



SATUAN ACARA PERKULIAHAN (SAP)

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Universitas Dian Nuswantoro

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
 Kode Mata Kuliah : P32006
 Sks : 3 sks
 Semester : 1
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

1. Mahasiswa mampu menjelaskan ruang lingkup manajemen pemasaran
2. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep-konsep dasar dan strategi-strategi manajemen pemasaran
3. Mahasiswa mampu menjelaskan aplikasi-apliasi nyata pemasaran di dunia bisnis
4. Mahasiswa mampu menerapkan pengetahuan manajemen pemasaran secara nyata di dunia bisnis

Pertemuan	Kompetensi Dasar	Indikator Pencapaian	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Teknik Pembelajaran	Media Pembelajaran	Penugasan	Referensi
1	Mahasiswa mampu menjelaskan manajemen Pemasaran	1. Mengetahui definisi pemasaran untuk abad ke 21	Manajemen Pemasaran	1. Definisi pemasaran untuk abad ke 21	Ceramah, Latihan	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
2	Mahasiswa mampu menjelaskan strategi dan rencana pemasaran	1. Mengetahui pengembangan strategi pemasaran 2. Mengetahui pengembangan rencana pemasaran	Strategi dan rencana pemasaran	1. Pengembangan strategi pemasaran 2. Pengembangan rencana pemasaran	Ceramah, Latihan	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
3	Mahasiswa mampu menjelaskan pendalaman pemasaran	1. Mengetahui informasi dan memindai lingkungan 2. Mengetahui riset pemasaran dan meramalkan permintaan	Pemasaran	1. Informasi dan memindai lingkungan 2. Riset pemasaran dan meramalkan permintaan	Ceramah, Latihan	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
4, 5	Mahasiswa mampu menjelaskan hubungan dengan pelanggan	1. Mengetahui nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan 2. Mengetahui analisis pasar konsumen 3. Mengetahui analisis pasar bisnis 4. Mengetahui identifikasi segmen dan target pasar	Hubungan dengan pelanggan	1. Nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan 2. Analisis pasar konsumen 3. Analisis pasar bisnis 4. Identifikasi segmen dan target pasar	Ceramah, Latihan	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
6, 7	Mahasiswa mampu menjelaskan merk yang kuat	1. Mengetahui ekuitas Merk 2. Mengetahui positining Merk 3. Mengetahui persaingan	Merk yang kuat	1. Ekuitas Merk 2. Positining Merk 3. Persaingan	Ceramah, Latihan	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
8	Mahasiswa mampu menjelaskan tawaran Pasar	1. Mengetahui strategi produk 2. Mengetahui perancangan dan pengelolaan jasa	Tawaran Pasar	1. Strategi produk 2. Perancangan dan pengelolaan jasa	Ceramah, Latihan	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
9	Mahasiswa mampu	1. Mengetahui perancangan dan	Penyerahan nilai	1. Perancangan dan	Ceramah,	Papan tulis,	Literature Review	1, 2, 3, 4,



SATUAN ACARA PERKULIAHAN (SAP) PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN Universitas Dian Nuswantoro

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Kode Mata Kuliah : P32006
Sks : 3 sks
Semester : 1
Jenjang : Strata-2 (S2)
Program Studi : Magister Manajemen
Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

1. Mahasiswa mampu menjelaskan ruang lingkup manajemen pemasaran
2. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep-konsep dasar dan strategi-strategi manajemen pemasaran
3. Mahasiswa mampu menjelaskan aplikasi-apliasi nyata pemasaran di dunia bisnis
4. Mahasiswa mampu menerapkan pengetahuan manajemen pemasaran secara nyata di dunia bisnis

	menjelaskan penyerahan nilai	pengelolaan jaringan dan saluran nilai 2. Mengetahui pengelolaan eceran, perdagangan besar dan logistik pasar		pengelolaan jaringan dan saluran nilai 2. Pengelolaan eceran, perdagangan besar dan logistik pasar	Latihan	LCD Projector	Assignment	5, 6, 7, 8, 9, 10
10	Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi nilai	1. Mengetahui perancangan dan pengelolaan komunikasi pemasaran terpadu 2. Mengetahui pengelolaan komunikasi massa 3. Mengetahui pengelolaan komunikasi pribadi	Komunikasi nilai	1. Perancangan dan pengelolaan komunikasi pemasaran terpadu 2. Pengelolaan komunikasi massa 3. Pengelolaan komunikasi pribadi	Ceramah, Latihan	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
11, 12	Mahasiswa mampu menjelaskan pertumbuhan jangka panjang yang berhasil	1. Mengetahui tawaran pasar baru 2. Mengetahui manfaat pasar global 3. Mengetahui pengelolaan organisasi pemasaran holistik	Pertumbuhan jangka panjang yang berhasil	1. Tawaran pasar baru 2. Manfaat pasar global 3. Pengelolaan organisasi pemasaran holistik	Ceramah, Latihan	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

Referensi

1. Kotler, Philip and Keller, Kevin L. (2006), Marketing Management, 12th Ed., New Jersey: Pearson Education
2. Lamb (2004), Marketing Management, Thomson Learning
3. Kotler, Philip (2000), Marketing Management, Milenium edition, Prentice Hall
4. Kotler, Philip and Armstrong, G (2003), Marketing : An Introduction, 6th Ed., New Jersey: Pearson Education
5. Zeitham, Valerie A. And Mary Jo. Bitner (2003), Services Marketing. 3th Edition, Mc Grow-Hill, International Edition
6. Schiffman L and Kanuk Leslie L (2000), Consumer Behaviour, 7th Edition, Prentice Hall
7. Lovelock C.H and Wright Lauren K (2007), Principles of Service Marketing and Management, Prentice Hall
8. Chan, Syafiruddin (2003) Relation Marketing, PT Gramedia Pustaka Utama
9. Royan, Frans M. (2005) Marketing Celebrities. PT Elex Media Komputindo
10. Istijanto (2007), 63 Kasus Pemasaran Terkini – Membedah Strategi dan Taktik Pemasaran Baru, Elex Media Komputindo