

RANCANGAN PELAKSANAAN PEMBELAJARAN
MANAJEMEN PEMASARAN



PENGESAHAN
RANCANGAN PELAKSANAAN PEMBELAJARAN
MANAJEMEN PEMASARAN

Revisi : 00
 Tanggal : 25 Januari 2017
 Dikaji Ulang Oleh : Ketua Program Studi
 Dikendalikan : Pengendali Sistem Mutu
 Oleh : Fakultas
 Disetujui Oleh : Dekan

NO DOKUMEN :		TANGGAL :	
NO REVISI : 00		NO HAL :-	
Disiapkan Oleh Koordinator Mata Kuliah	Diperiksa Oleh : Ketua Program Studi		Disahkan Oleh : Dekan
	Bayu Sindhu Raharja, S.E, M.Sc		Dra. Marlina Kurnia, MM

VISI, MISI, DAN SASARAN MUTU PROGDI MANAJEMEN

VISI

“Menjadi Program Studi Yang Unggul Dalam Mencetak Sarjana Bidang Manajemen Yang Islami Dan Tanggap Terhadap Dinamika Lingkungan”

MISI

- a. Menyelenggarakan pendidikan Manajemen secara professional dan islami untuk mendukung pembangunan masyarakat
- b. Menyelenggarakan penelitian bidang Manajemen dan memanfaatkan hasil karya ilmiah yang diharapkan bermanfaat bagi pengembangan pendidikan dan ilmu Manajemen.
- c. Menyelenggarakan pengabdian masyarakat, dan dakwah Islamiyah dilaksanakan secara terintegrasi dan simultan melalui program – program pemberdayaan yang dapat memberikan manfaat bagi segenap lapisan masyarakat.
- d. Menyelenggarakan kerjasama/kemitraan dengan lembaga bisnis guna meningkatkan kompetensi lulusan agar memiliki daya saing.

INCLUDE
CTURE
"https://img
minifiles.wor
dpress.com/
2009/12/logo-
1.jpg" V
MERGEFOR
MATINET

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
Jl. Tidar No. 121 Magelang 56102 Telp/Fax 0271-821000/8210002

RPP (RANCANGAN PELAKSANAAN PEMBELAJARAN)

1. NAMA MATA KULIAH : Manajemen Pemasaran
2. KODE / SKS : Mj205403KU / 5 SKS
3. SEMESTER : 4 (EMPAT)
4. DOSEN PENGAMPU :
 - DOSEN 1 :
 - DOSEN 2 :

Mata kuliah Manajemen Pemasaran merupakan mata kuliah wajib yang harus ditempuh oleh mahasiswa Program Studi Manajemen. Mata kuliah ini merupakan mata kuliah inti untuk mewujudkan capaian pembelajaran program studi Manajemen. Adapun kontribusi mata kuliah Manajemen Pemasaran dalam mewujudkan capaian pembelajaran mahasiswa Progdil S1 Akuntansi FE UMMagelang adalah memperkenalkan mahasiswa tentang konsep manajemen pemasaran sehingga mahasiswa akan memahami pengetahuan dasar mengenai proses pengelolaan (manajemen) pemasaran barang dan jasa, serta keterkaitan dengan fungsi lain di dalam perusahaan; perkembangan konsep dan falsafah pemasaran serta latar belakangnya: pembahasan bermula pada *marketing mix* (bauran pemasaran) sebagai dasar untuk menetapkan strategi pemasaran; pemahaman peran perilaku konsumen; komunikasi

pemasaran; strategi bersaing; struktur pasar; serta konsep-konsep pemasaran yang berkembang hingga saat ini.

Dalam mata kuliah Manajemen Pemasaran dibagi menjadi 6 (enam) bahan kajian yang dalam setiap bagian terdapat didalamnya materi-materi yang diajarkan kepada mahasiswa. Adapun 6 (enam) bahan kajian tersebut adalah:

1. **Konsep, Definisi, dan Proses Manajemen Pemasaran**
2. **Perencanaan Strategis**
3. **Lingkungan Pemasaran**
4. **Riset Pemasaran dan Sistem Informasi, Perilaku Pelaku Bisnis, serta *Segmenting, Targeting, Positioning***
5. **Strategi Pemasaran**
6. **Pemasaran Global**

Bahan kajian di atas akan dipelajari menggunakan beberapa sumber referensi. Referensi utama yang digunakan adalah Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga. Dan Kotler, Keller 14e Global Edition.

1. **Ad.1) Konsep, Definisi, dan Proses Manajemen Pemasaran**

Dalam kajian ini mahasiswa akan mempelajari konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran. Dengan mengaji bahan ini mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Memahami tentang pemasaran di dunia yang terus berubah baik organisasi laba maupun nirlaba.

2. **Ad.2) Perencanaan Strategis**

Dalam kajian ini mahasiswa akan mempelajari tentang perencanaan strategis. Dalam kajian ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Memahami perencanaan strategik perusahaan secara keseluruhan dan langkah-langkahnya.

3. **Ad.3) Lingkungan Pemasaran**

Dalam kajian ini mahasiswa akan mempelajari tentang lingkungan pemasaran. Dalam kajian ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Memahami kekuatan-kekuatan lingkungan yang memengaruhi kemampuan perusahaan melayani pelanggannya, dan bagaimana cara perusahaan bereaksi terhadap lingkungan pemasaran.

4. **Ad.4) Riset Pemasaran dan Sistem Informasi, Perilaku Pelaku Bisnis, serta *Segmenting, Targeting, Positioning***

Dalam kajian ini mahasiswa akan mempelajari tentang riset pemasaran dan sistem informasi, perilaku pelaku bisnis, serta *segmenting, targeting, positioning*. Dalam kajian ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Memahami konsep dasar dalam pengukuran permintaan, mengukur permintaan pasar sekarang, dan meramalkan permintaan mendatang.
- b) Memahami karakteristik dan perilaku konsumen di pasar konsumen.
- c) Memahami karakteristik dan perilaku pembeli di pasar konsumen.
- d) Memahami bagaimana melakukan *segmenting, targeting, positioning*.

5. **Ad.5) Strategi Pemasaran**

Dalam kajian ini mahasiswa akan mempelajari tentang strategi pemasaran. Dalam kajian ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Memahami produk dan klasifikasi utama produk dan jasa
- b) Memahami tahapan siklus produk dan mampu memilih strategi tepat.
- c) Memahami langkah-langkah dalam mengembangkan produk baru.
- d) Memahami faktor-faktor yang dipertimbangkan ketika menetapkan harga.
- e) Memahami komunikasi pemasaran terpadu serta pemasangan iklan, promosi, penjualan, hubungan masyarakat, dan peran penjualan personal.

- f) Memahami alasan perusahaan menggunakan saluran distribusi dan manajemen saluran distribusi.

6. Ad.6) Pemasaran Global

Dalam kajian ini mahasiswa akan mempelajari tentang pemasaran global. Dalam kajian ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Memahami pasar global, faktor pendorong dan penghambat masuk ke pasar global.

Learning outcome mata kuliah Manajemen Pemasaran adalah :

“Mahasiswa dapat secara tepat lebih memahami pengetahuan dasar tentang pemasaran sehingga diharapkan mahasiswa mampu memahami marketing tactic.”

Ad.1) Konsep, Definisi, dan Proses Manajemen Pemasaran

- 1) *Memahami tentang konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran (1 kali pertemuan-100 menit)*

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Mampu menjelaskan dan lebih memahami konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, dan komunikasi
2	Materi Pembelajaran	Konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran.
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i>

		-Mahasiswa melakukan presentasi -Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan singkat dosen berkaitan dengan RPP termasuk arti penting mata kuliah dan tujuan pembelajaran, pengenalan buku modul, dan kontrak belajar.	15 menit
		Presentasi kelompok	30 menit
		Penjelasan dan diskusi mengenai konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran.	60 menit
		Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> dan deskripsinya, dikumpulkan.	30 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mapping</i> nya di kelas.	20 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai konsep, definisi, dan proses manajemen pemasaran kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	

7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		Materi dan teknik presentasi	Jelas, dalam bentuk ppt, komunikatif dan interaktif
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

Ad.2) Perencanaan Strategis

1) Memahami tentang perencanaan strategis (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan	
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Memahami perencanaan strategik perusahaan secara keseluruhan dan langkah-langkahnya. <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, dan komunikasi	
2	Materi Pembelajaran	1. Perencanaan strategis	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Read, Practices</i> -Mahasiswa melakukan presentasi kelompok -Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai perencanaan strategis -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan strategis. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> dan menyelesaikan kasus mengenai perencanaan strategis, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Presentasi	30 menit
		Penjelasan dan diskusi mengenai perencanaan strategis.	60 menit
		Studi kasus dan pembahasan	60 menit
		Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> dan deskripsinya, dikumpulkan	30 menit

		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mapping</i> nya di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai perencanaan strategis. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai perencanaan strategis kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan, serta kebenaran penghitungan perencanaan strategis.	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

Ad.3) Lingkungan Pemasaran

1) Memahami tentang lingkungan pemasaran (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Memahami kekuatan-kekuatan lingkungan yang memengaruhi kemampuan perusahaan melayani pelanggannya, dan bagaimana cara perusahaan bereaksi terhadap lingkungan pemasaran. <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, dan komunikasi
2	Materi Pembelajaran	1. Lingkungan internal 2. Lingkungan eksternal
3	Metoda Pembelajaran	<i>Read, Practices</i>

		-Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai lingkungan pemasaran. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan lingkungan pemasaran. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai lingkungan pemasaran, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai lingkungan pemasaran.	50 menit
		Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> dan deskripsinya, dikumpulkan	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mapping</i> nya di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai lingkungan pemasaran. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai lingkungan pemasaran kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan, serta kebenaran penghitungan lingkungan pemasaran	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

Ad.4) Riset Pemasaran dan Sistem Informasi, Perilaku Pelaku Bisnis, serta *Segmenting, Targeting, Positioning*.

- 1) Memahami tentang riset pemasaran dan sistem informasi (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan	
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Memahami tentang konsep dasar dalam pengukuran permintaan, mengukur permintaan pasar sekarang dan meramal permintaan mendatang. <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, dan komunikasi	
2	Materi Pembelajaran	1. Pengukuran pasar 2. Konsep-konsep dasar dalam pengukuran permintaan 3. Mengukur permintaan mendatang 4. Mengestimasi <i>market share</i> dan penjualan aktual 5. Sistem informasi pemasaran	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i> -Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai riset pemasaran dan sistem informasi. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan riset pemasaran dan sistem informasi. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai riset pemasaran dan sistem informasi, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai riset pemasaran dan sistem informasi.	50 menit
		Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> dan deskripsinya, dikumpulkan	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mappingnya</i> di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai dasar riset pemasaran dan sistem informasi. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai riset pemasaran dan sistem informasi.	

		4. kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

2) Memahami perilaku konsumen (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan	
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Mampu memahami karakteristik dan perilaku konsumen di pasar konsumen <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, komunikasi	
2	Materi Pembelajaran	Perilaku konsumen	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i> - Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai perilaku konsumen. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perilaku konsumen. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai perilaku konsumen, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai perilaku konsumen	50 menit
		Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> dan deskripsinya, dikumpulkan	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mappingnya</i> di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai perilaku konsumen. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa.	

		3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai perilaku konsumen kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

3) Memahami perilaku pembeli bisnis

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan	
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Mampu memahami karakteristik dan perilaku pembeli bisnis di pasar konsumen. <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, komunikasi.	
2	Materi Pembelajaran	Perilaku pembeli bisnis	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i>	
		- Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai perilaku pembeli bisnis. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal yang berkaitan dengan perilaku pembeli bisnis. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai perilaku pembeli bisnis, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai perilaku pembeli bisnis.	50 menit
		Penjelasan dan diskusi mengenai perilaku pembeli bisnis	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mappingnya</i> di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai perilaku pembeli bisnis	

		2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai perilaku pembeli bisnis kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

4) Memahami *segmenting, targeting, dan positioning*. (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Mampu memahami bagaimana melakukan <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> . <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, komunikasi
2	Materi Pembelajaran	1. <i>Segmenting</i> 2. <i>Targeting</i> 3. <i>Positioning</i> .
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i> - Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> . -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> . -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> , kemudian mendeskripsikannya kembali dalam narasi sesuai pemahaman masing-masing.

4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> .	50 menit
		Penjelasan dan diskusi mengenai <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> .	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mappingnya</i> di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> . 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

Ad.5) Strategi Pemasaran

1) Memahami strategi produk dan jasa (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills</i> : Mampu memahami produk dan klasifikasi utama produk dan jasa. <i>Soft Skills</i> : Empati, kerjasama, komunikasi.
2	Materi Pembelajaran	1. Pengertian dan klasifikasi produk 2. Keputusan mengenai masing-masing produk

		3. Keputusan lini dan bauran produk 4. Pemasaran jasa 5. Pemasaran produk dan jasa	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i> - Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai strategi produk dan jasa. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal yang berkaitan dengan strategi produk dan jasa. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai strategi produk dan jasa, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai strategi produk dan jasa.	50 menit
		Penjelasan dan diskusi mengenai strategi produk dan jasa.	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mapping</i> nya di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai strategi produk dan jasa. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa lainnya. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai strategi produk dan jasa kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

2) Mampu menjelaskan dan lebih memahami daur hidup produk (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan	
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills</i> : Mampu memahami tahapan siklus produk dan mampu memilih strategi yang tepat. <i>Soft Skills</i> : Empati, kerjasama, komunikasi.	
2	Materi Pembelajaran	Daur hidup produk	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i>	
		- Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai daur hidup produk. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan daur hidup produk. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai daur hidup produk kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai daur hidup produk	50 menit
		Penjelasan dan diskusi mengenai daur hidup produk	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mappingnya</i> di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai daur hidup produk 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai daur hidup produk.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

- 3) Mampu menjelaskan dan lebih memahami strategi pengembangan produk (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan	
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Mampu memahami langkah-langkah yang harus dilakukan dalam mengembangkan produk baru. <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, komunikasi.	
2	Materi Pembelajaran	Strategi pengembangan produk baru	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i>	
		- Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai strategi pengembangan produk baru - Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi pengembangan produk baru - Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai strategi pengembangan produk baru, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai strategi pengembangan produk baru.	50 menit
		Penjelasan dan diskusi mengenai strategi pengembangan produk baru.	30 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mappingnya</i> di kelas	20 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai strategi pengembangan produk baru. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai strategi pengembangan produk baru.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab

			pertanyaan, keaktifan diskusi
--	--	--	-------------------------------------

4) Memahami strategi harga (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan	
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Mampu memahami strategi harga. <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, komunikasi	
2	Materi Pembelajaran	1. Faktor-faktor yang dipertimbangkan ketika menetapkan harga 2. Pendekatan umum penetapan harga 3. Strategi penetapan harga bauran produk 4. Strategi penyesuaian harga 5. Perubahan harga	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i> - Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai memahami strategi harga. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan memahami strategi harga. --Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai memahami strategi harga, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai memahami strategi harga	50 menit
		Penjelasan dan diskusi mengenai memahami strategi harga.	30 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mappingnya</i> di kelas	20 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai memahami strategi harga. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai memahami strategi harga.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	

7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

5) Memahami strategi komunikasi pemasaran (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan	
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Mampu memahami strategi komunikasi pemasaran. <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, komunikasi	
2	Materi Pembelajaran	1. Bauran komunikasi pemasaran 2. Komunikasi pemasaran terpadu 3. Pemikiran tentang proses komunikasi 4. Langkah-langkah dalam membangun komunikasi efektif 5. Menetapkan bauran dan anggaran promosi total.	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i> - Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai strategi komunikasi pemasaran. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran.. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai strategi komunikasi pemasaran., kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai konsep strategi komunikasi pemasaran.	50 menit
		Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> dan deskripsinya, dikumpulkan	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mapping</i> nya di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai strategi komunikasi pemasaran. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang	

		dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai strategi komunikasi pemasaran, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

6) Memahami strategi saluran distribusi (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan	
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills :</i> Mampu memahami strategi saluran distribusi <i>Soft Skills :</i> Empati, kerjasama, komunikasi	
2	Materi Pembelajaran	1. Sifat saluran distribusi 2. Perilaku dan organisasi saluran 3. Keputusan rancangan saluran 4. Keputusan manajemen saluran 5. Kebijakan publik dan keputusan distribusi 6. Distribusi fisik dan manajemen logistik	
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i> - Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai strategi saluran distribusi. -Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi saluran distribusi. -Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai strategi saluran distribusi, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai strategi saluran distribusi.	50 menit

		Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> dan deskripsinya, dikumpulkan	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mappingnya</i> di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	1. Mendengarkan penjelasan mengenai strategi saluran distribusi. 2. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 3. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai strategi saluran distribusi, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

Ad.6) Pemasaran Global

1) Memahami pemasaran global (1 kali pertemuan-100 menit)

No	Aspek Pembelajaran	Penjelasan
1	Kemampuan akhir yang diharapkan	<i>Hard Skills</i> : Mampu memahami pemasaran global <i>Soft Skills</i> : Empati, kerjasama, komunikasi
2	Materi Pembelajaran	2)
3	Metoda Pembelajaran	<i>Explain, discussion, question interactive</i>

		- Mahasiswa dijelaskan secara singkat mengenai pemasaran global. - Diskusi dan tanya jawab interaktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran global - Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> mengenai pemasaran global kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
4	Proses Pembelajaran	Penjelasan dan diskusi mengenai pemasaran global.	50 menit
		Mahasiswa membuat <i>mind mapping</i> dan deskripsinya, dikumpulkan	20 menit
		Beberapa mahasiswa menyampaikan <i>mind mapping</i> nya di kelas	30 menit
5	Tugas dan Latihan	4. Mendengarkan penjelasan mengenai pemasaran global 5. Mendiskusikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dosen terkait materi yang dibahas dan menyampaikannya kepada mahasiswa. 6. Membuat <i>mind mapping</i> mengenai pemasaran global, kemudian mendeskripsikannya kembali dalam bentuk narasi sesuai pemahaman masing-masing.	
6	Referensi	Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. <i>Manajemen Pemasaran</i> Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.	
7	Kriteria Penilaian	Ketepatan <i>mind mapping</i> dan deskripsi yang diberikan	Kerapian, ketepatan
		<i>Explain, discussion, question interactive</i>	Keberanian dan ketepatan menjawab pertanyaan, keaktifan diskusi

Rubrik nilai mampu memahami pemasaran global.

Dimensi	Sangat Memuaskan (90-100)	Memuaskan (80-89)	Cukup (60-79)	Kurang (50-69)	Sangat Kurang (0-49)	Skor
<i>Mind mapping</i> (70%)	-Dibuat dalam bentuk <i>mind</i>	-Dibuat dalam bentuk <i>mind</i>	-Dibuat dalam bentuk <i>mind mapping</i> cukup	-Dibuat dalam bentuk <i>mind</i>	-Bukan dalam bentuk <i>mind mapping</i>	

	<i>mapping</i> yang rapi dan jelas -Deskripsi jelas dan detail	<i>mapping</i> yang rapi dan jelas -Deskripsi jelas, tapi kurang detail	rapi dan cukup jelas. -Deskripsi kurang jelas dan kurang detail	<i>mapping</i> tidak rapi. -Deskripsi tidak jelas, dan tidak detail	-tidak membuat	
Keaktifan, kemampuan menjawab pertanyaan (30%)	Mampu menjelaskan/menjawab pertanyaan dengan baik, lancar, dan benar pertanyaan yang diberikan dosen	Mampu menjelaskan/menjawab pertanyaan dengan cukup baik, cukup lancar, dan benar pertanyaan yang diberikan dosen	Mampu menjelaskan/menjawab pertanyaan dengan cukup baik, tidak lancar, dan tidak semuanya benar	Menjelaskan/menjawab pertanyaan dengan tidak lancar dan sebagian besar salah	-Menjelaskan/menjawab pertanyaan dengan tidak lancar dan semuanya salah -Tidak menjawab	

E. PENILAIAN

A : 81 s/d 100

B : 70 s/d 80

C : 45 s/d 69

D : 25 s/d 44

E : ... < 25



Sesi	Goal Kompetensi/ Kompetensi Akhir	Materi	Metoda Perkuliahan	Latihan Yang Dilakukan	Kriteria Penilaian	Bobot
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Mengetahui dan memahami pentingnya mata kuliah Manajemen Pemasaran Penjelasan kontrak belajar Mampu menjelaskan dan memahami konsep, definsi, proses manajemen pemasaran	- RPP - konsep, definsi, proses manajemen pemasaran	Ceramah singkat dosen berkaitan dengan RPP dan kontrak belajar. Ceramah mengenai konsep, definsi, proses manajemen pemasaran	Membuat <i>mind mapping</i> tentang konsep, definsi, proses manajemen pemasaran	Mampu menjelaskan konsep, definsi, proses manajemen pemasaran dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar	5%
2	Mampu menjelaskan tentang perencanaan strategis	- Perencanaan strategis	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang perencanaan strategis.	Mampu menjelaskan perencanaan strategis	5%
3	Mampu menjelaskan tentang lingkungan pemasaran.	- Lingkungan internal - Lingkungan eksternal	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang lingkungan pemasaran.	Mampu menjelaskan lingkungan pemasaran.	5%
4	Mampu menjelaskan riset pemasaran dan sistem informasi	- Pengukuran Pasar - Konsep-konsep Dasar Dalam Pengukuran Permintaan - Mengukur Permintaan Pasar Sekarang - Meramal Permintaan Mendatang - Mengestimasi <i>Market Share</i> dan Penjualan Aktual - Sistim informasi pemasaran	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang riset pemasaran dan sistem informasi	Mampu menjelaskan riset pemasaran dan sistem informasi dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar	5%
5	Mampu menjelaskan dan memahami perilaku konsumen	- Perilaku Konsumen	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang perilaku konsumen	Mampu menjelaskan perilaku konsumen	

					dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar	5%
6	Mampu menjelaskan dan memahami perilaku pembeli bisnis	- Perilaku pembeli bisnis	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang perilaku pembeli bisnis	Mampu menjelaskan perilaku pembeli bisnis dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar.	5%
7	Mampu menjelaskan dan memahami <i>segmenting, targeting, positioning</i> .	- <i>segmenting, targeting, positioning</i> .	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang <i>segmenting, targeting, positioning</i> .	Mampu menjelaskan <i>segmenting, targeting, positioning</i> dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar	5%
EVALUASI						15%
8	Mampu menjelaskan dan memahami strategi produk dan jasa	- Pengertian dan Klasifikasi Produk - Keputusan Mengenai Masing-masing Produk - Keputusan Lini dan Bauran Produk - Pemasaran Jasa - Pemasaran Produk dan Jasa	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang strategi produk dan jasa.	Mampu menjelaskan dan memahami strategi produk dan jasa dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar	5%
9	Mampu menjelaskan dan memahami daur hidup produk	- Daur hidup produk	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang daur hidup produk.	Mampu menjelaskan dan memahami daur hidup produk dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar	5%
10	Mampu menjelaskan dan memahami strategi pengembangan produk baru	- Strategi pengembangan produk baru	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang strategi pengembangan produk baru	Mampu menjelaskan dan memahami strategi pengembangan produk baru dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar	5%
11	Mampu menjelaskan dan memahami strategi harga	- Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan ketika menetapkan harga - Pendekatan-pendekatan umum penetapan harga	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang strategi harga	Mampu menjelaskan dan memahami strategi harga dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar	5%

		- Strategi penetapan harga produk baru - Strategi Penetapan Harga Bauran Produk - Strategi Penyesuaian Harga - Perubahan Harga				
12	Mampu menjelaskan dan memahami strategi komunikasi pemasaran	- Bauran komunikasi pemasaran - Komunikasi pemasaran terpadu - Pemikiran tentang proses komunikasi - Langkah-langkah dalam membangun komunikasi yang efektif - Menetapkan bauran dan anggaran promosi total	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang strategi komunikasi pemasaran	Mampu menjelaskan dan memahami strategi komunikasi pemasaran dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar	5%
13	Mampu menjelaskan dan memahami strategi saluran distribusi	- Sifat Saluran Distribusi - Perilaku dan Organisasi Saluran - Keputusan Rancangan Saluran - Keputusan Manajemen Saluran - Kebijakan Publik dan Keputusan Distribusi - Distribusi Fisik dan Manajemen Logistik	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang strategi saluran distribusi	Mampu menjelaskan dan memahami strategi saluran distribusi dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar.	5%
14	Mampu menjelaskan dan memahami pemasaran global	- Pemasaran global	Diskusi, tanya jawab	Membuat <i>mind mapping</i> tentang pemasaran global	Mampu menjelaskan dan memahami strategi saluran distribusi dalam bentuk <i>mind mapping</i> dengan benar.	5%
EVALUASI						15%

- 
1. Kotler, Philips dan Armstrong. 2010. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
 2. Kotler, Keller. Marketing Management, 14 e. Global Edition. 2014