



SILABUS

UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Fakultas / Prodi	:	Bisnis / Manajemen
Mata Kuliah / Kode	:	Manajemen Pemasaran Lanjutan
Semester / SKS	:	Semester 3 / 3 SKS
Mata Kuliah Prasyarat	:	Manajemen Pemasaran
Dosen	:	Adhi Prakosa, S.E., M.Sc

DESKRIPSI MATA KULIAH

Mata kuliah manajemen pemasaran ini mengungkapkan dan menjelaskan mengenai konsep yang berkaitan dengan implementasi konsep manajemen di bidang pemasaran. Mahasiswa dapat mempelajari teori di bidang pemasaran dan aplikasinya dalam studi kasus perusahaan-perusahaan di bidang pemasaran.

CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti mata kuliah ini diharapkan mahasiswa memiliki pemahaman yang lebih terutama mengenai bagaimana pengambilan keputusan yang mencakup segala aspek pemasaran yang berkaitan dengan perencanaan, penganalisisan, pengimplementasian, dan pengendaliannya.

PENDEKATAN PEMBELAJARAN

Dalam mata kuliah ini, mahasiswa akan memegang peranan yang besar dengan melibatkan diri secara aktif dalam proses kuliah dan presentasi. Tanpa partisipasi maksimal kedua belah pihak, tujuan yang telah disebutkan di atas sulit untuk dicapai. Selain mengajar, dosen akan selalu berperan untuk menjaga diskusi di kelas.

EVALUASI DAN PENILAIAN

Kinerja mahasiswa ditunjukkan oleh nilai akhir. Nilai ini merupakan dari kombinasi nilai partisipasi kelas, nilai latihan dan ujian akhir semester.

RENCANA PEMBELAJARAN

Perkulian menggunakan Power Point dengan jadwal materi terlampir. Mahasiswa juga wajib menyiapkan presentasi sesuai giliran dengan materi menggunakan Power Point.

DAFTAR REFERENSI

1. Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Management ed 14.
2. Philip Kotler, Hermawan Kertajaya, Iwan Setiawan. Marketing 5.0
3. Prakosa, Adhi. Manajemen Pemasaran: Strategi & Taktik
4. Artikel-artikel internet dan jurnal yang relevan.

JADWAL PERTEMUAN

Minggu Ke	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Kegiatan
1	Definisi Pemasaran	Pengertian pemasaran, tahapan marketing	Ceramah, tugas classroom
2	Pemasaran holistik	Pengertian holistik marketing, studi kasus	Ceramah, diskusi kelas Google Trend
3	Nilai pelanggan, kepuasan dan loyalitas	Organisasi tradisional vs modern, customer perceived value, loyalitas	Ceramah, diskusi kelas
4	Film review dan studi kasus	Mereview film Jobs, membahas studi kasus	Presentasi kelompok 5
5	Service quality, analisis pasar,	service-dominant-logic, tren, faktor sosial dan budaya	Ceramah, diskusi kelas

6	Segmentasi dan target pasar	Pemasaran massal, segment, mikro	Ceramah, diskusi kelas
7	Presentasi Buku Manajemen Pemasaran: Strategi & Taktik	Studi kasus Nike, Air Jordan, dan Netflix	Presentasi kelompok 4, diskusi kelas
8	Positioning	Perceptual Map	Ceramah, diskusi kelas
9	Branding	Kepribadian merek	Ceramah, diskusi kelas
10	Presentasi artikel klasik pemasaran	Artikel “Pemasaran sebagai suatu Pertukaran” –kel.1	Presentasi kelompok 1
11	Presentasi artikel klasik pemasaran	Artikel “Positioning mengatasi kekacauan pada pasar” – kel.6	Presentasi kelompok 6
12	Presentasi Buku Manajemen Pemasaran: Strategi & Taktik	Sepatu Vans dan Adidas, & Diferensiasi	Presentasi kelompok 2
13	Presentasi Buku Manajemen Pemasaran: Strategi & Taktik	Starbucks, Blue Bottle & Luckin Coffee, & Penjualan	Presentasi kelompok 8, diskusi kelas, dan quiz
14	Marketing 5.0	Penjelasan marketing 5.0 dan isu teknologi	Ceramah, diskusi kelas
	Film review	Mereview film The Founder	Presentasi kelompok 7 (The Founder)
15	Film review	Mereview film Ford vs Ferrari	Presentasi kelompok 3 (Ford vs Ferrari)
16	UAS	Ujian akhir semester	Ujian tertulis

KELOMPOK 1	KELOMPOK 2	KELOMPOK 3	KELOMPOK 4	KELOMPOK 5
Renata K	Rohman N	Devita Wahyu	Rizky R	Rachma Hadi
Annisa Okta	M Fahmi	Khusnul K	Fadhila Z	Nurul W
Rawdotul Z	M Awin	Fara Dilla	Anastasya	Anggita Dwi
Ika Aulia	Rizqi Amelia	Diah Ayu P	Afni Tri	Annisa Putri
Novstevisya	Silva Nur	Hamim Rafa	Candra B	Woro Tias
Lukman		Rizky Nur		Cavien
KELOMPOK 6	KELOMPOK 7	KELOMPOK 8	<u>A4</u>	
Ananda Putri Ana Arum Eva S Amanda G Isabella	Samsul H Ale Bembey Marhasan Indira Ibnu	Feli Lisa Vifi Salwa Sopiyatun		