



# SILABUS

## PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

### UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
 Kode Mata Kuliah : P32006  
 Semester : 1  
 Sks : 3 sks  
 Jumlah Pertemuan : 12 kali  
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam  
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

#### Deskripsi Perkuliahan

Mata kuliah ini merupakan mata kuliah untuk pemahaman teori manajemen pemasaran. Pembahasan materi meliputi konsep-konsep dasar, perencanaan strategi bisnis, strategi-strategi dasar dan analisis pemasaran.

#### Standar 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 | Pokok Bahasan                  | Sub Pokok Bahasan   | Referensi                     |
|-----------|--------------------------------|---|-------------------------------|
| 1         | Manajemen Pemasaran            | 1. Definisi pemasaran untuk abad ke 21  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8        |
| 2         | Strategi dan rencana pemasaran | 1. Pengembangan strategi pemasaran<br>2. Pengembangan rencana pemasaran   | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 |
| 3         | Pendalaman pemasaran           | 1. Informasi dan memindai lingkungan<br>2. Riset pemasaran dan meramalkan permintaan  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 |
| 4, 5      | Hubungan dengan pelanggan      | 1. Nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan<br>2. Analisis pasar konsumen<br>3. Analisis pasar bisnis<br>4. Identifikasi segmen dan target pasar | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 |
| 6, 7      | Merk yang kuat                 | 1. Ekuitas Merk<br>2. Positining Merk<br>3. Persaingan  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 |
| 8         | Tawaran Pasar                  | 1. Strategi produk<br>2. Perancangan dan pengelolaan jasa   | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 |
| 9         | Penyerahan nilai               | 1. Perancangan dan pengelolaan jaringan dan saluran nilai   | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 |



# SILABUS

## PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

### UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
 Kode Mata Kuliah : P32006  
 Semester : 1  
 Sks : 3 sks  
 Jumlah Pertemuan : 12 kali  
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam  
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

|        |  |   |                               |
|--------|--|---|-------------------------------|
|        |  | 2. Pengelolaan eceran, perdagangan besar dan logistik pasar   |                               |
| 10     | Komunikasi nilai                         | 1. Perancangan dan pengelolaan komunikasi pemasaran terpadu<br>2. Pengelolaan komunikasi massa<br>3. Pengelolaan komunikasi pribadi | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 |
| 11, 12 | Pertumbuhan jangka panjang yang berhasil | 1. Tawaran pasar baru<br>2. Manfaat pasar global<br>3. Pengelolaan organisasi pemasaran holistik                                    | 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