



SATUAN ACARA PERKULIAHAN (SAP)

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Universitas Dian Nuswantoro

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
 Kode Mata Kuliah : P32012
 Sks : 3 sks
 Semester : 2
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

Setelah mengikuti kegiatan perkuliahan ini, mahasiswa diharapkan akan memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar *komunikasi pemasaran*, proses dan fungsi/dimensi komunikasi pemasaran, serta terampil mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran.

Pertemuan	Kompetensi Dasar	Indikator Pencapaian	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Teknik Pembelajaran	Media Pembelajaran	Penugasan	Referensi
1	Mahasiswa mampu memahami konsep-konsep dasar konsumen, pemasaran, branding dan relationship marketing	Mahasiswa dapat : 1. Mengenali Konsumen 2. Marketing Concept 3. Branding dan Relationship Marketing 4. Value/ nilai	Konsep dan Proses Komunikasi Pemasaran	1. Mengenali Konsumen 2. Marketing Concept 3. Branding dan Relationship Marketing 4. Value/ nilai	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1,2,3
2	Mahasiswa memahami berbagai alat komunikasi pemasaran dan proses komunikasi serta hambatan yang timbul dalam proses komunikasi.	Mahasiswa dapat menjelaskan: 1. Periklanan Promosi Penjualan Humas dan Publikasi Penjualan Personal & Pemasaran Langsung 2. Komunikasi Pemasaran Terpadu 3. Proses Komunikasi Model Proses Komunikasi Hambatan Komunikasi Hambatan pada sumber Hambatan dalam Proses Encoding Hambatan dalam Transmisi Pesan Hambatan dalam Proses Decoding 1. Dampak Komunikasi	Komunikasi Pemasaran dalam Perspektif Konsumen	1. Periklanan Promosi Penjualan Humas dan Publikasi Penjualan Personal & Pemasaran Langsung 2. Komunikasi Pemasaran Terpadu 3. Proses Komunikasi Model Proses Komunikasi Hambatan Komunikasi Hambatan pada sumber Hambatan dalam Proses Encoding Hambatan dalam Transmisi Pesan Hambatan dalam Proses	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2,4



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

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
Kode Mata Kuliah : P32012
Sks : 3 sks
Semester : 2
Jenjang : Strata-2 (S2)
Program Studi : Magister Manajemen
Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

Setelah mengikuti kegiatan perkuliahan ini, mahasiswa diharapkan akan memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar *komunikasi pemasaran*, proses dan fungsi/dimensi komunikasi pemasaran, serta terampil mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran.

				Decoding Dampak Komunikasi				
3	Mahasiswa memahami tentang stimuli pemasaran yang digunakan untuk mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif	Mahasiswa dapat menjelaskan: 1. Stimuli Pemasaran dan Persepsi Konsumen Ciri-ciri Stimulus yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi 2. Mengembangkan Komunikasi Pemasaran yang Efektif -Identifikasi Audiens Sasaran 3. Benefit yang diinginkan Konsumen 19 Analisis Citra Menentukan Tujuan Komunikasi 4. Merancang Pesan Isi Pesan Struktur Pesan Format Pesan <i>Stealth Marketing</i>	Merancang Komunikasi Pemasaran	1. Stimuli Pemasaran dan Persepsi Konsumen Ciri-ciri Stimulus yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen 17 Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi 18 2. Mengembangkan Komunikasi Pemasaran yang Efektif -Identifikasi Audiens Sasaran 3. Benefit yang diinginkan Konsumen 19 Analisis Citra Menentukan Tujuan Komunikasi 4. Merancang Pesan Isi Pesan Struktur Pesan Format Pesan <i>Stealth Marketing</i>	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1,2,3,4
4	Mahasiswa memahami sumber pesan dan jenis-jenis saluran komunikasi	Mahasiswa dapat menjelaskan: Sumber Pesan Memilih Saluran Komunikasi Saluran Komunikasi Personal Saluran Komunikasi Non-Personal	Sumber dan Saluran Komunikasi Pemasaran	1. Sumber Pesan 2. Memilih Saluran Komunikasi 28 3. Saluran Komunikasi Personal	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2,4



SATUAN ACARA PERKULIAHAN (SAP)

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Universitas Dian Nuswantoro

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
 Kode Mata Kuliah : P32012
 Sks : 3 sks
 Semester : 2
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

Setelah mengikuti kegiatan perkuliahan ini, mahasiswa diharapkan akan memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar *komunikasi pemasaran*, proses dan fungsi/dimensi komunikasi pemasaran, serta terampil mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran.

				4. Saluran Komunikasi Non-Personal				
5	Mahasiswa memahami berbagai teknik komunikasi pemasaran	Mahasiswa dapat : Memilih teknik komunikasi yang tepat : 1. Periklanan 2. Humas dan media massa 3. Pemasaran langsung 4. Pemasaran hubungan 5. Pesponsoran	Memilih Teknik Komunikasi Pemasaran yang Tepat	Memilih teknik komunikasi yang tepat : 1. Periklanan 2. Humas dan media massa 3. Pemasaran langsung 4. Pemasaran hubungan 5. Pesponsoran	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1,2,3,4
6-7	Mahasiswa memahami masalah anggaran dan bauran komunikasi pemasaran.	Mahasiswa dapat menjelaskan: Suksesnya Proposal Program Komunikasi. Strategi Bauran Pemasaran Ambush Marketing	Bauran Komunikasi Pemasaran	Suksesnya Proposal Program Komunikasi. Strategi Bauran Pemasaran 34 Ambush Marketing	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2,3,4
UJIAN TENGAH SEMESTER								
8-9	Mahasiswa memahami teori etika pemasaran dan bentuk-bentuk praktek tidak etis dalam pemasaran	Mahasiswa dapat menjelaskan: Beberapa Teori Etika Penerapan teori Etika dalam pemasaran	Etika Pemasaran	Beberapa Teori Etika Penerapan teori Etika dalam pemasaran	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1,2,3,4
10-11	Memahami Pengembangan Media Audio Visual Sebagai Salah Satu Bentuk Komunikasi Pemasaran	Mahasiswa dapat menjelaskan: 1. Proses Produksi Sebuah Iklan 2. Bentuk Fisik Naskah Naskah Satu Kolom Naskah Dua Kolom 4. Tata Tulis Naskah 5. Contoh Model Naskah	Pengembangan Media Audio Visual Sebagai Salah Satu Bentuk Komunikasi Pemasaran	1. Proses Produksi Sebuah Iklan 2. Bentuk Fisik Naskah Naskah Satu Kolom Naskah Dua Kolom 3. Tata Tulis Naskah 72	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2,3



SATUAN ACARA PERKULIAHAN (SAP)

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Universitas Dian Nuswantoro

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
 Kode Mata Kuliah : P32012
 Sks : 3 sks
 Semester : 2
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

Setelah mengikuti kegiatan perkuliahan ini, mahasiswa diharapkan akan memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar *komunikasi pemasaran*, proses dan fungsi/dimensi komunikasi pemasaran, serta terampil mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran.

		6. Pembuatan <i>Storyboard</i> 7. Proses Editing 1.		4. Contoh Model Naskah 74 5. Pembuatan <i>Storyboard</i> 6. Proses Editing				
12	Memahami tentang pengertian dari kredit perbankan, bagaimana pertimbangan dalam menyalurkan kredit dan berbagai jenis-jenis kredit yang ada di sektor perbankan.	Mahasiswa mampu menjelaskan : 1. Definisi dan Pentingnya Riset Pemasaran 2. Kriteria Riset Pemasaran 3. Klasifikasi Riset Pemasaran 4. Proses Riset Pemasaran Perumusan masalah Penentuan desain riset Perancangan metode pengumpulan data 5. Penyusunan Laporan Riset	Riset Pemasaran	1. Definisi dan Pentingnya Riset Pemasaran 2. Kriteria Riset Pemasaran 3. Klasifikasi Riset Pemasaran 4. Proses Riset Pemasaran 85 Perumusan masalah Penentuan desain riset Perancangan metode pengumpulan data 5. Penyusunan Laporan Riset	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1, 2,3
13-14	Mahasiswa dapat menyusun Anggaran dalam aktivitas Komunikasi Pemasaran	Mahasiswa mampu menjelaskan : 1. Pengertian Budget & metode penyusunan anggaran 2. <i>Kegunaan Budget</i> 3. <i>Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Budget</i> Faktor-Faktor Intern dan ekstern 4. Pengertian Budget Biaya Penjualan 5. Promosi Suatu Produk Atau Jasa Metode Budgeting, Media Strategi	Penyusunan Anggaran	1. Pengertian Budget & metode penyusunan anggaran 2. <i>Kegunaan Budget</i> 3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Budget Faktor-Faktor Intern dan ekstern 4. Promosi Suatu Produk Atau Jasa	Ceramah, Diskusi, Telaah Artikel	Papan tulis, LCD Projector	Literature Review Assignment	1,2,3,4



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

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
 Kode Mata Kuliah : P32012
 Sks : 3 sks
 Semester : 2
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

Setelah mengikuti kegiatan perkuliahan ini, mahasiswa diharapkan akan memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar *komunikasi pemasaran*, proses dan fungsi/dimensi komunikasi pemasaran, serta terampil mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran.

		Media Plan 6. Estimasi Biaya Produksi 7. Produksi Iklan Tv 8. Produksi Iklan Radio 9. Membuat Anggaran Iklan Iklan Cetak, Iklan Radio, Iklan Televisi		Metode Budgeting, Media Strategi Media Plan 5. Estimasi Biaya Produksi 6. Produksi Iklan Tv 7. Produksi Iklan Radio 8. Membuat Anggaran Iklan Iklan Cetak, Iklan Radio, Iklan Televisi				
UJIAN AKHIR SEMESTER								

Referensi

1. MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA untuk PERUSAHAAN Dari Teori ke Praktik, Prof. Dr. H. Veithzal Rivai, M.B.A, Rajawali Pers
2. MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA Mencapai Keunggulan Bersaing, Raymond A. Noe, Mc Graw Hill
3. Dessler Gary & Tan Chwee Huat, 2006, “ *Human Resource Management An Asian Perspective*”, Prentice Hall.
4. Richard L.Daft, 2006, “The New Era of Management”, International Edition, Thomson South Western.
5. Whilliams Chuck, 2001, *Manajemen*, Edisi Pertama, Jilid I, Salemba Empat, Jakarta.