SILABUS

 Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

 Kode Mata Kuliah :

Program Studi :

 SKS/ Semester : 3/2

 Dosen : Drs. Arif Sudaryana, MSi

A. Kompetensi Mata Kuliah

 Diharapkan mahasiswa memahami berbagai konsep pemasaran, pasar berbagai kondisi lingkungan serta memahami produk, distribusi, harga dan promosi sebagai komponen utama dalam bauran pemasaran.

B. Diskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini memberi gambaran umum tentang azas-azas dan prinsip pemasaran serta bagaimana perusahaan berupaya mencapai tujuan pemasarannya dengan menentukan segmen serta pasar sasaran yang dilayani dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki.

C. Materi

|  |  |
| --- | --- |
| TM | Pokok Bahasan |
| 1. | Pendahuluan: Penjelasan silabus dan overview manajemen pemasaran |
| 2 | Pengertian , aspek inti dalam pemasaran serta peran pemasaran dlm perusahaan |
| 3 | Beberapa orientasi/ konsep pemasaran dan tugas manajemen pemasaran |
| 4 | Pelaku dalam lingkungan Mikro pemasaran dan pengaruhnya |
| 5 | Pelaku dalam lingkungan Makro pemasaran dan pengaruhnya |
| 6 | Sistem informasi Pemasaran |
| 7 | Segmentasi pasar dan Pemilihan target pasar |
|  | U T S |
| 8 | Tingkatan produk, Klasifikasi produk |
| 9 | Bauran produk, lini, item Penentuan merk, Packaging |
| 10 | Produk jasa/ Pemasaran Jasa |
| 11 | Faktor mempengaruhi dan metode penetapan Harga |
| 12 | Pengertian, Alternatif dan pemilihan Saluran distribusi |
| 13 | Pogram Periklanan  |
| 14 | Program Promosi penjualan, , Penjualan personal dan Publisitas |
|  | Review dan Tugas yang harus dikerjakan/ dikumpulkan |

D. Buku Referensi

1. Kotler, P dan G. Armstrong (2010), Principles of Marketing (Dasar- Dasar Pemasaran) , 13 ed. Englewood Clif, New Jersey: Prentice Hall.
2. Lamb, Hair, Mc Daniel. Marketing, Five ed. USA: Thomson Learning

E. Metode Pencapaian Tujuan

1. Diskusi, Presentasi dan partisipasi
2. Ujian tengah dan akhir

Diskusi:

Semua anggota klas dibagi menjadi 12 kelompok oleh ketua klas, dan setiap kelompok mempresentasikan satu topic yang disajikan didepan forum maksimum 20 menit dilanjutkan dengan pembahasan, Tanya jawab dengan kelompok pembaha atau forum klas.

Penyaji: Setiap kelompok membuat ringkasan materi , topik yang telah ditentukan dan masing –masing harus mempresentasikan materinya. Ringkasna harus komprehensif Diketik 5 sampai 7 hal diketik standar spasi 1 1/2,  Time roman 12 yang dibagikan pada setiap group diberi satu Salinan sebelum perkuliahan berlangsung. Untuk menunjang presentasi, penyaji bisa menampilkan powerpoint. Jangan sampaai ada salah topik dan setiap anggota klas tidak masuk/ tidak ikut dlm kelompok.

Pembahas

1. Kelompok Pembahas
2. Semua anggota klas sebagai pembahas

F. Komposisi Penilaian

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No. | Aspek Penilaian | Prosentase |
| 1 | Hasil nilai ujian UTS dan UAS | 40 % |
| 2 |  Paper, ringkasan | 10 %  |
| 3 | Presentasi, pembahas | 10 % |
| 4 | Keaktifan , partisipasi, pembahasan | 30 % |
| 5 | Tugas, responsi | 10% |
|  | Total | 100 |

G. Skala Penilaian

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Skor | Nilai Huruf | Bobot |
| 85.01 - 100 | A | 4 |
| 80.01 - 85 | A- | 3,75 |
| 74.01 - 79,99 | B+ | 3,25 |
| 70.01 - 74 | B | 3 |
| 65.01 - 70 | B- | 2,75 |
| 60.01 - 65 | C+ | 2,25 |
| 55.01 - 60 | C | 2 |
| 39.01 - 55 | D | 1 |
| 0 - 39 | E | 0 |

TOPIK PEMBAHASAN SEBAGAI MATERI DISKUSI

|  |  |
| --- | --- |
| No.  | TOPIK |
| 1 | Pengertian , aspek inti pemasaran serta sistem danperan pemasaran dlm perusahaan |
| 2 | Beberapa orientasi/ konsep dalam pemasaran , hubungan dan tugas manajemen pemasaran |
| 3 | Pelaku dalam lingkungan Mikro pemasaran dan pengaruhnya |
| 4 | Pelaku dalam lingkungan Makro pemasaran dan pengaruhnya |
| 5 | Sistem informasi Pemasaran |
| 6 | Segmentasi pasar dan Pemilihan target pasar |
| 7 | Pengertian produk, bauran, merk produk |
| 8 | Produk jasa, Pemasaran Jasa |
| 9 | Penetapan Harga: factor yang mempengaruhi, metode |
| 10 | Saluran Distribusi : Pengertian, Fungsi, Alternatif dan pemilihan  |
| 11 | Pogram Periklanan  |
| 12 | Program Promosi penjualan dan Publisitas |
| 13 | Penjualan personal  |