



# SILABUS

## PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

### UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Pemasaran Strategik  
 Kode Mata Kuliah : P32018  
 Semester : 2  
 Sks : 3 sks  
 Jumlah Pertemuan : 14 kali  
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam  
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

#### Deskripsi Perkuliahan

Mata kuliah ini merupakan mata kuliah untuk pemahaman teori manajemen pemasaran strategik. Mata kuliah ini membantu mahasiswa memahami ruang lingkup Manajemen Pemasaran, konsep-konsep dasar Manajemen Pemasaran, dan strategi-strategi yang dapat diaplikasikan di dunia bisnis.

#### Standar Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menjelaskan pengetahuan tentang segmentasi pasar.
2. Mahasiswa mampu menganalisis permintaan pasar untuk pengambilan strategi pemasaran.
3. Mahasiswa mampu menerapkan teknik analisis marketing mix.
4. Mahasiswa mampu menerapkan pemasaran strategic dalam dunia usaha.

Kompetensi dasar	Indikator	Materi pokok	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi/acuan	Evaluasi
Mata kuliah ini membantu mahasiswa memahami ruang lingkup Manajemen Pemasaran, konsep-konsep dasar Manajemen Pemasaran, dan strategi-strategi yang dapat diaplikasikan di dunia bisnis.	Mahasiswa setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mampu memahami dan memiliki pengetahuan tentang strategi-strategi manajemen pemasaran.	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.	Metode perkuliahan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Untuk mendukung materi perkuliahan mahasiswa diberi tugas berupa soal kasus.	150 Menit	1. Salvatore, Dominick (2001), Managerial Economics dalam Perekonomian Global, Edisi Keempat, Jilid 1 dan Jilid 2, Erlangga 2. Vincent Gasperz (2001), Ekonomi Manajerial: Pembuatan Keputusan Bisnis, Gramedia 3. Henry Faizal Noor (2007), Ekonomi Manajerial, Rajawali Pers 4. Cravens, David W. and Nigel F. Piercy, 2009, Strategic Marketing, Ninth Edition, International Edition, McGraw-Hill, Boston. New York. 5. Walker, Orville C., Jr., John W. Mulins, Harper W. Boyd, Jr., and Jean-Claude Larreche,	1. Tugas mandiri 2. UTS 3. UAS 4. Keaktifan mahasiswa



# SILABUS

## PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

### UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Mata Kuliah : Pemasaran Strategik  
 Kode Mata Kuliah : P32018  
 Semester : 2  
 Sks : 3 sks  
 Jumlah Pertemuan : 14 kali  
 Jumlah Jam/ Pertemuan : 2,5 jam  
 Tim Pembuat : Dosen Udinus

					<p>2008, Marketing Strategy, A Decision-Focused Approach Seventh Edition, Irwin McGrawHill, Boston.</p> <p>6. Day, George S., 1999, Market Driven Strategy, The Free Press, New York.</p> <p>7. Philip Kotler, 2008, A Framework For Marketing Management, Third Edition, Prentice Hall, New Jersey.</p> <p>8. Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, 2008, Pemasaran Strategik, CV. Andi Offset (Penerbit Andi)</p> <p>9. Ali Hasan, 2008, Marketing, MedPress, Yogyakarta</p>
--	--	--	--	--	---

#### Referensi

1. Salvatore, Dominick (2001), Managerial Economics dalam Perekonomian Global, Edisi Keempat, Jilid 1 dan Jilid 2, Erlangga
2. Vincent Gasperz (2001), Ekonomi Manajerial: Pembuatan Keputusan Bisnis, Gramedia
3. Henry Faizal Noor (2007), Ekonomi Manajerial, Rajawali Pers
4. Cravens, David W. and Nigel F. Piercy, 2009, Strategic Marketing, Ninth Edition, International Edition, McGraw-Hill, Boston. New York.
5. Walker, Orville C., Jr., John W. Mulins, Harper W. Boyd, Jr., and Jean-Claude Larreche, 2008, Marketing Strategy, A Decision-Focused Approach Seventh Edition, Irwin McGrawHill, Boston.
6. Day, George S., 1999, Market Driven Strategy, The Free Press, New York.
7. Philip Kotler, 2008, A Framework For Marketing Management, Third Edition, Prentice Hall, New Jersey.
8. Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, 2008, Pemasaran Strategik, CV. Andi Offset (Penerbit Andi)
9. Ali Hasan, 2008, Marketing, MedPress, Yogyakarta