

# RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

## PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



STRATA

# S1

### SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI AKA

<b>Mata Kuliah</b>	MANAJEMEN PEMASARAN 2	<b>Kode Mata Kuliah</b>	KBM404	<b>Bobot</b>	2 SKS	<b>Semester</b>	4	1 dari 2
--------------------	-----------------------	-------------------------	--------	--------------	-------	-----------------	---	----------

Tanggal	Minggu	Pertemuan	Bahan Kajian	Pokok Bahasan	Referensi	Metoda Pembelajaran
	I	I	Menghadapi persaingan	Merancang tugas tentang strategi persaingan pada suatu perusahaan baik pemimpin pasar, penantang pasar, maupun pengikut pasar.	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok
	II	II	Mengembangkan Strategi Produk	menjelaskan teori tentang strategi produk dan klasifikasi produk. Menyusun tugas untuk mahasiswa melakukan analisis strategi produk	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok
	III	III	Mengembangkan Strategi dan Program Penetapan Harga	menjelaskan teori tentang strategi penetapan harga. Menyusun tugas untuk mahasiswa melakukan analisis penetapan harga dalam sebuah perusahaan dan cara yang seharusnya dilakukan dalam merespons perubahan harga.	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok
	IV	IV	Keputusan Manajemen Saluran Distribusi	memberikan metode atau petunjuk bagi mahasiswa untuk menggali lebih mendalam tentang saluran pemasaran, keputusan dalam pemilihan saluran pemasaran yang efektif dan menciptakan nilai bagi pelanggan.	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok
	V	V	Mengelola Perdagangan Eceran, Grosir, dan Logistik.	menjelaskan teori tentang pengelolaan logistik. Menyusun	1. Philip Kotler dan Kevin Lane	Ceramah dan diskusi kelompok

				tugas untuk mahasiswa melakukan analisis pengelolaan logistik dalam sebuah perusahaan eceran dan grosir.	Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.		
	VI	VI	Merancang dan mengelola komunikasi pemasaran terintegrasi	menjelaskan teori tentang bauran komunikasi pemasaran. Menyusun kasus tentang bauran komunikasi pemasaran pada suatu perusahaan.	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok	
	VII	VII	Mengelola komunikasi massa: Iklan, Promosi Penjualan.	menjelaskan teori tentang bauran pengelolaan program iklan dan media iklan. Menyusun kasus tentang memutuskan media promosi yang tepat oleh suatu perusahaan.	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok	
	VIII	VIII	<b>Ujian Tengah Semester</b>				
	IX	IX	Merancang dan Mengelola Jasa	Merancang tugas tentang pengelolaan jasa pada sebuah perusahaan dan cara mengelola merek jasa.	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok	
	X	X	Mengelola komunikasi massa: acara, pengalaman, dan hubungan pelanggan	menjelaskan teori tentang bauran pengelolaan komunikasi massa seperti acara, pengalaman, dan hubungan pelanggan. Menyusun kasus tentang pengelolaan hubungan pelanggan dalam suatu perusahaan.	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok	
	XI	XI	Mengelola komunikasi massa: acara, pengalaman, dan hubungan pelanggan	menjelaskan teori tentang bauran pengelolaan komunikasi massa seperti acara, pengalaman, dan hubungan pelanggan. Menyusun kasus tentang pengelolaan hubungan pelanggan dalam suatu	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi	Ceramah dan diskusi kelompok	

				perusahaan.	13 Jilid 1 dan 2.	
	XII	XII	Mengelola komunikasi pribadi: pemasaran langsung.	Membahas tentang tentang komunikasi pribadi dan cara mengelola komunikasi pribadi melalui pemasaran langsung.	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok
	XIII	XIII	Memperkenalkan Penawaran Pasar yang Baru	merancang diskusi tentang penawaran pasar yang baru dengan pengembangan produk baru beserta strategi yang dilakukan.	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok
	XIV	XIV	Masuk ke Dalam Pasar Global	menjelaskan teori tentang persaingan dalam pasar global dan cara perusahaan dalam memasuki pasar global. cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam memasuki pasar global.	1 Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok
	XV	XV	Masuk ke Dalam Pasar Global	penyesuaian-penyesuaian yang dilakukan serta kegagalan atau keberhasilan ekspansi yang dilakukan oleh suatu perusahaan menghadapi pasar global	1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.	Ceramah dan diskusi kelompok
	XVI	XVI	<b>Ujian Akhir Semester</b>			

# RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN

## PROGRAM STUDI MANAJEMEN



STRATA

# S1

### SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI AKA

<b>Mata Kuliah</b>	MANAJEMEN PEMASARAN 2	<b>Kode Mata Kuliah</b>	KBM404	<b>Bobot</b>	2 SKS	<b>Semester</b>	4	1 dari 7
--------------------	-----------------------	-------------------------	--------	--------------	-------	-----------------	---	----------

Tanggal	Minggu	Pertemuan	Kegiatan Mahasiswa	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Assessment		
					Indikator	Bentuk	Bobot
	I	I	: Membuat kelompok tiap kelompok, membahas dan menyimpulkan atas kasus yang diberikan oleh Dosen.	Mampu memahami cara menghadapi persaingan, mengidentifikasi pesaing, menganalisis pesaing. Mampu memahami strategi kompetitif bagi pemimpin pasar, penantang pasar, dan pengikut pasar.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mahasiswa berpartisipasi aktif dalam diskusi dan menyampaikan apa yang menjadi ide atau pendapat mereka secara benar sesuai dengan teori manajemen pemasaran	5%
	II	II	membahas dan menganalisis kaitan antara konsep atau teori dengan kondisi aktual dalam perusahaan	Mampu menentukan strategi produk, karakteristik dan klasifikasi produk, diferensiasi, hubungan produk dan merek, pengemasan, pelabelanm jaminan, dan garansi.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mampu mengalalisis kaitan antara konsep teori dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	5%
	III	III	membahas dan menganalisis kaitan antara konsep atau teori dengan kondisi aktual dalam perusahaan.	Mahasiswa mampu memahami penetapan harga, menyesuaikan harga. Mampu memahami memulai	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria	Mampu mengalalisis kaitan antara konsep teori	5%

				dan merespons perubahan harga.	- Keaktifan berdiskusi	dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	
	IV	IV	mencari, mengumpulkan, menyusun, dan menyimpulkan informasi terkait dengan topik tugas yang ditentukan oleh dosen.	Mampu memahami saluran pemasaran dan jaringan nilai. Mampu memahami peran saluran pemasaran. Mampu mengambil keputusan terhadap manajemen saluran. Mampu memahami integrasi dan sistem saluran. Mampu memahami konflik, kerja sama dan persaingan. Mampu melakukan praktik pemasaran e-commerce.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mahasiswa mampu merancang strategi dan rencana pemasaran dengan baik dan benar.	5%
	V	V	membahas dan menganalisis kaitan antara konsep atau teori dengan kondisi aktual dalam perusahaan.	Mampu memahami cara mengelola perdagangan eceran, grosir, dan logistik. Mampu memahami logistik pasar.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mampu mengalalisis kaitan antara konsep teori dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	5%
	VI	VI	Membahas dan menganalisis kaitan antara konsep atau teori dengan kondisi aktual dalam perusahaan.	Mampu memahami peran komunikasi pemasaran. Mampu mengembangkan komunikasi efektif. Mampu memahami bauran komunikasi pemasaran. Mampu mengelola proses komunikasi pemasaran terintegrasi.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mampu mengalalisis kaitan antara konsep teori dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	5%
	VII	VII	Membahas dan menganalisis kaitan antara konsep atau teori dengan kondisi aktual dalam perusahaan.	Mampu mengembangkan dan mengelola program iklan. Mampu memutuskan media iklan yang tepat dan	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria	Mampu mengalalisis kaitan antara konsep teori	5%

				mengukur efektivitas. Mampu memahami kelebihan dan kelemahan masing-masing media promosi.	- Keaktifan berdiskusi	dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	
	VIII	VIII	UJIAN Tengah Semester				
	IX	IX	Membuat kelompok tiap kelompok, membahas dan menyimpulkan atas kasus yang diberikan oleh Dosen.	Mampu merancang dan mengelola jasa, strategi pemasaran untuk perusahaan jasa, mengelola kualitas jasa, mengelola merek jasa, mengelola jasa pendukung.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mahasiswa mampu merancang strategi dan rencana pemasaran dengan baik dan benar.	5%
	X	X	Membahas dan menganalisis kaitan antara konsep atau teori dengan kondisi aktual dalam perusahaan.	Mampu mengembangkan dan mengelola promosi melalui acara, pengalaman, dan hubungan pelanggan.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mampu mengalaisis kaitan antara konsep teori dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	5%
	XI	XI	Membuat kelompok tiap kelompok, membahas dan menyimpulkan atas kasus yang diberikan oleh Dosen.	Mahasiswa mampu memahami komunikasi pribadi seperti pemasaran langsung yang meliputi pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut. Mampu merancang tenaga penjualan dan mengelola tenaga penjualan.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mampu mengalaisis kaitan antara konsep teori dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	5%
	XII	XII	Membuat kelompok tiap kelompok, membahas dan menyimpulkan atas kasus yang diberikan oleh Dosen.	Mampu memahami cara komunikasi yang efektif dalam penjualan personal. Mampu memahami kelebihan dan kelemahan penjualan personal dan jenis-jenis penjualan personal.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mampu mengalaisis kaitan antara konsep teori dengan kondisi aktual	5%

						dengan benar dan tepat	
	XIII	XIII	Membahas dan mendiskusikan terhadap topik yang telah ditentukan oleh dosen, sehingga mendapat suatu pemahaman bersama.	pengembangan produk baru, Mampu mengelola proses pengembangan ide. Mampu mengelola proses pengembangan konsep sampai strategi. Mampu memahami proses adopsi konsumen.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mampu mengalaisis kaitan antara konsep teori dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	5%
	XIV	XIV	Membahas dan menganalisis kaitan antara konsep atau teori dengan kondisi aktual dalam perusahaan.	Mampu memahami persaingan pada basis global. Mampu memahami keputusan ekspansi ke luar negeri.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mampu mengalaisis kaitan antara konsep teori dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	5%
	XV	XV	Membahas dan menganalisis kaitan antara konsep atau teori dengan kondisi aktual dalam perusahaan.	Mampu memahami cara untuk memasuki pasar, pengaruh negara asal, memutuskan program pemasaran yang tepat, dan memutuskan organisasi pemasaran.	Penyediaan materi diskusi memenuhi kriteria - Keaktifan berdiskusi	Mampu mengalaisis kaitan antara konsep teori dengan kondisi aktual dengan benar dan tepat	5%
	XVI	XVI	UJIAN AKHIR SEMESTER				

## **Referensi**

1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dengan judul Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2.
2. Perreault dengan judul Pemasaran Dasar Jilid 1 dan 2 Edisi 16 serta karangan Cateora dan Graham dengan judul Pemasaran Internasional jilid 1 dan 2 edisi 13.