

Manajemen Pemasaran

Semester Genap 2006/2007

Yudi Sutarso

ysutarso@gmail.com

Tujuan Pengajaran

Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan secara komprehensif berbagai **KONSEP DASAR DALAM MANAJEMEN PEMASARAN** mulai dari analisis lingkungan, penyusunan strategi dan bauran pemasaran serta mengaplikasikan konsep-konsep tersebut dalam bentuk contoh-contoh konkrit dalam praktek manajemen pemasaran perusahaan.

Metode Pembelajaran

Agar dicapai hasil pengajaran yang optimal, maka pada mata kuliah ini digunakan kombinasi metode pembelajaran **ceramah dan diskusi di dalam kelas, serta observasi mandiri di luar kelas (lapangan)**.

Sistem Penilaian

Penilaian atas keberhasilan mahasiswa dalam mengikuti dan memahami materi pada mata kuliah ini didasarkan penilaian selama proses perkuliahan dan nilai ujian, dengan komposisi sebagai berikut:

- a. 15% nilai tugas individu/kelompok,
- b. 15% nilai presentasi/ keaktifan dalam kelas dan
- c. 30% nilai tes/kuis.
- d. 40% nilai ujian:

Tugas

Tugas pada mata kuliah ini dapat bersifat tugas individu atau tugas kelompok, dan pemberian tugas oleh dosen dilakukan pada saat perkuliahan baik di kelas. Tidak ada toleransi terhadap keterlambatan penyerahan/ pengumpulan tugas, kecuali ada alasan yang adapat dipertanggungjawabkan.

Persyaratan Mengikuti Kuliah

- Sesuai dengan Tata Tertib Mengikuti Kuliah yang ditetapkan oleh STIE Perbanas Surabaya.
- Telah membaca dan membawa sekurang-kurangnya buku referensi wajib pada setiap perkuliahan.

Literature :

Kotler, Philip and G. Amstrong, 2006. *Principle of Marketing*, Upper-Saddle River : Pearson Prentice Hall

Lain-lain:

1. Toleransi keterlambatan untuk dosen dan mahasiswa adalah 15 menit dari jadual. Bagi yang terlambat, minggu depannya membawa kue dan minum sejumlah peserta.
2. Berpakaian sopan dan bersepatu
3. Alat komunikasi dimatikan selama perkuliahan, bagi yang melanggar diberikan sanksi menyanyi dan berjoget didepan kelas selama lima menit.
4. Waktu kebelakang dan lain-lain disediakan sepuluh menit pada tengah perkuliahan.

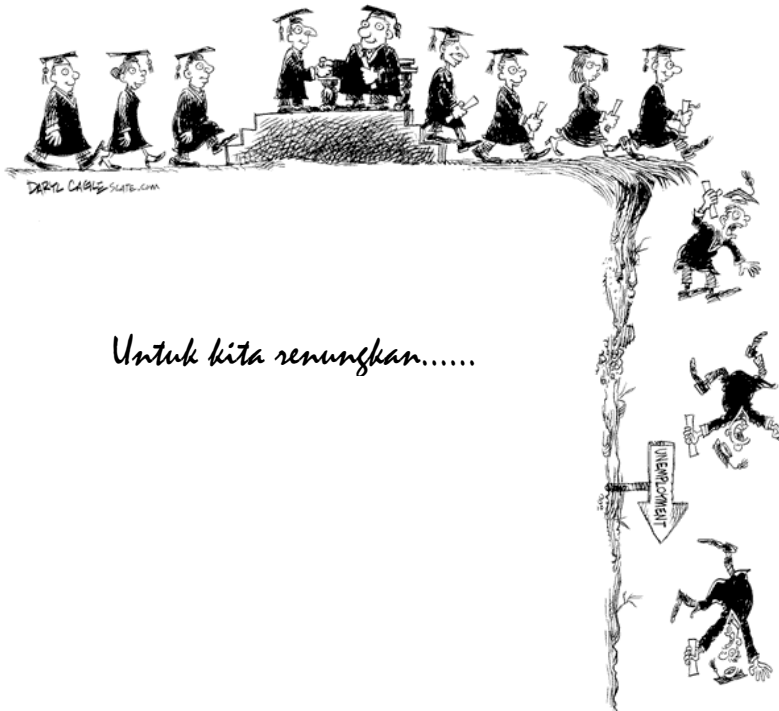
Materi Kuliah

| Minggu/ Tanggal | Materi | Sumber Materi |
|--|---|------------------|
| 1. 7/3/07 | Pendahuluan: <ul style="list-style-type: none"> • Penjelasan tentang kontrak pembelajaran • Marketing: Managing Profitable Customer Relationships | Ch. 1 |
| 2. 14/3/07 | Company and Marketing Strategy: Partnering to Build Customer Relationship | Ch. 2 |
| 3. 21/3/07 | The Marketing Environment | Ch. 4 |
| 4. 28/3/07 | Managing Marketing Information | Ch. 5 |
| 5. 4/4/07 | <ul style="list-style-type: none"> • Consumer Market and Customer Buyer Behavior • Business Market and Business Buyer Behavior | Ch. 6-7 |
| 6. 11/4/07 | Segmentation, Targeting and Positioning | Ch. 8 |
| 7. 18/4/07 | Product, Service and Branding Strategies | Ch. 9 |
| UJIAN TENGAH SEMESTER (Ujian Tulis) | | |
| 8. 9/5/07 | New product development and product life cycle | |
| 9. 16/5/07 | Pricing Considerations and Approaches | Ch. 11 |
| 10. 23/5/07 | Pricing Strategies | Ch. 12 |
| 11. 30/5/07 | <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Channels and Supply Chain Management • Retailing and Wholesaling | Ch. 13-14 |
| 12. 6/5/07 | Integrated Marketing Communication Strategy; Advertising, Sales Promotion, and Public Relations | Ch. 15-16 |
| 13. 13/5/07 | Integrated Marketing Communication Strategy: Public Relations, and Direct Marketing | Ch. 17 |
| 14. 20/5/07 | Global Market Place | Ch. 19 |
| UJIAN AKHIR SEMESTER (Ujian Tulis) | | |

Surabaya 7 Maret 2007
Dosen Pengampu



Yudi Sutarso



Untuk kita renungkan.....