



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA

Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No. 93 Labuhan Ratu - Bandar Lampung 35142

No. Dokumen
4.FM-D2.04.03

FORMULIR
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

No.
Revisi
01

Hal
1 dari 7

Tanggal Terbit
13 Agustus 2019

Matakuliah : Manajemen Pemasaran

Semester: 3

sks: 4/0

Kode MK:
MAN19416

Program Studi :
Manajemen

Dosen Pengampu/Penanggungjawab : Muhammad Saputra, S.E., M.M

Capaian Pembelajaran
Lulusan (CPL)

Sikap

1. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri

CP Pengetahuan

2. Menguasai konsep teoritis, metoda dan perangkat analisis fungsi manajemen dan fungsi organisasi pada berbagai jenis organisasi

Keterampilan Umum:

3. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur

CP Keterampilan Khusus

4. Mampu merumuskan fungsi manajemen pada level operasional di berbagai tipe organisasi;

Capaian Pembelajaran
Matakuliah
(CPMK)

Mahasiswa mampu menguraikan konsep dan prinsip pemasaran modern yang berorientasi pada konsumen, meliputi perencanaan dan strategi pemasaran, mengumpulkan wawasan/informasi pemasaran, hubungan konsumen, serta membangun merek yang kuat untuk memenangkan persaingan.

Deskripsi Matakuliah :		Mata Kuliah Manajemen Pemasaran ini berisi tentang teori, konsep dan teknik-teknik analisis yang digunakan dalam melakukan aktivitas pemasaran, kendala-kendala serta keputusan-keputusan pemasaran yang berkaitan dengan pemasaran produk dan jasa perusahaan.					
Minggu ke -	Kemampuan yang diharapkan (Sub-CPMK)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Bentuk, Metode Pembelajaran dan Pengalaman Belajar	Waktu (menit)	Penilaian		
					Teknik	Indikator	Bobot (%)
1	Mampu menjelaskan pemasaran secara umum	Manajemen Pemasaran Secara Umum : Pengantar manajemen pemasaran	Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Diskusi Pengalaman Belajar : a. Mahasiswa mengenal manajemen pemasaran secara umum b. Partisipasi dalam diskusi	a. 4X50 Menit Tatap Muka/Online b. 4X50 Menit Belajar Mandiri c. 4X50 Menit Diskusi	1. Tes tertulis ujian tengah semester 2. Kelompok penilaian bahan materi presentasi 3. Individu Review Bahan Ajar	1. Pemahaman materi mengenai pemasaran secara umum 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi	3,57
2	Mampu menjelaskan situasi pemasaran terkini dan konsep dasar pemasaran	Mendefinisikan pemasaran abad ke - 21 : Ruang lingkup pemasaran, Konsep inti pemasaran,	Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Diskusi kelompok Pengalaman Belajar : a. Mahasiswa belajar melalui bahan	a. 4X50 Menit Tatap Muka/Online b. 4X50 Menit	1. Tes tertulis ujian tengah semester 2. Kelompok	1. Pemahaman materi mengenai situasi pemasaran	3,57

		Realitas pemasaran baru, Orientasi perusahaan terhadap pasar, Tugas manajemen pemasaran	<p>b. Partisipasi dalam diskusi</p> <p>ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya</p>	<p>c. 4X50 Menit Diskusi Kelompok</p> <p>Belajar Mandiri</p>	<p>penilaian bahan materi presentasi</p>	<p>n terkini dan konsep dasar pemasaran</p> <p>2. Akurasi analisa melalui diskusi</p> <p>3. Keaktifan Diskusi Kelompok</p>	
3	Mampu menjelaskan strategi dan rencana pemasaran	<p>Mengembangkan strategi dan rencana pemasaran :</p> <p>Pemasaran dan nilai pelanggan, pemasaran strategi kooperat dan divisi, perencanaan strategi unit bisnis, perencanaan produk</p>	<p>Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok</p> <p>Pengalaman Belajar :</p> <p>a. Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya</p> <p>b. Partisipasi dalam diskusi online/offline</p>	<p>a. 4X50 Menit Tatap Muka/Online</p> <p>b. 4X50 Menit Belajar Mandiri</p> <p>c. 4X50 Menit Diskusi Kelompok</p>	<p>1. Tes tertulis ujian tengah semester</p> <p>2. Kelompok penilaian presentasi materi</p> <p>3. Individu makalah strategi dan rencana pemasaran</p>	<p>1. Pemahaman materi strategi dan rencana pemasaran</p> <p>2. Akurasi analisa melalui diskusi</p>	3,57

			c. Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM)	d. 4x50 Tugas Terstruktur		3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah	
4	Mampu menganalisa kebutuhan informasi dalam pemasaran	Mengumpulkan informasi dan memindai lingkungan : Komponen sistem informasi pemasaran modern, intelegen pemasaran, menganalisis lingkungan makro, lingkungan demografis, lingkungan makro	Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok Pengalaman Belajar : a. Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa	a. 4X50 Menit Tatap Muka/Online b. 4X50 Menit Belajar Mandiri c. 4X50 Menit Diskusi Kelompok	1. Tes tertulis ujian tengah semester 2. Kelompok penilaian presentasi materi 3. Individu makalah penilaian mengenai pengumpulan	1. Pemahaman materi kebutuhan informasi dalam pemasaran 2. Akurasi analisa melalui diskusi	3,57

		utama lainya, pemasaran hijau	<ul style="list-style-type: none"> b. Partisipasi dalam diskusi online/offline c. Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM) 	d. 4x50 Tugas Terstruktur	informasi pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah 	
5	Memilih dan mengana	Mengumpulkan informasi dan memindai lingkungan :		a. 4X50 Menit Tatap	1. Tes tertulis ujian	1. Pemahaman materi	3,57

	<p>alisis informasi pemasaran</p>	<p>Komponen sistem informasi pemasaran modern, intelejen pemasaran, menganalisis lingkungan makro, lingkungan demografis, lingkungan makro utama lainnya, pemasaran hijau</p>	<p>Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok</p> <p>Pengalaman Belajar :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya b. Partisipasi dalam diskusi online/offline c. Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM) 	<p>Muka/Online</p> <ol style="list-style-type: none"> b. 4X50 Menit Belajar Mandiri c. 4X50 Menit Diskusi Kelompok d. 4x50 Tugas Terstruktur 	<p>tengah semester</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Kelompok penilaian presentasi materi 3. Individu makalah mengenai informasi pemasaran 	<p>mengena i kebutuhan informasi dalam pemasaran</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah 	
--	-----------------------------------	---	---	---	--	---	--

6	Mampu menguraikan konsep riset dan peramalan permintaan dalam pemasaran	<p>Melaksanakan riset pemasaran dan meramalkan permintaan :</p> <p>Sistem riset pemasaran, proses riset pemasaran, mengukur produktivitas pemasaran, peramalan dan pengukuran permintaan</p>	<p>Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok</p> <p>Pengalaman Belajar :</p> <ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya Partisipasi dalam diskusi online/offline Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM) 	<ol style="list-style-type: none"> 4X50 Menit Tatap Muka/Online 4X50 Menit Belajar Mandiri 4X50 Menit Diskusi Kelompok 4x50 Tugas Terstruktur 	<ol style="list-style-type: none"> Tes tertulis ujian tengah semester Kelompok penilaian presentasi materi Individu Makalah hasil riset pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> Pemahaman materi mengenai riset dan peramalan permintaan dalam pemasaran Akurasi analisa melalui diskusi Keaktifan Diskusi Kelompok Kualitas Makalah 	3,57

7	Menganalisa konsep hubungan jangka panjang dengan konsumen	Menciptakan nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan : Membangun nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan, memaksimalkan nilai seumur hidup	Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok Pengalaman Belajar : a. Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video	a. 4X50 Menit Tatap Muka/Online b. 4X50 Menit Belajar Mandiri c. 4X50 Menit Diskusi Kelompok	1. Tes tertulis ujian tengah semester 2. Penilaian tugas terstruktur 3. Kelompok penilaian presentasi materi 4. Individu Makalah	1. Pemahaman materi mengenai konsep hubungan jangka panjang dengan konsumen	3,57

		pelanggan, mengembangkan hubungan pelanggan, database pelanggan dan pemasaran	<p>d. dan Referensi lainya</p> <p>b. Partisipasi dalam diskusi online/offline</p> <p>c. Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Up load dengan format Kelas, Nama, NPM)</p>	d. 4x50 Tugas Terstruktur	konsep hubungan jangka panjang dengan konsumen	<p>2. Akurasi analisa melalui diskusi</p> <p>3. Keaktifan Diskusi Kelompok</p> <p>4. Kualitas Makalah</p>	
--	--	---	--	------------------------------	---	---	--

	Ujian Tengah Semester (UTS)			90 Menit	Tes Tertulis		25
9	Menganalisa konsep perilaku konsumen hingga proses pembelian dalam pasar konsumen	Menganalisis pasar konsumen : Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, proses psikologi kunci, proses keputusan pembelian, teori lain pengambilan keputusan konsumen.	Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok Pengalaman Belajar : a. Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya b. Partisipasi dalam diskusi online/offline	a. 4X50 Menit Tatap Muka/Online b. 4X50 Menit Belajar Mandiri c. 4X50 Menit Diskusi Kelompok d. 4x50 Tugas Terstruktur	1. Tes tertulis ujian Akhir semester 2. Kelompok penilaian presentasi materi 3. Individu Review Bahan Ajar	1. Pemahaman materi mengenai perilaku konsumen hingga proses keputusan pembelian dalam pasar konsumen 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi	3,57

10	Menganalisa konsep perilaku organisasi hingga perilaku pembelian dalam pasar bisnis	<p>Menganalisis pasar bisnis :</p> <p>Pengertian pembelian organisasi, peserta proses pembelian bisnis, proses pembelian/pengadaan, tahapan tahapan dalam proses pembelian, mengelola hubungan pelanggan bisnis ke bisnis, pasar lembaga dan pemerintah</p>	<p>Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok</p> <p>Pengalaman Belajar :</p> <ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya Partisipasi dalam diskusi online/offline 	<ol style="list-style-type: none"> 4X50 Menit Tatap Muka/Online 4X50 Menit Belajar Mandiri 4X50 Menit Diskusi Kelompok 4x50 Tugas Terstruktur 	<ol style="list-style-type: none"> Tes tertulis ujian akhir semester Kelompok penilaian presentasi materi Individu Makalah perilaku organisasi dalam pasar bisnis 	<ol style="list-style-type: none"> Pemahaman materi mengenai konsep perilaku organisasi hingga perilaku pembelian dalam pasar bisnis Akurasi analisa melalui diskusi Keaktifan Diskusi Kelompok 	3,57

			c. Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM)			4. Kualitas Makalah	
11	Menganalisa konsep perilaku organisasi hingga perilaku pembelian dalam	Menganalisis pasar bisnis : Pengertian pembelian organisasi, peserta proses pembelian bisnis, proses pembelian/pengadaan, tahapan tahapan dalam proses pembelian,	Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok Pengalaman Belajar : a. Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa	a. 4X50 Menit Tatap Muka/Online b. 4X50 Menit Belajar Mandiri	1. Tes tertulis ujian Akhir semester 2. Kelompok penilaian presentasi materi 3. Individu Makalah perilaku organisasi	1. Pemahaman materi mengenai konsep perilaku organisasi hingga perilaku pembelian	3,57

	pasar bisnis	mengelola hubungan pelanggan bisnis ke bisnis, pasar lembaga dan pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> b. Partisipasi dalam diskusi online/offline c. Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM) 	<ul style="list-style-type: none"> c. 4X50 Menit Diskusi Kelompok d. 4x50 Tugas Terstruktur 	dalam pasar bisnis	<ul style="list-style-type: none"> n dalam pasar bisnis 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah 	
--	-----------------	--	---	---	-----------------------	--	--

12	Mampu menganalisa dasar-dasar segmentasi dan target pasar	<p>Mengidentifikasi segmen dan target pasar :</p> <p>Tingkat segmentasi pasar, dasar segmentasi pasar konsumen, dasar segmentasi pasar bisnis, penentuan target pasar</p>	<p>Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok</p> <p>Pengalaman Belajar :</p> <ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya Partisipasi dalam diskusi online/offline Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM) 	<ol style="list-style-type: none"> 4X50 Menit Tatap Muka/Online 4X50 Menit Belajar Mandiri 4X50 Menit Diskusi Kelompok 4x50 Tugas Terstruktur 	<ol style="list-style-type: none"> Tes tertulis ujian Akhir semester Kelompok penilaian presentasi materi Individu Makalah perilaku dasar-dasar segmentasi dan target pasar 	<ol style="list-style-type: none"> Pemahaman materi mengenai dasar-dasar segmentasi dan target pasar Akurasi analisa melalui diskusi Keaktifan Diskusi Kelompok Kualitas Makalah 	3,57
13	Mampu menguraikan	<p>Menciptakan ekuitas merek :</p>	<p>Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online),</p>	<ol style="list-style-type: none"> 4X50 Menit Tatap Muka/Online 	<ol style="list-style-type: none"> Tes tertulis ujian akhir semester 	<ol style="list-style-type: none"> Pemahaman materi mengenai 	3,57

	<p>peran merek dan ekuitasnya</p>	<p>Definisi ekuitas merek, membangun merek yang kuat, mengukur ekuitas merek, merencanakan strategi penetapan merek, ekuitas pelanggan</p>	<p>Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok Pengalaman Belajar : a. Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya b. Partisipasi dalam diskusi online/offline c. Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM)</p>	<p>b. 4X50 Menit Belajar Mandiri c. 4X50 Menit Diskusi Kelompok d. 4x50 Tugas Terstruktur</p>	<p>2. Penilaian tugas terstruktur 3. Kelompok penilaian presentasi materi 4. Individu penilaian review study kasus merek dan ekuitasnya</p>	<p>i peran merek dan ekuitasnya 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah</p>	
--	-----------------------------------	--	---	---	--	---	--

14	Mampu menganalisa positioning dan strategi diferensiasi	<p>Membentuk positioning merek :</p> <p>Mengembangkan dan mengkomunikasikan strategi positioning, strategi diferensiasi, strategi pemasaran siklus hidup produk</p>	<p>Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok</p> <p>Pengalaman Belajar :</p> <ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya Partisipasi dalam diskusi online/offline Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM) 	<ol style="list-style-type: none"> 4X50 Menit Tatap Muka/Online 4X50 Menit Belajar Mandiri 4X50 Menit Diskusi Kelompok 4x50 Tugas Terstruktur 	<ol style="list-style-type: none"> Tes tertulis ujian akhir semester Kelompok penilaian presentasi materi Individu Makalah positioning dan strategi diferensiasi yang dilakukan perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> Pemahaman materi mengenai positioning dan strategi diferensiasi Akurasi analisa melalui diskusi Keaktifan Diskusi Kelompok Kualitas Makalah 	3,57

15	Mampu menguraikan strategi perusahaan menghadapi persaingan	<p>Menghadapi persaingan :</p> <p>Kekuatan kompetitif, mengidentifikasi pesaing, strategi kompetitif, strategi penantang, strategi pengikut pasar, menyeimbangkan orientasi pelanggan dan pesaing</p>	<p>Metode : Kuliah (Tatap Muka atau Online), Tugas Mandiri, Diskusi Kelompok</p> <p>Pengalaman Belajar :</p> <p>a. Mahasiswa belajar melalui bahan ajar berupa PPT, Video dan Referensi lainnya</p> <p>b. Partisipasi dalam diskusi online/offline</p>	<p>a. 4X50 Menit Tatap Muka/Online</p> <p>b. 4X50 Menit Belajar Mandiri</p> <p>c. 4X50 Menit Diskusi Kelompok</p> <p>d. 4x50 Tugas Terstruktur</p>	<p>1. Tes tertulis ujian akhir semester</p> <p>2. Kelompok penilaian presentasi materi</p> <p>3. Individu Review strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan</p>	<p>1. Pemahaman materi mengenai strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan</p> <p>2. Akurasi analisa melalui diskusi</p>	3,57

			c. Tugas Mandiri Review bahan ajar (Makalah/Upload dengan format Kelas, Nama, NPM)			3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah	
16	Ujian Akhir Semester			90 Menit	Tes tertulis		25

Tugas mahasiswa dan penilaian

1. Tugas

Minggu ke	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Tugas		Waktu (menit)	Penilaian	Indikator	Bobot (%)
1	Manajemen pemasaran secara umum	Mandiri	a. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya	4x50 Menit	Tanya jawab dan diskusi	1. Pemahaman materi mengenai pemasaran secara umum 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi	3,57
		Terstruktur					
2	Ruang lingkup pemasaran, konsep inti pemasaran, realitas pemasaran baru, orientasi perusahaan	Mandiri	a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 1 bab 1 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya	4X50 Menit	a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok	1. Pemahaman materi mengenai situasi pemasaran terkini dan	3,57

	terhadap pasar, tugas manajemen pemasaran	Terstruktur	a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok.			konsep dasar pemasaran 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok	
3	Pemasaran dan nilai pelanggan, pemasaran startegi kooperat dan divisi, perencanaan strategi unit bisnis, perencanaan produk	Mandiri	a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) hal 35 bagian 1 Bab 2 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya	4x50 Menit	a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok c. Tugas Individu	1. Pemahaman materi strategi dan rencana pemasaran pemasaran 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah	3,57
		Terstruktur	a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok. b. Menyiapkan makalah individu strategi dan rencana pemasaran				
4 - 5	Komponen sistem informasi pemasaran modern, intelejen pemasaran, menganalisis lingkungan makro, lingkungan	Mandiri	a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 2 bab 3 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya	4X50 Menit	a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok	1. Pemahaman materi mengenai kebutuhan informasi	3,57

	demografis, lingkungan makro utama lainnya, pemasaran hijau	Terstruktur.	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok b. Menyiapkan makalah informasi pemasaran 		c. Tugas Individu	<ul style="list-style-type: none"> dalam pemasaran 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah 	
6	Sistem riset pemasaran, proses riset pemasaran, mengukur produktivitas pemasaran, peramalan dan pengukuran permintaan	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 2 bab 4 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya 	4X50 Menit	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok c. Tugas Individu 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman materi mengenai riset peramalan permintaan dalam pemasaran 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah 	3,57
		Terstruktur	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok b. Menyiapkan makalah hasil riset peramalan dan permintaan dalam pemasaran 				

7	Membangun nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan, memaksimalkan nilai seumur hidup pelanggan, mengembangkan hubungan pelanggan, database pelanggan dan pemasaran	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 3 bab 5 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya 	4X50 Menit	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok c. Tugas Individu 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman materi mengenai riset peramalan permintaan dalam pemasaran 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah 	3,57
		Terstruktur	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok b. Menyiapkan makalah hubungan jangka panjang dengan konsumen 				
UJIAN TENGAH SEMESTER							
9	Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, proses psikologi kunci, proses keputusan pembelian, teori lain pengambilan keputusan konsumen.	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 5 bab 6 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya 	4X50 Menit	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman materi mengenai pemasaran secara umum 2. Akurasi analisa melalui diskusi 	3,57
		Terstruktur	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok 				

						3. Keaktifan Diskusi	
10 - 11	Pengertian pembelian organisasi, peserta proses pembelian bisnis, proses pembelian/pengadaan, tahapan tahapan dalam proses pembelian, mengelola hubungan pelanggan bisnis ke bisnis, pasar lembaga dan pemerintah	Mandiri	a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 6 bab 7 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya	4X50 Menit	a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok c. Tugas Individu	1. Pemahaman materi mengenai riset peramalan permintaan dalam pemasaran 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah	3,57
		Terstruktur	a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok b. Makalah perilaku organisasi dalam pasar bisnis				
12	Tingkat segmentasi pasar, dasar segmentasi pasar konsumen, dasar segmentasi pasar bisnis, penentuan target pasar	Mandiri	a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 6 bab 8 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya	4x50 Menit	a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok c. Tugas Individu	1. Pemahaman materi mengenai dasar-dasar segmentasi pasar dan target pasar 2. Akurasi analisa melalui diskusi	3,57
		Terstruktur	a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok				

			b. Makalah dasar-dasar segmentasi dan target pasar			3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah	
13	Definisi ekuitas merek, membangun merek yang kuat, mengukur ekuitas merek, merencanakan strategi penetapan merek, ekuitas pelanggan	Mandiri	a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 4 bab 9. b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya	x50 Menit	a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok c. Tugas Individu	1. Pemahaman materi mengenai merek dan ekuitasnya 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah	3,57
		Terstruktur	a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok, b. Laporan hasil review studi kasus merek dan ekuitasnya				
14	Mengembangkan dan mengkomunikasikan strategi positioning, strategi diferensiasi, strategi pemasaran siklus hidup produk	Mandiri	a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 4 bab 10 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya	4x50 Menit	a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok	1. Pemahaman materi mengenai merek dan ekuitasnya 2. Akurasi analisa melalui diskusi	3,57

		Terstruktur	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok b. Makalah positioning dan strategi diferensiasi yang dilakukan perusahaan 		<ul style="list-style-type: none"> c. Tugas Individu 	<ul style="list-style-type: none"> 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah 	
15	Kekuatan kompetitif, mengidentifikasi pesaing, strategi kompetitif, strategi penantang, strategi pengikut pasar, menyeimbangkan orientasi pelanggan dan pesaing	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> a. Mempelajari buku Manajemen Pemasaran jilid 1 (Kotler dan Keller) bagian 4 bab 11 b. Mempelajari bahan ajar berupa PPT, Video dan referensi lainnya 	4x50 Menit	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesiapan bahan presentasi dan b. Tanya jawab kelompok c. Tugas Individu 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman materi strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan 2. Akurasi analisa melalui diskusi 3. Keaktifan Diskusi Kelompok 4. Kualitas Makalah 	3,57
		Terstruktur	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyiapkan bahan presentasi dalam bentuk PPT kelompok b. Review strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan 				

2. Penilaian

Aspek Penilaian

- 1) **Sikap** : cara menyampaikan pendapat dalam diskusi, tanggungjawab dalam menyelesaikan tugas, pemahaman mengenai manajemen pemasaran
- 2) **Pengetahuan** : penguasaan materi yang ditunjukkan dalam diskusi, presentasi, ujian tengah semester dan ujian akhir semester
- 3) **Keterampilan** : kreatifitas membuat ppt, kesesuaian tugas individu dan kelompok

Bobot Penilaian

Bobot Nilai Harian (NH) nilai tugas terstruktur = 2

Bobot Nilai Ujian Tengah Semester (UTS) = 2

Bobot Nilai Ujian Akhir Semester (UAS) = 3

Nilai Akhir

$$\text{Nilai Akhir} = \frac{2 \text{ NH} + 2 \text{ UTS} + 3 \text{ UAS}}{7}$$

Bandar Lampung, 25 - 09- 2020

Disusun Oleh	Diperiksa oleh	Disahkan oleh :	
Dosen Penanggungjawab Muhammad Saputra, S.E.,M.M	Penanggungjawab Keilmuan (KBK) Muhammad Sapura, S.E.,M.M	Ketua Program Studi Aswin, SE., MM	Dekan Dr. Faurani I Santi Singagerda, SE., MSc.