



**RANCANGAN PERKULIAHAN
PROGRAM STUDI S-1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Q

No. Dokumen	061.423.4.70.00	Distribusi			
Tgl. Efektif	01 November 2011				

Judul Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Semester : II Sks : 3

Kode : 84009

Dosen/Team Teaching : 1. Tafiprios, SE., MM

2. Dra. Yuli Harwani, MM

Diskripsi Mata Kuliah :

- Menjelaskan keterkaitan mata kuliah ke dalam struktur kurikulum secara keseluruhan pada prodi.
- Menjelaskan keterkaitan dengan kecurian fakultas / prodi dan atau kecurian lulusan kesarjanaaan
- Menjelaskan keterkaitan mata kuliah dengan mata kuliah lain yang menjadi prasyarat atau keberlanjutan mata kuliah ini

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

Tujuan Pembelajaran

- Tujuan Pembelajaran
- *Out put* bagi lulusan mata kuliah

Pokok Bahasan : Topik inti dari mata kuliah (berisi 5 atau 6 sub tema)

No	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	

No	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
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</u> modern, 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 %