

	RANCANGAN PERKULIAHAN PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	
---	---	---

No. Dokumen	061.423.4.70.00	Distribusi				
Tgl. Efektif	01 November 2012					

Judul Mata Kuliah : **Manajemen Pemasaran** Semester : **II** Sks : **3** Kode : **84009**
Dosen/Team Teaching : 1. Tafiprios, SE, MM
 2. Luna Haningsih, SE, ME.

Diskripsi Mata Kuliah :
 • Menjelaskan keterkaitan mata kuliah ke dalam struktur kurikulum secara keseluruhan pada prodi.
 • Menjelaskan keterkaitan dengan kecirian fakultas / prodi dan atau kecirian lulusan kesarjanaaan
 • Menjelaskan keterkaitan mata kuliah dengan mata kuliah lain yang menjadi

KOMPETENSI : Mampu Menjelaskan Pentingnya pemasaran, mencari peluang di Lingkungan pemasaran, menganalisis perilaku pembeli, strategi Pemasaran dan program pemasaran

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
1.	Mampu Memahami kontrak perkuliahan, Pemasaran, Manajemen Pemasaran dan lingkup Pemasaran	Pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, lingkup Pemasaran, Company orientations toward the market places, fundamental marketing concept, trends & tasks	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
 Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813
[http:// www.mercubuana.ac.id](http://www.mercubuana.ac.id), email :umb@mercubuana.ac.id

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
2.	<u>Mampu memahami Penyusunan rencana dan strategi pemasaran</u> (Developing marketing strategies And plans)	Proses penyerahan nilai, orientasi pemasaran holistik dan nilai pelanggan, peran sentral dari perencanaan strategik, perencanaan strategik dan devisi, perusahaan, unit bisnis dan produk	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
3.	<u>Mampu memahami komponen-komponen system informasi pemasaran modern</u> , proses riset pemasaran	Sistem informasi pemasaran, lingkungan makro pemasaran, sistem riset pemasaran dan proses riset pemasaran	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
4.	<u>Mampu menjelaskan pentingnya berhubungan dengan pelanggan dan menganalisis pasar konsumen</u>	Membangun nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan, membangun relasi pelanggan, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, proses keputusan membeli	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5%
5.	<u>Mampu menjelaskan dan menganalisis pasar bisnis</u>	Pasar konsumen vs pasar bisnis, peserta proses pembelian bisnis, proses pembelian/pengadaan, Tahap-tahap proses pembelian, mengelola relasi pelanggan bisnis ke bisnis	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
6.	<u>mampu Mengidentifikasi STP</u>	Level dan pola segmentasi pasar, segmentasi pasar konsumen, segmentasi pasar bisnis, penetapan pasar sasaran.	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
7.	<u>Mampu mengidentifikasi pesaing</u>	Identifikasi pesaing, menganalisis pesaing, strategi bersaing untuk pemimpin pasar, penantang pasar, pengikut dan pengisi relung pasar	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
8.	UTS				20 %
9.	<u>Mampu mengidentifikasi pengembangan tawaran pasar yang baru</u>	Penataan organisasi, mengelolah proses pengembangan (gagasan, mengelolah proses pengembangan (konsep hingga strategi), pengembangan hingga strategi, dan proses penggunaan konsumen)	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	
10.	<u>Mampu merancang tawaran pasar global</u>	Memutuskan pasara mana yang harus dimasuki, cara memasukinya, memutuskan programa pemasarannya serta organisasi pemasaran	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
11.	<u>Mampu menjelaskan strategi produk dan merek</u>	Produk dan bauran produk, keputusan lini produk, keputusan merek, pengemasan dan pelabelan	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
12.	<u>Mampu merancang dan mengelolah jasa</u>	Hakikat jasa, strategi pemasaran untuk jasa, mengelolah jasa dukungan produk	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
13.	<u>Mampu menjelaskan</u> strategi dan program harga	Menentukan harga, menyesuaikan harga, memulai dan menanggapi perubahan harga.	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
14.	<u>Mampu merancang</u> saluran pemasaran	Fungsi dan arus saluran pemasaran, keputusan rancangan saluran, keputusan manajemen saluran, dinamika saluran	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
15.	<u>Mampu mengeloah komunikasi</u> pemasaran terpadu	Mengembangkan komunikasi efektif, memutuskan bauran komunikasi pemasaran, mengelolah iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
16.	UAS				20 %

Daftar Pustaka :

1. Marketing Management, Kotler & Keller Person International Edition (12 e), 2006
2. Manajemen Pemasaran, Philip Kotler, edisi 11, 2005
3. Pemasaran, Lamb, Hair, Mc. Daniel, 2001

	Nama Fungsi	Paraf
Dibuat Oleh	Dosen Pengampu / Tafiprios, SE, MM	


KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

Diperiksa Oleh	Ketua Program Studi S1 Manajemen / Dr. Rina Astini, SE, MM	
Disahkan Oleh	Dekan FEB / Dr. Wiwik Utami, Ak, M.Si.	

	BENTUK TUGAS PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	Q
---	---	----------

No. Dokumen	061.423.4.35.02					
Tgl. Efektif	01 September 2009					

MATA KULIAH : Manajemen Pemasaran
SEMESTER / SKS : III / 3 sks

		URAIAN TUGAS		
--	--	---------------------	--	--

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813
http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	OBYEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENGERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN	KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
1	-	-	-	-	-	-	-
2	Pemasaran, Manajemen Pemasaran dan lingkup Pemasaran	Pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, lingkup Pemasaran, Company orientations toward the market places, fundamental marketing concept, trends & tasks	Menyajikan hasil diskusi kelompok kecil (small group discussion) yang dikumpulkan pada akhir kuliah	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kerja kelompok ▪ Tugas berupa hasil diskusi yg dikumpulkan ▪ Topik diskusi ditentukan dosen ▪ Bahan diskusi dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk 	Tugas dalam bentuk tertulis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembahasan mencakup pemahaman dasar mengenai pemasaran 2. Penjelasan sistematis 3. Ketajaman analisa 	<p>40 %</p> <p>30 %</p> <p>30 %</p>
3	Mampu memahami <u>Penyusunan rencana</u> dan strategi pemasaran (Developing marketing strategies And plans)	Proses penyerahan nilai, orientasi pemasaran holistik dan nilai pelanggan, peran sentral dari perencanaan strategik, perencanaan strategik dan devisi, perusahaan, unit bisnis dan produk	Menyusun rencana dan strategi pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas Kelompok ▪ Kasus dibuat dosen ▪ Bahan diambil Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk 	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1,5 spasi ▪ Times New Roman font 12 ▪ Kertas A4 ▪ Minimal 3 halaman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketajaman analisa 2. Kelengkapan faktor yang dianalisa 3. Ketepatan pengumpulan 4. Kerapihan penyajian 	<p>30 %</p> <p>30 %</p> <p>20 %</p> <p>20 %</p>

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBJEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENGERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
4	Mampu memahami <u>komponen-komponen</u> system informasi pemasaran modern , proses riset pemasaran	Sistem informasi pemasaran, lingkungan makro pemasaran, sistem riset pemasaran dan proses riset pemasaran	Mengerjakan latihan soal dan dikumpulkan saat tatap muka berakhir	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas individu ▪ Soal dibuat dosen ▪ Bahan dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk 	Tugas dalam bentuk tertulis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis mencakup pemahaman komponen-komponen system informasi pemasaran modern 2. Ketajaman analisis 3. Kemampuan berpikir kritis 4. Kejelasan jawaban 	<p>30 %</p> <p>25 %</p> <p>25 %</p> <p>20%</p>

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBJEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
5	<u>Mampu menjelaskan pentingnya berhubungan dengan pelanggan dan menganalisis pasar konsumen</u>	Membangun nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan, membangun relasi pelanggan, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, proses keputusan membeli	Mengerjakan latihan soal dan dikumpulkan saat tatap muka berakhir	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas Individu ▪ Soal dibuat dosen ▪ Bahan dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk 	Tugas dalam bentuk tertulis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketajaman analisa pasar pelanggan dan hubungannya dengan perusahaan 2. Kemampuan berpikir kritis 3. Kerapihan penyajian 4. Ketepatan pengumpulan 	<p>30 %</p> <p>20 %</p> <p>10 %</p> <p>10 %</p>
6	<u>Mampu menjelaskan dan menganalisis pasar bisnis</u>	Pasar konsumen vs pasar bisnis, peserta proses pembelian bisnis, proses pembelian/pengadaan, Tahap-tahap proses pembelian, mengelola relasi pelanggan bisnis	Mengerjakan latihan soal dan dikumpulkan saat tatap muka berakhir	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas Individu ▪ Soal dibuat dosen ▪ Bahan dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk 	Tugas dalam bentuk tertulis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketajaman analisa pasar bisnis 2. Kemampuan berpikir kritis 3. Kerapihan penyajian 4. Ketepatan pengumpulan 	<p>30%</p> <p>30%</p> <p>20%</p> <p>20%</p>

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBJEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
		ke bisnis					
7	<u>Mampu Mengidentifikasi STP</u>	Level dan pola segmentasi pasar, segmentasi pasar konsumen, segmentasi pasar bisnis, penetapan pasar sasaran.	Membuat tugas kelompok mengenai Segmentasi, Targeting dan Positioning yang dikumpulkan pada saat UTS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas kelompok ▪ Kasus diberikan dosen ▪ Bahan dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk 	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1,5 spasi ▪ Times New Roman font 12 ▪ Kertas A4 Minimal 3 halaman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketajaman analisa 2. Kelengkapan faktor yang dianalisa 3. Ketepatan pengumpulan 4. Kerapihan penyajian 	30 % 30 % 20% 20%
8	UTS						
9	<u>Mampu mengidentifikasi pengembangan tawaran pasar yang baru</u>	Penataan organisasi, mengolah proses pengembangan (gagasan, mengelola proses pengembangan (konsep hingga strategi),	Mengumpulkan artikel mengenai tawaran pasar yang baru dari yang di kumpulkan pada minggu ke 10, dan dipresentasikan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas kelompok ▪ Bahan tugas dari berbagai artikel, dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk 	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1,5 spasi ▪ Times New Roman font 12 ▪ Kertas A4 Minimal 3 halaman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan analisis dan berfikir kritis 2. Keaktifan berkomunikasi 3. Kemampuan 	30 % 20 % 20 %

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBJEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
		pengembangan hingga strategi, dan proses penggunaan konsumen)				kerjasama 4. Kemampuan presentasi 5. Ketepatan menyerahkan tugas	20 % 10 %
10	<u>Mampu merancang tawaran pasar global</u>	Memutuskan pasar mana yang harus dimasuki, cara memasukinya, memutuskan programa pemasarannya serta organisasi pemasaran	Mengumpulkan artikel mengenai rancangan tawaran pasar global yang di kumpulkan pada minggu ke 11, dan dipresentasikan	Tugas kelompok Bahan tugas dari berbagai artikel, dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk	Tugas ditulis tangan: ▪ Dikertas folio bergaris ▪ Minimal pembahasan 2 halaman ▪ Artikel disertakan / dikumpulkan	1. Kemampuan analisis dan berfikir kritis 2. Keaktifan berkomunikasi 3. Kemampuan kerjasama 4. Kemampuan presentasi 5. Ketepatan menyerahkan tugas	30 % 20 % 20 % 20 % 10 %
11	<u>Mampu menjelaskan strategi produk dan</u>	Produk dan bauran produk, keputusan lini	Mengumpulkan artikel mengenai	Tugas kelompok Bahan tugas dari	Tugas diketik: ▪ 1,5 spasi	1. Kemampuan analisis dan	30 %

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBJEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENGERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
	merek	produk, keputusan merek, pengemasan dan pelabelan	strategi produk dan merek yang di kumpulkan pada minggu ke 12, dan dipresentasikan	berbagai artikel, dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Times New Roman font 12 ▪ Kertas A4 ▪ Minimal 4 halaman 	berfikir kritis 2. Keaktifan berkomunikasi 3. Kemampuan kerjasama 4. Kemampuan presentasi 5. Ketepatan menyerahkan tugas	20 % 20 % 20 % 10 %
12	<u>Mampu merancang dan</u> mengelola jasa	Hakikat jasa, strategi pemasaran untuk jasa, mengelola jasa dukungan produk	Mengumpulkan artikel mengenai hakikat jasa, strategi pemasaran untuk jasa, dan mengelola sebuah bisnis, yang di kumpulkan pada minggu ke 13, dan dipresentasikan	Tugas kelompok Bahan tugas dari berbagai artikel, dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1,5 spasi ▪ Times New Roman font 12 ▪ Kertas A4 ▪ Minimal 4 halaman 	1. Kemampuan analisis dan berfikir kritis 2. Keaktifan berkomunikasi 3. Kemampuan kerjasama 4. Kemampuan presentasi 5. Ketepatan menyerahkan	30 % 20 % 20 % 20 % 10 %

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBJEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
						n tugas	
13	<u>Mampu menjelaskan</u> strategi dan program harga	Menentukan harga, menyesuaikan harga, memulai dan menanggapi perubahan harga.	Mengumpulkan artikel mengenai strategi dan program harga, yang di kumpulkan pada minggu ke 14, dan dipresentasikan	Tugas kelompok Bahan tugas dari berbagai artikel, dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1,5 spasi ▪ Times New Roman font 12 ▪ Kertas A4 ▪ Minimal 4 halaman 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Kemampuan identifikasi 2 Ketajaman analisis 3 Sistematika jawaban 4 Kejelasan jawaban 5 Kerapihan penyajian 	<p>30 %</p> <p>20 %</p> <p>20 %</p> <p>20 %</p> <p>10 %</p>

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBJEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
14	<u>Mampu merancang saluran pemasaran</u>	Fungsi dan arus saluran pemasaran, keputusan rancangan saluran, keputusan manajemen saluran, dinamika saluran	Mengumpulkan artikel mengenai strategi dan program harga, yang di kumpulkan pada minggu ke 15, dan dipresentasikan	Tugas kelompok Bahan tugas dari berbagai artikel, dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1,5 spasi ▪ Times New Roman font 12 ▪ Kertas A4 ▪ Minimal 4 halaman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan identifikasi 2. Ketajaman analisis 3. Sistematika jawaban 4. Kejelasan jawaban 5. Kerapihan penyajian 	<p>30 %</p> <p>20 %</p> <p>20 %</p> <p>20 %</p> <p>10 %</p>
15	<u>Mampu mengelola komunikasi pemasaran terpadu</u>	Mengembangkan komunikasi efektif, memutuskan bauran komunikasi pemasaran, mengelola iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung	Menjawab soal mengenai saluran pemasaran, dikumpulkan di akhir kuliah	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas Individu ▪ Soal dibuat dosen Bahan dari Kotler & Keller, dan Charles W. Lam, dkk	Tugas dalam bentuk tertulis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan identifikasi 2. Ketajaman analisis 3. Sistematika jawaban 4. Kejelasan jawaban 	<p>25 %</p> <p>25 %</p> <p>25 %</p> <p>25 %</p>

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBJEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
16	U A S						
18 Mei 2009 Disahkan oleh : <u>Dra. Yuli Harwani R. MM.</u> Dekan		18 Mei 2009 Diperiksa oleh : <u>Arief Bowo Prayoga K. SE. MM</u> Ketua PS S1 - Manajemen		18 Mei 2009 Dibuat oleh Tim Penyusun : <u>Tafiprios, SE., MM</u> Koordinator Mata Kuliah			

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id



**SILABI
PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI**

Q

No. Dokumen	061.423.4.35.02						
Tgl. Efektif	01 September 2009						

Mata Kuliah/SKS : Manajemen Pemasaran / 3 sks
Kompetensi : Mampu menjelaskan pentingnya pemasaran, mencari peluang di lingkungan pemasaran, menganalisis perilaku pembelian, menentukan strategi pemasaran dan program pemasaran.

Dalam perkuliahan ini, mahasiswa akan diberikan pemahaman tentang filosofis kegiatan bisnis yang jalankan berdasarkan konsep pemasaran untuk dapat digunakan dalam pengembangan strategi dan penyusunan program pemasaran organisasi/perusahaan. Pada tahap awal akan dibahas tentang bagaimana suatu rencana pemasaran disusun, mengembangkan sistem informasi pemasaran, menjalin hubungan dengan pelanggan, penentuan target market, memposisikan produk serta program program pemasaran yang perlukan untuk pencapaiannya. Program program pemasaran yang akan dibahas meliputi pengembangan penawaran baru, produk dan merek, penentuan harga, perancangan saluran distribusi dan komunikasi pemasaran.

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id

Prasyarat :

KAMPUS MERUYA

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021- 5840816 (Hunting), Fax 021 - 584 0813

http:// www.mercubuana.ac.id, email :umb@mercubuana.ac.id