



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
 Kode Mata Kuliah : P32012
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

Deskripsi Perkuliahan

Mata kuliah ini mempelajari beberapa materi konsep dasar komunikasi pemasaran dan proses komunikasi pemasaran mencakup: analisis audiens, penyusunan bauran promosi, pengembangan program komunikasi pemasaran, implementasi dan pengendalian komunikasi pemasaran serta berbagai kasus yang relevan.

Standar 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	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Referensi
1	Konsep dan Proses Komunikasi Pemasaran	1. Mengenali Konsumen 1 2. Marketing Concept 3. Branding dan Relationship Marketing 4. Value/ nilai	1,2,3
2	Komunikasi Pemasaran dalam Perspektif Konsumen	1. Periklanan Promosi Penjualan Humas dan Publikasi Penjualan Personal & Pemasaran Langsung 10 2. Komunikasi Pemasaran Terpadu 3. Proses Komunikasi Model Proses Komunikasi Hambatan Komunikasi Hambatan pada sumber Hambatan dalam Proses Encoding Hambatan dalam Transmisi Pesan	1, 2,4



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
 Kode Mata Kuliah : P32012
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

		Hambatan dalam Proses Decoding Dampak Komunikasi	
3	Merancang Komunikasi Pemasaran	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 Analisis Citra Menentukan Tujuan Komunikasi 4. Merancang Pesan Isi Pesan Struktur Pesan Format Pesan <i>Stealth Marketing</i>	1,2,3,4
4	Sumber dan Saluran Komunikasi Pemasaran	1. Sumber Pesan 2. Memilih Saluran Komunikasi 3. Saluran Komunikasi Personal 4. Saluran Komunikasi Non-Personal	1, 2,4
5	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	1,2,3,4



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
 Kode Mata Kuliah : P32012
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

6-7	Bauran Komunikasi Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suksesnya Proposal Program Komunikasi. 2. Strategi Bauran Pemasaran 3. Ambush Marketing 	1, 2,3,4
	UTS		
8-9	Etika Pemasaran	Beberapa Teori Etika Penerapan teori Etika dalam pemasaran	1,2,3,4
10-11	Pengembangan Media Audio Visual Sebagai Salah Satu Bentuk Komunikasi Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendahuluan 2. Proses Produksi Sebuah Iklan 3. Bentuk Fisik Naskah Naskah Satu Kolom Naskah Dua Kolom 4. Tata Tulis Naskah 5. Contoh Model Naskah 6. Pembuatan <i>Storyboard</i> 7. Proses Editing Cara men-capture atau mengambil film dari kamera video (handycam) Proses Editing Cara mengedit Video Cara memberikan efek video, efek audio, dan transisi pada klip Cara Membuat Title Cara melihat Hasil dari Editan yang telah dibuat Cara Men-convert Video Editan menjadi entuk File Video 	1,2,3



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
 Kode Mata Kuliah : P32012
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

12	Riset Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisi dan Pentingnya Riset Pemasaran 2. Kriteria Riset Pemasaran 3. Klasifikasi Riset Pemasaran 4. Proses Riset Pemasaran <ul style="list-style-type: none"> Perumusan masalah Penentuan desain riset Perancangan metode pengumpulan data 5. Penyusunan Laporan Riset 	1, 2,3
13-14	Penyusunan Anggaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Budget & metode penyusunan anggaran 2. Kegunaan Budget 3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Budget <ul style="list-style-type: none"> Faktor-Faktor Intern dan ekstern 4. Pengertian Budget Biaya Penjualan 5. Promosi Suatu Produk Atau Jasa <ul style="list-style-type: none"> Metode Budgeting, Media Strategi Media Plan 6. Estimasi Biaya Produksi 7. Produksi Iklan Tv 8. Produksi Iklan Radio 9. Membuat Anggaran Iklan <ul style="list-style-type: none"> Iklan Cetak, Iklan Radio, Iklan Televisi 	1, 2,3,4
	UAS		

Referensi



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran
Kode Mata Kuliah : P32012
Semester : 2
Sks : 3 sks
Jumlah Pertemuan : 14 kali
Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
Tim Pembuat : Dosen Udinus

1. Clow and Baack, 2007 IMC, Pearson International
2. Burnett, John J., 2000, **Promotion Management**, Houghton Mifflin Co., USA.
3. Burnett, John and Sandra Moriarty. 1998. **Introduction to Marketing Communication**. Prentice-Hall. New Jersey,
4. Shimp, Terence A (2005). **Promotion Management & Marketing Communications**, Dryden Press USA. Erlangga