



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

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Sks : 3 sks
 Semester : 2
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

1. Mahasiswa menjelaskan konsep pemasaran Internasional – Global dan perencanaan pemasaran Internasional / Global.
2. Mahasiswa memahami dan menjelaskan lingkungan ekonomi, sosial dan politik pada pemasaran global.
3. Mahasiswa mampu melakukan analisis terhadap segmentasi, target dan positioning global.
4. Mahasiswa mampu melakukan analisis pengendalian manajemen pemasaran global.

Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
1,2	Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mendefinisikan Pemasaran Internasional - Global	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjelaskan Konsep Pemasaran 2. Mampu menjelaskan Alasan Perusahaan Memasuki Pasar Global 3. Mampu menjelaskan Hal Menarik dari Pasar Global 4. Mampu menjelaskan Kekuatan Pendorong dan Penghambat Pemasaran Internasional 	Pengertian Pemasaran Internasional - Global	Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler
3,4	Mahasiswa setelah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjelaskan Tahap Perkembangan Perusahaan Transnasional 2. Mampu menjelaskan Riset Pemasaran dan Sistem Informasi 	Perencanaan Pemasaran Internasional / Global	Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler



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

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Sks : 3 sks
 Semester : 2
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

1. Mahasiswa menjelaskan konsep pemasaran Internasional – Global dan perencanaan pemasaran Internasional / Global.
2. Mahasiswa memahami dan menjelaskan lingkungan ekonomi, sosial dan politik pada pemasaran global.
3. Mahasiswa mampu melakukan analisis terhadap segmentasi, target dan positioning global.
4. Mahasiswa mampu melakukan analisis pengendalian manajemen pemasaran global.

	mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengidentifikasi dan mendefinisikan Perencanaan Pemasaran Internasional / Global	<p>pemasaran Global</p> <p>3. Mampu menjelaskan Persyaratan Keberhasilan Rencana Pemasaran Global</p> <p>4. Mampu Menjelaskan Strategi Memasuki Pasar Global</p> <p>1. Mampu menjelaskan Perubahan Dunia Ekonomi</p> <p>2. Mampu menjelaskan Perkembangan Pasar</p> <p>3. Mampu menjelaskan Pola Konsumsi</p> <p>4. Mampu menjelaskan Neraca</p>	Lingkungan Ekonomi Pemasaran Global	Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan	
5,6	Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat	<p>Pembayaran</p> <p>5. Mampu menjelaskan Pola Perdagangan</p>		diskusi dengan contoh kasus	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler



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

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Sks : 3 sks
 Semester : 2
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

1. Mahasiswa menjelaskan konsep pemasaran Internasional – Global dan perencanaan pemasaran Internasional / Global.
2. Mahasiswa memahami dan menjelaskan lingkungan ekonomi, sosial dan politik pada pemasaran global.
3. Mahasiswa mampu melakukan analisis terhadap segmentasi, target dan positioning global.
4. Mahasiswa mampu melakukan analisis pengendalian manajemen pemasaran global.

<p>7,8</p>	<p>menguraikan dan mendefinisikan Lingkungan Ekonomi Pemasaran Global</p> <p>Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengidentifikasi serta mendefinisikan Lingkungan Sosial</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjelaskan Aspek dasar Budaya 2. Mampu menjelaskan Faktor-faktor Budaya 3. Mampu menjelaskan Analisis Pengaruh Budaya terhadap Pemasaran Global <ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjelaskan Sistem Hukum Internasional 2. Mampu menjelaskan Keanekaragaman Lingkungan Hukum 3. Mampu menjelaskan Lingkungan Hukum Domestik 4. Mampu menjelaskan Lingkungan 	<p>Lingkungan Sosial Budaya Pemasaran Global</p> <p>Lingkungan Politik dan Hukum</p>	<p>Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus</p> <p>Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler
------------	---	--	--	---	--



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

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Sks : 3 sks
 Semester : 2
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

1. Mahasiswa menjelaskan konsep pemasaran Internasional – Global dan perencanaan pemasaran Internasional / Global.
2. Mahasiswa memahami dan menjelaskan lingkungan ekonomi, sosial dan politik pada pemasaran global.
3. Mahasiswa mampu melakukan analisis terhadap segmentasi, target dan positioning global.
4. Mahasiswa mampu melakukan analisis pengendalian manajemen pemasaran global.

10,11	Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengidentifikasi atau mendefinisikan Segmentasi, Target,	<ol style="list-style-type: none"> 3. Mampu menjelaskan Keputusan Saluran Distribusi 4. Mampu menjelaskan Keputusan Komunikasi Pemasaran Global 1. Mampu menjelaskan Metode Pengendalian Formal 2. Mampu menjelaskan Metode Pengendalian informal 	Segmentasi, Target, Positioning Global Strategi Bauran Pemasaran Global	diskusi dengan contoh kasus Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus Aktifitas pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler
12,13	Positioning Global			menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus Aktifitas pembelajaran	



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

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Sks : 3 sks
 Semester : 2
 Jenjang : Strata-2 (S2)
 Program Studi : Magister Manajemen
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

1. Mahasiswa menjelaskan konsep pemasaran Internasional – Global dan perencanaan pemasaran Internasional / Global.
2. Mahasiswa memahami dan menjelaskan lingkungan ekonomi, sosial dan politik pada pemasaran global.
3. Mahasiswa mampu melakukan analisis terhadap segmentasi, target dan positioning global.
4. Mahasiswa mampu melakukan analisis pengendalian manajemen pemasaran global.

	Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengetahui dan mendefinisikan Strategi Bauran Pemasaran		Pengendalian Manajemen Pemasaran Global	menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler
14	Global Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengetahui				<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler



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

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
Kode Mata Kuliah : P32013
Sks : 3 sks
Semester : 2
Jenjang : Strata-2 (S2)
Program Studi : Magister Manajemen
Tim Pembuat : Dosen Udinus

STANDARD KOMPETENSI:

1. Mahasiswa menjelaskan konsep pemasaran Internasional – Global dan perencanaan pemasaran Internasional / Global.
2. Mahasiswa memahami dan menjelaskan lingkungan ekonomi, sosial dan politik pada pemasaran global.
3. Mahasiswa mampu melakukan analisis terhadap segmentasi, target dan positioning global.
4. Mahasiswa mampu melakukan analisis pengendalian manajemen pemasaran global.

Pengendalian Manajemen Pemasaran Global				
---	--	--	--	--

Daftar Referensi

- Wajib : 1. Warren J. Keegan, 2003, Manajemen Pemasaran Global, Prenhallindo
2. Philip Kotler, 1997, Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan kontrol, Prenhallindo