



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI DIV MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL JURUSAN EKONOMI DAN BISNIS – POLITEKNIK BAUBAU

MATA KULIAH		Kode	Rumpun MK	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
MANAJEMEN PEMASARAN		PB.E.C24203	MKK	T=1	P= 2	3	17 September 2020
OTORISASI	Pengembang RP		Koordinator RMK			Ka Prodi	
							
	Kuswinton, SE.,M.Si		Kuswinton, S.E.,M.Si.			Sukrin, S.E.,M.M.	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL Program Studi						
	1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius; 2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama,moral, dan etika; 3. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur; 4. Merencanakan elemen strategi pemasaran, menentukan elemen taktik pemasaran, dan mengkaji ulang elemen value pemasaran; 5. Mengidentifikasi peluang usaha, merancang kegiatan usaha, dan mengoperasionalkan kegiatan usaha; 6. Menguasai konsep dan teknik menyusun strategis pemasaran dan penjabarannya dalam rencana operasional aktivitas-aktivitas pemasaran;						
	CP Mata Kuliah						
Deskripsi Singkat MK	1. Mampu menjelaskan konsep pemasaran 2. Dapat membedakan antara strategi, taktik dan membangun nilai dalam pemasaran 3. Memahami peran pemasaran dalam perusahaan 4. Memahami konsep jasa 5. Menganalisa lingkup pasar, kebutuhan dan keinginan konsumen serta merancang kebijakan pemasaran yang baik 6. Menjelaskan teori pemasaran dalam proyek-proyek tugas pemasaran						
	Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan dapat mengerti konsep dasar pemasaran dan penerapan aplikasi konsep pemasaran dalam perusahaan						
	Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran						
1. Konsep dasar pemasaran 2. Membangun strategi pemasaran dan perencanaan pemasaran							

	3. Analisis kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan 4. Analisis perilaku konsumen 5. Segmentasi dan target pasar 6. Membangun merek 7. Strategi Produk 8. Analisis saluran pemasaran 9. Strategi Penerapan Harga 10. Analisis strategi promosi 11. Analisis customer relationship marketing 12. Membangun keunggulan kompetitif pemasaran 13. Implementasi strategi pemasaran dan kasus-kasus pemasaran								
Pustaka	Utama : 1. Kotler & Keller (2012). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall 2. Sunyoto, Danang (2014). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS. 3. Kotler & Armstrong (2012). Principles Of Marketing. Essex: Pearson Education								
	Pendukung : Materi dari internet yang sesuai dengan topik dan pokok bahasan mata kuliah teori organisasi								
	Media Pembelajaran Software : Microsoft Word, Microsoft Power Point, Hardware : LCD, Laptop/Notebook, White Board								
Team Teaching		Kuswinton, S.E., M.Si.							
Matakuliah Syarat		Manajemen Pemasaran							
Mg Ke-	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran	Bentuk & Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian			Referensi
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot	
1,2	Mampu menjelaskan Konsep dasar pemasaran	Konsep dasar pemasaran	Ceramah, tanya jawab dan diskusi (Collaborative dan problem based learning)	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	- Konsep dasar pemasaran - Tanya Jawab - Penyelesaian soal.	Tingkat partisipasi	Tingkat partisipasi	10%	1,2,3
3	Mampu menjelaskan Membangun strategi pemasaran dan perencanaan pemasaran	Membangun strategi pemasaran dan perencanaan pemasaran	Ceramah, discovery learning	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	- Kuis wewenang dan pendelegasian wewenang - Tanya Jawab - Penyelesaian soal.	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2,3

4	Mampu mengidentifikasi, menjelaskan, berkomunikasi dan bekerja sama	Analisis kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan	Ceramah dan diskusi kelompok.	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	- Kelengkapan dan kebenaran - identifikasi dan penjelasan - Kerjasama - Presentasi	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2
5	Mampu menganalisis perilaku konsumen	Analisis perilaku konsumen	Ceramah dan diskusi kelompok.	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	Kebenaran dan kelengkapan penjelasan	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2,3
6	Mampu menjelaskan Segmentasi dan target pasar	Segmentasi dan target pasar	Ceramah dan diskusi kelompok.	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	- Kuis wewenang dan pendelegasian wewenang - Tanya Jawab - Penyelesaian soal.	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2,3
7	Mampu membangun merek	Membangun merek	Ceramah, diskusi	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	- Kuis wewenang dan pendelegasian wewenang - Tanya Jawab - Penyelesaian soal.	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2
8	Ujian Tengah Semester (UTS)							10%	
9	Mampu menjelaskan dan analisis Strategi Produk	Strategi Produk	Ceramah, diskusi	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	Mahasiswa mampu menjeaslkan tentang strategi produk	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2,3
10	Mampu menganalisis saluran pemasaran	Analisis saluran pemasaran	Ceramah, diskusi	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	Mahasiswa mampu, memahami, menjelaskan Analisis saluran pemasaran	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2

11	Mampu membangun Strategi penerapan harga	Strategi penerapan harga	- Ceramah, Contextual Learning - diskusi	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	Mampu menjelaskan, memahami, mengerti strategi penetapan harga	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2,3
12	Mampu menganalisis strategi promosi	Analisis strategi promosi	Ceramah, diskusi Test #2	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	Kelengkapan penjelasan dan ketajaman dalam menganalisis.strategi promosi	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2,3
13	Mampu menganalisis customer relationship marketing	Analisis customer relationship marketing	Ceramah, diskusi	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	Kelengkapan penjelasan dan ketajaman analisis.customer relationship marketing	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2
14	Mampu membangun keunggulan kompetitif pemasaran	Membangun keunggulan kompetitif pemasaran	Cermah dan diskusi	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	Kelengkapan penjelasan dan ketajaman dalam Membangun keunggulan kompetitif pemasaran	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2
15	Mampu menjelaskan, Implementasi strategi pemasaran dan kasus-kasus pemasaran.	Implementasi strategi pemasaran dan kasus-kasus pemasaran.	Cermah dan diskusi	TM: 1x(1x50") PT: 1x(1x60")	ceramah, diskusi, Presentasi.	Kedalaman analisa	Tingkat partisipasi	5%	1,2,3
16	Ujian Akhir Semester (UAS)							20%	

Catatan : 1 sks = (50' TM + 60' PT + 60' BM)/Minggu
 TM = Tatap Muka (Kuliah)
 PT = Penugasan Terstruktur.

BM = Belajar Mandiri
 PS = Praktikum Simulasi (170 menit /minggu)
 PL = Praktikum Laboratorium (170 menit/minggu)

T = Teori (aspek ilmu pengetahuan)
 P = Praktek (aspek ketrampilan kerja)

Daftar Rujukan:

1. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 Tentang **Standar Nasional Pendidikan Tinggi**
2. Tim Penyusun. 2016. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
3. Tim Penyusun. 2016. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Vokasi**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
4. Tim Penyusun. 2018. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Di Era Industri 4.0**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
5. Materi Program Pelatihan Keterampilan Dasar Teknik Instruksional (PEKERTI) Bagi Dosen. 19 – 24 November 2018. LLDIKTI Wilayah IX, Makassar.