

SILABUS

Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ekonomi
Jurusan/Program studi	: Manajemen
Mata Kuliah	: Manajemen Pemasaran
Kode	: SSM 318
SKS	: Teori : 3 SKS Praktik : -
Semester	: IV
Mata Kuliah Prasyarat & Kode	: Pengantar Manajemen (SSM 307)
Dosen	: Agung Utama, M.Si

I. Deskripsi Mata Kuliah

Matakuliah manajemen pemasaran menjelaskan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan pemahaman dasar manajemen pemasaran termasuk perkembangannya di abad 21, peranan pemasaran dalam organisasi dan masyarakat, analisis peluang pemasaran, pengembangan strategi pemasaran, perencanaan program pemasaran, bagaimana mengelola program pemasaran secara efektif dan efisien serta seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dijelaskan pula e-commerce sebagai aplikasi baru teknologi informasi dan komunikasi di bidang pemasaran.

II. Standar Kompetensi

Mahasiswa memiliki kemampuan dalam menjelaskan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan pemahaman dasar manajemen pemasaran termasuk perkembangannya di abad 21, peranan pemasaran dalam organisasi dan masyarakat, analisis peluang pemasaran, pengembangan strategi pemasaran, perencanaan program pemasaran, bagaimana mengelola program pemasaran secara efektif dan efisien serta aplikasi e-commerce di bidang pemasaran.

III. Sumber Bahan

A. Wajib:

Kotler, Philip. *Marketing Management. Eleventh Edition*. New Jersey: Prentice Hall International Inc., 2003.

B. Anjuran:

Philip Kotler dan A.B. Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat., 2000.

IV. Skema Pembelajaran

Pertemuan Ke-	Kompetensi Dasar	Materi Pokok	Kegiatan Pembelajaran	Sumber Bahan/ Referensi
1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar pemasaran dan pemasaran di abad 21	1. Penjelasan silabus 2. Menjelaskan konsep dasar pemasaran dan pemasaran di abad 21	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.1</i>
2	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep membangun kepuasan pelanggan, nilai pelanggan serta mempertahankan pelanggan.	1. Membangun kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan. 2. Mempertahankan pelanggan.	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler. 3</i>
3	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang konsep kemenangan pasar melalui perencanaan strategik yang berorientasi pasar	Upaya memenangkan pasar melalui perencanaan strategik yang berorientasi pasar.	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler. 4</i>
4	Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana perusahaan mengumpulkan informasi pemasaran serta mengukur permintaan pasar.	Mendapatkan informasi pemasaran dan mengukur permintaan pasar	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.5</i>
5	Mahasiswa mampu menjelaskan cara memindai lingkungan pemasaran.	Memindai lingkungan pemasaran	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.6</i>
6	Mahasiswa mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen pada pasar konsumsi	Analisa perilaku konsumen pada pasar konsumsi.	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.7</i>
7	Mahasiswa mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen pada pasar bisnis.	Analisa perilaku konsumen pada pasar bisnis.	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.8</i>
8		Ujian Tengah Semester		
9	Mahasiswa mampu menjelaskan proses	Identifikasi segmen pasar dan memilih pasar	1. Ceramah 2. Presentasi	<i>Kotler. 10</i>

	identifikasi segmen pasar dan proses memilih pasar sasaran.	sasaran	kelas	
10	Mahasiswa mampu menjelaskan cara penentuan posisi pasar	Penentuan posisi pasar	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.11</i>
11	Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana merancang produk dan strategi merk.	1. Merancang produk 2. Strategi merk	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.12</i>
12	Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana proses penetapan harga dan berbagai strategi penetapan harga	Strategi penetapan harga	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.16</i>
13	Mahasiswa mampu menjelaskan teknik mendesain dan mengelola saluran pemasaran.	Mendesain dan mengelola saluran pemasaran.	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.17</i>
14	Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana mengelola periklanan, promosi penjualan serta hubungan masyarakat.	Mengelola periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.20</i>
15	Mahasiswa mampu menjelaskan aplikasi internet dalam pemasaran (e-commerce)	Aplikasi internet dalam pemasaran	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	<i>Kotler.</i>
16		Ujian Akhir Semester		

V. Komponen Penilaian

No.	Komponen Penilaian	Bobot (%)
1	Partisipasi Kuliah/kuis	10%
2	Tugas	25%
3	Ujian Tengah Semester	25%
4	Ujian Akhir Semester	40%
	JUMLAH	100%

Yogyakarta, 04 Februari 2010

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dosen,

M. Lies Endarwati, M.Si
NIP.: 19610711 198812 2 001

Agung Utama, M.Si
NIP. 197410142008121001