukum Internasional Berbagai isu tentang lintas Negara. | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
| V  | Mampu menjelaskan Segmentasi Global dan Positioning | Alasan segmentasi InternasionalPendekatan Segementasi Pasar InternasionalDasar Segmentasi NegaraSekenario SegmentasiStrategi Segmentasi InternasionalPositioning konsumen global, asing dan local. | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 5% |
| VI |  Mampu menjelaskan Strategi Pemasaran Global | Tt Teknologi Informasi dan Kmpetisi Global.Strategy GlobalStrategi Pemasaran GlobalStrategi regionalisasi pemasaran global. | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
| VII |  Mampu menjelaskan Strategi memasuki pasar global | Seleksi Target PasarMemilih metode masuk pasar.EksporLisensiContract ManufacturingJoint VentureAliansi Strategis | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
| VIII | **UJIAN TENGAH SEMESTER** |
| IX | Mampu menjelaskan Strategi Sumber Daya Global | Kompeksitas Sumber Daya Global.Trend Strategi sumber daya global.Value Chain dan Functional Interfaces.Procurement: Type sourcing strategy.Konsekuensi jangka panjang global sourcing. | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 5% |
| X | Mampu menjelaskan Kebijakan Produk Global: Pengembangan Produk Baru untuk Pasar Global | Strategi Produk GlobalStandarisasi VS Customisasi.Difusi Multinasional.Pengembangan Produk baru untuk Pasar Global. | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 5% |
| XI | Mampu menjelaskan Kebijakan Produk Global: Pemasaran Produk dan Jasa | Strategi Merek Global.Mengelola Produk Multinasional.Product Piracy.Country of Origin Stereotype.Pemasaran Jasa Global. | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 5% |
| XII | Mampu menjelaskan Harga Global | Penentu Harga Pasar AsingEskalasi Pengelolaan HargaPenetapan Harga pada lingkungan inflasi.Harga Global dan Perubahan Nilai Tukar.Transfer PricingRegulasi AntidumpingCoutertrade | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
| XIII | Mampu menjelaskan Komunikasi dengan Konsumen Global | Periklanan Global dan BudayaAnggaran Periklanan GlobalStrategi Kreatif Keputusan Media Massa Global.Regulasi PeriklananAgensi IklanBentuk lain KomunikasiKomunikasi Integrasi Pemasaran Global. | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
| XIIII | Mampu menjelaskan Global Logistics dan Distribusi | Mengelola Logistik GlobalZona Perdagangan BebasGlobal Retailing | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
| XIV | Mampu menjelaskan Operasi Pemasaran Global | Perencanaan Strategi Pemasaran Global.Disain organiasi globalPengelolaan Manajemen Merek Global.Pengawasan Pemasaran Global. | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
| XV | Mampu menjelaskan Pemasaran Global dan Internet | Internet dan Pasar GlobalHambatan Struktural Global E-Commerce.Penggunaan Internet untuk memahami konsumen global.Keuntungan Kompetitif dan Cyberspace. | Ceramah dan Diskusi | Keaktifan dalam diskusi. | 2% |
|  | **UJIAN AKHIR SEMESTER** |

\* *catatan : Penjelasan pengisian tabel dapat dilihat dalam WI Rancangan Perkuliahan*

**Kompenen Penilaian** : Rincian besarnya bobot penilaian mata kuliah, acuan secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Kehadiran : 10%
2. UTS : 20%
3. UAS : 30%
4. Tugas-Tugas : 40%

**Daftar Pustaka:**

Cateora, Philip R dan Graham, John L (2007). Pemasaran Internasional, edisi 13, Salemba Empat, Jakarta.

Budiarto, Teguh dan Ciptono, Fandy (1997), Pemasaran Internasional, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.

Kotabe, Masaaki and Helsen, Kristiaan (2004). Global Marketing Management, Third Edition, John Wiley and Sons,Inc. USA.

Kotler,Philip and Keller, Kevin Lane (2007). Marketing Management, 12th edition, Pearson Education, International Edition.

Kristanto, Jajat (2011). Manajemen Pemasaran Internasional:Sebuah Pendekatan Strategi, Erlangga, Jakarta.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Jakarta, 01 Maret 2014 | Nama Fungsi | Paraf |
| Dibuat Oleh | Dosen Pengampu / Koordinator MK :Arief Bowo Prayoga K,SE.,MM |  |
| Diperiksa Oleh | Ketua Program StudiDr. Rina Astini, SE, MM |  |
| Disahkan Oleh | DekanProf. Dr. Wiwik Utami, Ak, MS, CA  |  |