



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

Deskripsi Perkuliahan

Mata kuliah pemasaran Internasional mempelajari proses bagaimana pemasaran internasional, sistem pemasaran internasional, hambatan-hambatan memasuki pasar internasional mengenai tarif, kuota, embargo dan pengawasan nilai tukar pada pemasaran Internasional.

Standar 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.

Kompetensi dasar	Indikator	Materi pokok	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi/acuan	Evaluasi
Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mendefinisikan Pemasaran Internasional - Global	1. Mampu menjelaskan Konsep Pemasaran 2. Mampu menjelaskan Alasan Perusahaan Memasuki Pasar Global 3. Mampu menjelaskan Hal Menarik dari Pasar	Pengertian Pemasaran Internasional - Global	Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler 	Tugas mandiri



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

<p>Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengidentifikasi dan mendefinisikan Perencanaan Pemasaran Internasional / Global</p>	<p>Global</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Mampu menjelaskan Kekuatan Pendorong dan Penghambat Pemasaran Internasional 1. Mampu menjelaskan Tahap Perkembangan Perusahaan Transnasional 2. Mampu menjelaskan Riset Pemasaran dan Sistem Informasi pemasaran Global 3. Mampu menjelaskan Persyaratan Keberhasilan Rencana Pemasaran Global 	<p>Perencanaan Pemasaran Internasional / Global</p>	<p>Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus</p>	<p>150 menit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler 	<p>Tugas mandiri</p>
--	--	---	--	------------------	--	----------------------



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

	4. Mampu Menjelaskan Strategi Memasuki Pasar Global			150	<ul style="list-style-type: none"> Keegan Kotler 	Tugas mandiri
Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat menguraikan dan mendefinisikan Lingkungan Ekonomi Pemasaran Global	<ol style="list-style-type: none"> Mampu menjelaskan Perubahan Dunia Ekonomi Mampu menjelaskan Perkembangan Pasar Mampu menjelaskan Pola Konsumsi Mampu menjelaskan Neraca Pembayaran Mampu menjelaskan Pola Perdagangan 	Lingkungan Ekonomi Pemasaran Global	Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus	menit		
Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengidentifikasi serta	<ol style="list-style-type: none"> Mampu menjelaskan Aspek dasar Budaya Mampu menjelaskan Faktor-faktor Budaya 	Lingkungan Sosial Budaya Pemasaran Global	Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus	150	<ul style="list-style-type: none"> Keegan Kotler 	Tugas mandiri



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

<p>mendefinisikan Lingkungan Sosial Budaya Pemasaran Global</p> <p>Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengidentifikasi serta mendefinisikan Lingkungan Politik dan Hukum</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Mampu menjelaskan Analisis Pengaruh Budaya terhadap Pemasaran Global 1. Mampu menjelaskan Sistem Hukum Internasional 2. Mampu menjelaskan Keanekaragaman Lingkungan Hukum 3. Mampu menjelaskan Lingkungan Hukum Domestik 4. Mampu menjelaskan Lingkungan Hukum Luar Negeri 5. Mampu menjelaskan Lingkungan Hukum Internasional 	<p>Lingkungan Politik dan Hukum</p>	<p>Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus</p>	<p>150 menit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler 	<p>Tugas mandiri</p>
--	--	-------------------------------------	--	------------------	--	----------------------



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

<p>Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengidentifikasi atau mendefinisikan Segmentasi, Target, Positioning Global</p>	<p>6. Mampu menjelaskan Masalah Hukum Internasional</p> <p>1. Mampu menjelaskan Segmentasi Pasar Global</p> <p>2. Mampu Menetapkan sasaran Global</p> <p>3. Mampu Menentukan posisi produk di Pasar Global</p> <p>4. Mampu menjelaskan Pasar Dunia</p> <p>1. Mampu menjelaskan Keputusan Produk</p>	<p>Segmentasi, Target, Positioning Global</p>	<p>Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus</p>	<p>150 menit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler 	<p>Tugas mandiri</p>
<p>Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat</p>	<p>2. Mampu menjelaskan Keputusan Menetapkan Harga</p>	<p>Strategi Bauran Pemasaran Global</p>	<p>Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi</p>	<p>150 menit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler 	<p>Tugas mandiri</p>



SILABUS

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Marketing and Knowledge Management
 Kode Mata Kuliah : P32013
 Semester : 2
 Sks : 3 sks
 Jumlah Pertemuan : 14 kali
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

mengetahui dan mendefinisikan Strategi Bauran Pemasaran Global	<ol style="list-style-type: none"> 3. Mampu menjelaskan Keputusan Saluran Distribusi 4. Mampu menjelaskan Keputusan Komunikasi Pemasaran Global 		dengan contoh kasus			
Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan dapat mengetahui Pengendalian Manajemen Pemasaran Global	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjelaskan Metode Pengendalian Formal 2. Mampu menjelaskan Metode Pengendalian informal 	Pengendalian Manajemen Pemasaran Global	Aktifitas pembelajaran menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan contoh kasus	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Keegan • Kotler 	Tugas mandiri

Daftar Referensi

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