

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) &
SATUAN ACARA PERKULIAHAN (SAP)**

MATA KULIAH MANAJEMEN PEMASARAN II
SEMESTER 6 (GENAP)



PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI LATIFAH MUBAROKIYAH
SURYALAYA-TASIKMALAYA
2023/2024
SATUAN ACARA PERKULIAHAN STIELM

IDENTITAS MATA KULIAH :

Nama Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran II

Bobot SKS : 3 SKS

Jenis Mata Kuliah : Mata Kuliah Wajib

Prodi/Jenjang : Manajemen/S1

Dosen. :

Pertemuan ke	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM	Teknik Pembelajaran	Media Pembelajaran	Tugas
1.	Pendahuluan Kontrak Perkuliahan					

2.	Perilaku Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Perilaku Konsumen 2. Teori Perilaku Konsumen 3. Model Perilaku Maslow 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 	Mahasiswa Mengetahui Perilaku Konsumen	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas		
3.	Perencanaan Pemasaran	<p>Pengertian dan Peranan Perencanaan Pemasaran</p> <p>Macam-macam Perencanaan Pemasaran</p> <p>Proses Perencanaan Pemasaran</p>	<p>TIU:</p> <p>Mengetahui dan Memahami Perencanaan Pemasaran</p>	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas		
4	Pemimpin, Penantang, Perelung dan Pengikut Pasar	Pemimpin, Penantang, Perelung dan Pengikut Pasar	<p>TIU:</p> <p>Mahasiswa Mengetahui dan Memahami Pasar</p>	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas	Papan tulis, Projector	
5	Struktur Pemasaran	Struktur Pemasaran				
6	Organisasi Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aspek Organisasi pemasaran 2. Peranan Organisasi Pemasaran 3. Proses Penyusunan Organisasi Pemasaran 4. Struktur Organisasi Pemasaran 	<p>TIU:</p> <p>Mahasiswa mengetahui dan Memahami Strategi Pemasaran</p>	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas		

7.	Informasi Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arti dan Peranan Informasi Pemasaran 2. Ruang Lingkup Informasi Pemasaran 3. Pengertian dan Konsep Sistem Informasi Pemasaran 	TIU: Mahasiswa Mengerti dan Memahami Informasi Pemasaran	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas	Papan tulis, Projector	
UTS						
9.	Strategi Branding dan Mengelola Jasa	Strategi Branding dan Mengelola Jasa	TIU: Mahasiswa Mengerti dan Memahami Strategi Branding dan Pengelolaan Jasa	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas	Papan tulis, Projector	

10.	Strategi Pemasaran	Strategi Pemasaran dan Tujuan Perusahaan Strategi Umum dan Menyeluruh Pemasaran Strategi Penetrasi Pasar Strategi Acuan/Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Strategi Siklus Kehidupan Usaha(Product life Cycle)	TIU: Mahasiswa mengetahui dan Memahami Sistem Pemasaran, Lingkungan Pemasaran dan Segmentasi pasar	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas	Papan tulis, Projector	
11.	Strategi Penetapan harga	Strategi Penetapan harga	TIU: Mahasiswa Mengerti dan Memahami Strategi Penetapan harga	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas	Papan tulis, Projector	
12.	Strategi Distribusi	Strategi Distribusi	TIU: Mahasiswa Mengerti, Memahami dan menganalisis Strategi Distribusi	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas	Papan tulis, Projector	
13.	Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	TIU: Mahasiswa Mengerti dan Memahami Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas	Papan tulis, Projector	

14.	Strategi Pemasaran Dalam Berbagai Posisi Kompetitif	Strategi Pemasaran Dalam Berbagai Posisi Kompetitif	TIU: Mahasiswa Mengerti dan Memahami Strategi Pemasaran Dalam Berbagai Posisi Kompetitif	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas	Papan tulis, Projector	
15.	Riset Pemasaran	Riset Pemasaran	TIU: Mahasiswa Mengerti dan Memahami Riset Pemasaran	Kuliah Mimbar, tanya jawab, tugas	Papan tulis, Projector	
16.	UJIAN AKHIR SEMESTER					

DAFTAR REFERENSI:

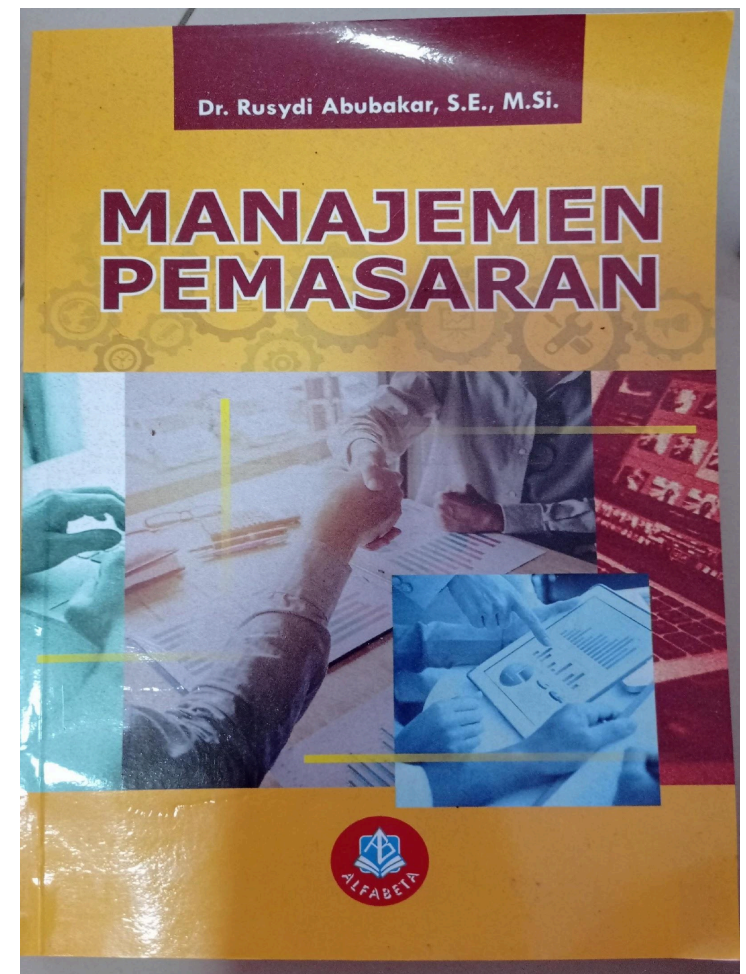
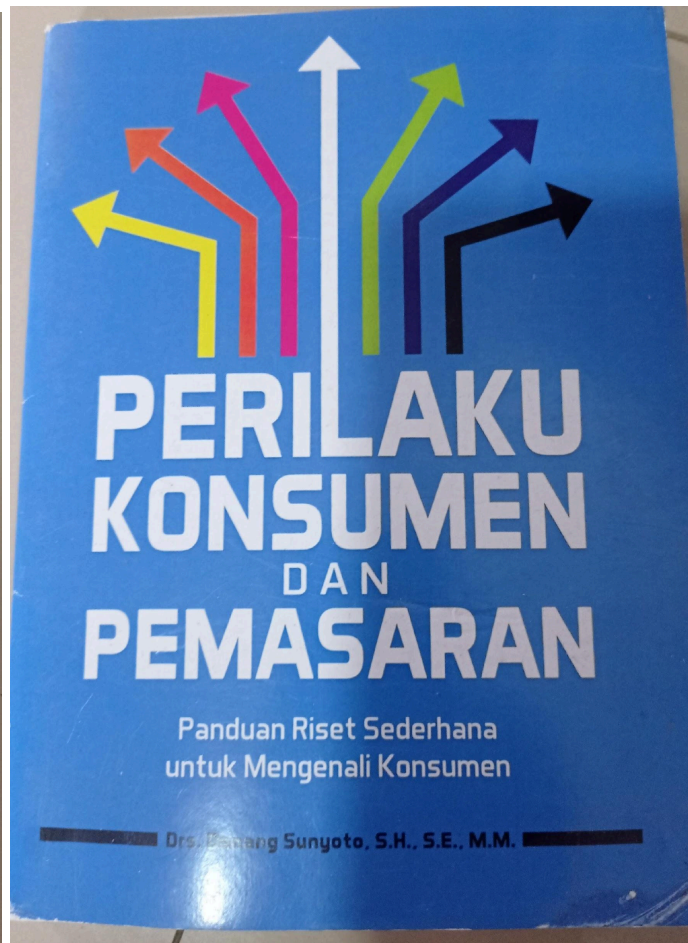
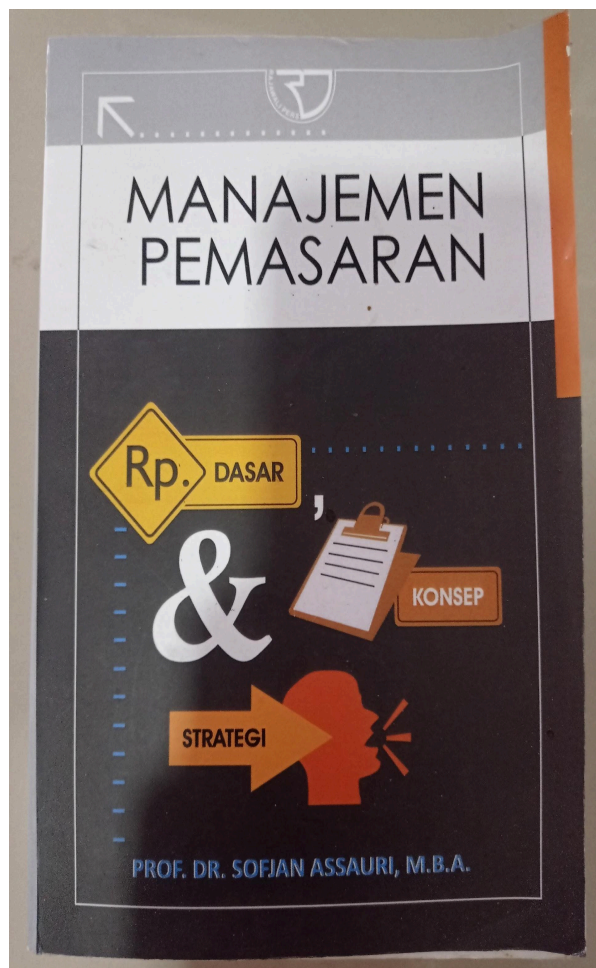
SATUAN ACARA PERKULIAHAN (SAP)

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran II
 Kode Mata Kuliah :
 Bobot : 3 SKS
 Kuliah Ke- : 1 (Satu) - 16 (Enam Belas)
 Lama Pertemuan : 150 menit
 Dosen Pengampu : Lati Sari Dewi, S.Pd., MM
 Tujuan Instruksional Umum : Mahasiswa Mengerti dan Memahami Manajemen Pemasaran
 Tujuan Instruksional Khusus : Mahasiswa memahami dan mengerti Manajemen Pemasaran

KEGIATAN PEMBELAJARAN

Tahap	Kegiatan		Metode	Media	Waktu (Menit)
	Dosen	Mahasiswa			
Pendahuluan	Berdo'a bersama Menjelaskan materi yang akan disampaikan selama 1 semester Kontrak matakuliah Perkenalan	Mendengarkan Memahami Berdiskusi	-	-	10
Penyajian	1. Pendahuluan (Pertemuan 1) 2. Perilaku Konsumen (Pertemuan 2) 3. Pemimpin, Penantang, Perelung dan Pengikut Pasar (Pertemuan 3) 4. Strategi Pemasaran (Pertemuan 4) 5. (Pertemuan 5) 6. Organisasi Pemasaran	Mendengarkan Memahami Menela'ah Berdiskusi	Ceramah, presentasi, diskusi, tanya jawab	Whiteboard, Overhead Projector	130

	Perencanaan Pemasaran (Pertemuan 6) 7. Informasi Pemasaran (Pertemuan 7) 8. Ujian Tengah Semester (UTS) 9. Strategi Branding dan Mengelola Jasa (Pertemuan 9) 10. Perdagangan Eceran dan Online Marketing (Pertemuan 10) 11.Strategi Penetapan harga (Pertemuan 11) 12. Strategi Distribusi (Pertemuan 12) 13.Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (Pertemuan 13) 14. Strategi Pemasaran Dalam Berbagai Posisi Kompetitif (Pertemuan 14) 15. Riset Pemasaran (Pertemuan 15) 16.UAS				
Penutup	Merangkum dan menyimpulkan materi yang telah disampaikan Berdo'a bersama	Mendengarkan Memahami Menela'ah Berdo'a bersama	Diskusi dan tanya jawab	-	10





PENERBIT ANDI

Fandy Tjiptono, Ph.D.

Promosi
Iklan
Media Sosial
Kompetitif
Market

Strategi Pemasaran

Distribusi
Pelanggan
Branding
Produk
Harga

Edisi - 4



PERILAKU KONSUMEN & KEPUTUSAN PEMBELIAN



LATI SARI DEWI

Editor : Asep Saeful Falah