



## RANCANGAN PEMBELAJARAN PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

# Q

No. Dokumen	061.423.4.35.02					
Tgl. Efektif	01 September 2009					

Mata Kuliah : **Manajemen Produk dan Merek** Semester : VII Sks : 3  
 Kompetensi : Mampu menyusun perencanaan produk baru dengan pendekatan strategi proaktif, mengembang strategi peluncurannya, menganalisis dan mengelola kinerja produk yang sudah eksis beserta pengembangan strategi dan kebijakan merek yang mengikutinya.

(1) TATAP MUKA KE	(2) KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	(3) BAHAN KAJIAN	(4) BENTUK PEMBELAJARAN	(5) KRITERIA PENILAIAN	(6) BOBOT NILAI
1	Memahami ruang lingkup, rerangka perkuliahan, proses dan aturan aturan yang harus diikuti selama mengikuti perkuliahan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pentingnya pengelolaan produk dan merek.</li> <li>- Mengenal profesi manajer produk dan merek,</li> <li>- Keputusan dan aktifitas manajer produk dan merek.</li> </ul>	Ceramah, dan tanya jawab.	Partisipasi dalam diskusi, kejelasan dalam bertanya dan menjawab.	
2	Dapat menjelaskan alasan diperlukannya produk baru dan beberapa pendekatan dalam pengembangan produk baru serta strategi dalam peluncuran produk baru	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendekatan dalam pengembangan produk baru.</li> <li>- Strategi dalam peluncuran produk baru.</li> <li>- Pembahasan praktis tentang pengalaman perusahaan.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan , cara ber komunikasi dalam melakukan presentasi	
3	Mampu menjelaskan proses pengembangan produk baru dengan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analisis kebutuhan pengembangan produk</li> </ul>	Ceramah, kasus singkat dan diskusi.	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, cara ber	6 %

### KAMPUS MENARA BHAkti

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), e-mail:umb@mercubuana.ac.id

(1) TATAP MUKA KE	(2) KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	(3) BAHAN KAJIAN	(4) BENTUK PEMBELAJARAN	(5) KRITERIA PENILAIAN	(6) BOBOT NILAI
	pendekatan proaktif dan rasional serta persyaratan manajerial yang diperlukan untuk suksesnya pengembangan tersebut.	baru. - Proses pengembangan produk baru. - Organisasi dalam pengembangan produk baru.		komunikasi dalam melakukan presentasi dan keaktifan seluruh mahasiswa	
4	Mampu menyusun ide produk baru dan pengembangan konsep dan penentuan metode pengujiannya	- Pengembangan ide dan konsep produk. - Metode pengujian Konsep produk	Tugas kelompok dan presentasi.	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan , cara ber komunikasi dalam melakukan presentasi dan keaktifan seluruh mahasiswa	6 %
5	Mampu mengembangkan rencana program peluncuran produk baru untuk tahap komersialisasi.	- Pengembangan strategi dan Program pemasaran produk baru - Implementasi dan Pengendalian program produk peluncuran	Studi Kasus, Presentasi dan diskusi.	Kelengkapan dan kebenaran penyelesaian kasus , cara berkomunikasi dalam melakukan presentasi dan keaktifan seluruh mahasiswa	6 %
6	Mampu melakukan analisis pasar dan persaingan serta strategi bauran produk / merek	- Menggunakan hasil riset pemasaran. - Analisis persaingan produk / merek. - Strategi bauran produk	Studi Kasus, presentasi dan diskusi.	Kelengkapan dan kebenaran penyelesaian kasus , cara ber komunikasi dalam melakukan presentasi dan keaktifan seluruh mahasiswa	6 %
7	Mampu melakukan analisis kinerja produk / merek dalam membentuk portofolio produk.	- Pengukuran kinerja produk. - Analisis portofolio produk.	Tugas kelompok dan presentasi	Kelengkapan dan kebenaran analisis, cara ber komunikasi dalam melakukan presentasi dan keaktifan seluruh mahasiswa.	6 %
8	UTS				20 %
9	Dapat menjelaskan bagaimana suatu merek dikelola untuk menciptakan pemasaran produk dan jasa.	- Konsep dasar merek dan perlunya memiliki ekuitas merek. - Proses manajemen merek yang strategis.	Ceramah, dan diskusi.	Partisipasi dalam diskusi, kejelasan dalam bertanya dan menjawab.	
10	Dapat menjelaskan model <i>Customer Based Brand Equity</i> dan	- <i>Customer Based Brand Equity</i> .	Ceramah, kasus singkat dan diskusi.	Kelengkapan dan kebenaran penyelesaian kasus , cara	6 %

### KAMPUS MENARA BHAKTI

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), e-mail:umb@mercubuana.ac.id

(1) TATAP MUKA KE	(2) KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	(3) BAHAN KAJIAN	(4) BENTUK PEMBELAJARAN	(5) KRITERIA PENILAIAN	(6) BOBOT NILAI
	menggunakannya untuk menganalisis pemasaran suatu merek.			berkomunikasi dalam melakukan diskusi dan keaktifan seluruh mahasiswa	
11	Mampu menganalisis alternatif elemen merek dan mengembangkan strategi positioning.	- Kriteria dalam mempertimbangkan elemen merek. - Analisis pasar dan persaingan dalam kebijakan merek. - Brand Positioning.	Studi Kasus, Presentasi dan diskusi.	Kelengkapan dan kebenaran analisis, cara ber komunikasi dalam melakukan presentasi dan keaktifan seluruh mahasiswa.	6 %
12	Mampu mengembangkan program pemasaran yang menyatu dengan kebijakan merek.	- Mengintegrasikan merek dengan program pemasaran	Studi Kasus, Presentasi dan diskusi.	Kelengkapan dan kebenaran analisis, cara ber komunikasi dalam melakukan presentasi dan keaktifan seluruh mahasiswa.	6 %
13	Mampu mengembangkan Strategi merek untuk pemasaran perusahaan	- Bentuk bentuk strategi merek. - Keberhasilan dan kegagalan strategi merek.	Ceramah, studi kasus dan presentasi.	Kelengkapan dan kebenaran analisis, cara ber komunikasi dalam melakukan presentasi dan keaktifan seluruh mahasiswa.	
14	Mampu mengembangkan Strategi merek untuk pemasaran perusahaan	- Bentuk bentuk strategi merek. - Keberhasilan dan kegagalan strategi merek.	Ceramah, studi kasus dan presentasi.	Kelengkapan dan kebenaran analisis, cara ber komunikasi dalam melakukan presentasi dan keaktifan seluruh mahasiswa.	6 %
15	Mampu menganalisis dan mengevaluasi kinerja merek untuk melakukan perbaikan pemasaran perusahaan.	- Brand Audit. - Brand reinforcement dan revitalization.	Ceramah, studi kasus dan presentasi.	Kebenaran analisis dan kerjasama	6 %
16	UAS				20 %

**Literatur :**

1. Hauser, 2003, *Designing and marketing New Product*, Prentice hall.
2. Lehman, David Herr, *Product Management*, 4<sup>th</sup> edition, McGrawHill.
3. Keller, 2003, *Strategic Brand Management*, Prentice Hall.

**KAMPUS MENARA BHAkti**

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), e-mail:umb@mercubuana.ac.id

4. Craven, 2005, *Strategic Marketing*, Prentice Hall.

**BENTUK PEMBELAJARAN:**

- Cooperative Learning : Membahas dan menyimpulkan masalah/tugas yang diberikan dosen secara berkelompok
- Collaborative Learning : Bekerjasama dengan anggota kelompok dalam mengerjakan tugas
- Contextual Instruction : (1) Membahas konsep/teori kaitannya dengan situasi nyata, (2) Melakukan studi lapang/terjun di dunia nyata untuk mempelajari kesesuaian teori
- Problem Based Learning : Belajar dengan menggali/mencari informasi (*inquiry*) serta memanfaatkan informasi tersebut untuk memecahkan masalah faktual yang dirancang oleh dosen
- Small Group Discussion : (1) Membentuk kelompok 5-10 orang, (2) Menentukan bahan diskusi, (3) Mempresentasikan *paper* dan mendiskusikan di kelas

<b>Disahkan oleh:</b> 18 Mei 2009	<b>Diperiksa oleh:</b> 18 Mei 2009	<b>Dibuat oleh Tim Penyusun:</b> 18 Mei 2009
<u>Dra. Yuli Harwani R. MM.</u> Dekan	<u>Arief Bowo Prayoga K,SE.,MM</u> Ketua PS S1 - Manajemen	<u>Endi Rekarti,SE, ME.</u> Koordinator Mata Kuliah

**KAMPUS MENARA BHAKTI**

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), e-mail:umb@mercubuana.ac.id



**BENTUK TUGAS  
PROGRAM STUDI S1 - MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI**

Q

No. Dokumen	<b>061.423.4.35.02</b>					
Tgl. Efektif	01 September 2009					

**MATA KULIAH** : Manajemen Produk dan merek  
**SEMESTER / SKS** : VII / 3

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBYEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
1	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-
3	Mampu menjelaskan bagaimana suatu produk baru dikembangkan dengan pendekatan proaktif dan rasional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proses pengembangan produk baru</li> </ul>	Mahasiswa menganalisis kasus pengembangan produk baru untuk kemudian dievaluasi kelebihan dan kelemahan dalam proses pengembangan tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tugas Kelompok</li> <li>▪ Kasus disiapkan dosen</li> <li>▪ Bahan dari kasus / artikel pengembangan produk baru di dalam tex book yang disarankan.</li> <li>▪ Siapkan presentasi</li> </ul>	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1,5 spasi</li> <li>▪ Times New Roman font 12</li> <li>▪ Kertas A4</li> <li>▪ Minimal 4halaman</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketajaman analisa</li> <li>2. Langkah dan Ketepatan evaluasi.</li> <li>3. Ketepatan pengumpulan</li> <li>4. Kerapihan penyajian dan presentasi</li> </ol>	30 % 30 % 20 % 20 %

**KAMPUS MENARA BHAkti**

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), e-mail: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		
				yang dilengkapi gambar produk			
4	Mampu mengemjembangkan ide produk baru	Pengembangan ide dan pengujian konsep	Mahasiswa mencari persoalan konsumen pada suatu produk tertentu untuk kemudian berupaya untuk memunculkan <sup>1</sup> atau lebih ide untuk produk baru. Kemudian mahasiswa mencoba mengembangkan konsep alternatif untuk masing masing ide produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tugas Kelompok</li> <li>▪ Lakukan tugas dengan rerangka konsep yang didiskusi di kelas..</li> <li>▪ Bahan dari surat kabar, majalah, makalah seminar, bahan kuliah dan sumber lainnya.</li> </ul>	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1,5 spasi</li> <li>▪ Times New Roman font 12</li> <li>▪ Kertas A4</li> <li>▪ Minimal 4 halaman</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kreatifitas ide dan konsep produk yang diusulkan.</li> <li>2. Ketajaman analisis</li> <li>3. Bentuk penyajian laporan</li> <li>4. Ketepatan penyerahan tugas.</li> </ol>	50 %  25 %  15 %  10 %
5	Mampu mengembangkan rencana program peluncuran produk baru untuk tahap komersialisasi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengembangan strategi pemasaran produk baru dan program peluncuran produk baru</li> </ul>	Menyusun sebuah rencana pemasaran dan peluncuran produk baru yang sudah diusulkan pada tugas sebelumnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tugas kelompok</li> <li>▪ Tugas sebelumnya.</li> <li>▪ Bahan dari surat kabar, majalah, makalah, bahan kuliah dan sumber lainnya.</li> </ul>	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1,5 spasi</li> <li>▪ Times New Roman font 12</li> <li>▪ Kertas A4</li> <li>▪ Minimal 4 halaman</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan dan ketepatan program tyang disusun.</li> <li>2. Ketajaman analisa dan pembuatan asumsi pasar.</li> <li>3. Bentuk penyajian laporan.</li> <li>4. Ketepatan pengumpulan</li> </ol>	50 %  25 %  15 %  10 %
	-	-	-			-	

### KAMPUS MENARA BHAkti

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), e-mail:umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBYEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
6				-	-		-
7	Mahasiswa mampu melakukan analisis kinerja produk dan portofolionya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengukuran kinerja produk.</li> <li>- Analisis portofolio produk</li> </ul>	Mahasiswa melakukan analisis terhadap sebuah kasus perusahaan dengan beberapa portofolio produk yang dimiliki untuk kemudian memberikan saran tindakan yang perlu dilakukan perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tugas Kelompok</li> <li>▪ Lakukan tugas sesuai dengan konsep dan teori yang diberikan.</li> <li>▪ Kasus disiapkan dosen.</li> <li>▪ Bahan dari literature yang disarankan pada mata kuliah ini.</li> </ul>	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1,5 spasi</li> <li>▪ Times New Roman font 12</li> <li>▪ Kertas A4 Minimal 4 halaman</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan dan ketepatan program yang disusun.</li> <li>2. Ketajaman analisa.</li> <li>3. Bentuk penyajian laporan.</li> <li>4. Ketepatan pengumpulan</li> <li>5. Presentasi</li> </ol>	40 %  25 %  15 %  10 % 10 %
8	U T S						
9	-	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-	-
11	Mampu mempertimbangkan alternatif elemen merek dan strategi positioningnya	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Elemen merek</li> <li>▪ Positioning merek</li> </ul>	Mahasiswa mengambil dua contoh merek (satu sukses dan satu kurang sukses) yang ada di pasaran Indonesia kemudian melakukan analisis terhadap elemen dan positioning kedua merek tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tugas Individu</li> <li>▪ Bahas sesuai konsep dan teori yang ada.</li> <li>▪ Bahan tugas dari bahan kuliah dan berbagai artikel, di majalah, surat kabar atau sumber lainnya.</li> </ul>	Tugas ditulis tangan: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dikertas folio bergaris</li> </ul> Tulisan rapi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan identifikasi merek sukses dan kurang sukses</li> <li>2. Ketajaman analisis</li> <li>3. Sistematika jawaban</li> <li>4. Kejelasan jawaban</li> </ol>	25 %  25 %  20 %  20 %  10 %

### KAMPUS MENARA BHAKTI

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), e-mail:umb@mercubuana.ac.id

TATAP MUKA	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBYEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN DAN BATASAN-BATASAN	METODE / CARA MENGERJAKAN TUGAS DAN ACUAN YANG DIGUNAKAN	DESKRIPSI LUARAN TUGAS YANG DIHASILKAN		
						5. Kerapihan penyajian	
12	-	-	-	-	-	-	-
13	Mampu mengembangkan strategi dan program pemasaran yang terintegrasi dalam membangun merek.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Program pemasaran merek.</li> <li>▪ Strategi merek</li> </ul>	Mahasiswa mencoba menyusun usulan strategi dan program pemasaran terpadu untuk membangun suatu merek yang ditentukan oleh kelompok.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tugas Kelompok.</li> <li>- Bahan dari berbagai sumber.</li> </ul>	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1,5 spasi</li> <li>▪ Times New Roman font 12</li> <li>▪ Kertas A4</li> <li>▪ Minimal 4 halaman</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebenaran menganalisis kasus</li> <li>2. Keaktifan dalam tanya jawab</li> <li>3. Kemampuan kerjasama</li> <li>4. Kemampuan presentasi</li> </ol>	<p>25 %</p> <p>25 %</p> <p>25 %</p>
14							
15	Mahasiswa mampu mengevaluasi kinerja merek dari suatu perusahaan dan memberikan usulan perbaikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategi merek.</li> <li>- Audit merek.</li> <li>- Reinforcemen dan revitalisasi merek.</li> </ul>	Mahasiswa mendiskusikan dan menganalisis kondisi strategi dan implementasi strategi dari sebuah perusahaan dari kasus yang diberikan dosen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tugas kelompok.</li> <li>- Kasus dari dosen.</li> <li>- Bahan tugas dari buku wajib dan bahan kasus yang diberikan dosen.</li> </ul>	Tugas diketik: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1,5 spasi</li> <li>▪ Times New Roman font 12</li> <li>▪ Kertas A4</li> <li>Minimal 6halaman</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketepatan analisis dan penggunaan konsep.</li> <li>2. Kejelian dalam menganalisis.</li> <li>3. Usulan perbaikan yang disarankan</li> <li>4. Ketepatan waktu pengumpulan</li> <li>5. Kerapihan penyajian tugas.</li> </ol>	<p>30 %</p> <p>25 %</p> <p>25 %</p> <p>10 %</p> <p>10 %</p>
16	<b>U A S</b>						

### KAMPUS MENARA BHAkti



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), e-mail:umb@mercubuana.ac.id



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

	<b>SILABI</b> <b>PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN</b> <b>FAKULTAS EKONOMI</b>	
---	--	---

No. Dokumen	<b>061.423.4.35.02</b>					
Tgl. Efektif	01 September 2009					

Mata Kuliah/SKS/SMT: Manajemen Produk dan Merek / 3 sks/VII

Kompetensi : Mampu menyusun perencanaan produk baru dengan pendekatan strategi proaktif, mengembang strategi peluncurannya, menganalisis dan mengelola kinerja produk yang sudah eksis beserta pengembangan strategi dan kebijakan merek yang mengikutinya.

Mata kuliah ini memberikan pemahaman konseptual dan praktis tentang bagaimana suatu produk dikelola mulai dari pemunculan ide sampai produk tersebut diluncurkan di pasar dan mengelolanya untuk mampu bersaing dan bertahan dengan menggunakan kebijakan merek. Banyak pendekatan dalam proses kebijakan produk baru, salah satunya dapat dilakukan dengan pendekatan proaktif dan rasional yang akan menjadi penekanan pada mata kuliah ini. Bagaimana memunculkan ide, menseleksinya, mengembangkan konsep dan strategi, analisis bisnis, pengujian pasar dan akhirnya produk baru dapat dipersiapkan untuk tahapan komersialisasi serta melakukan evaluasi

#### **KAMPUS MENARA BHAKTI**

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), e-mail:umb@mercubuana.ac.id

kinerja produk baru akan dibahas pada paruh pertama masa perkuliahan. Setelah itu mahasiswa akan diajak untuk mengenal konsep dan praktek dalam membangun suatu merek dan portofolionya untuk suatu sekumpulan produk perusahaan yang dipasarkan. Bagaimana menentukan elemen merek, membangun dan mengukur ekuitas merek, mengembangkan strategi dan program pemasaran merek, mengevaluasi dan memperbaiki strategi maupun program pemasaran untuk meningkatkan kinerja merek

Prasyarat : Manajemen Pemasaran.

**KAMPUS MENARA BHAKTI**

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), e-mail:umb@mercubuana.ac.id