

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Nama Matakuliah : **Manajemen Pemasaran**

Bobot : 3 sks

Tujuan : Matakuliah ini memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai teori dan praktek manajemen pemasaran di perusahaan.

Sesi	Topik	Rujukan
1	Pengantar: Pemasaran Abad 21 dan Penyesuaian dengan Ekonomi Baru	Kot Chap 1, 2
2	Membangun Kepuasan dan Mempertahankan Pelanggan	Kot Chap 3
3	Perencanaan Strategis Pemasaran dan Analisis Peluang Pasar	Kot Chap 4, 6
4	Sistem Informasi Pemasaran	Kot Chap 5
5	Persaingan Pasar	Kot Chap 9
6	Perilaku Pasar Konsumen dan Bisnis	Kot Chap 7, 8
7	Segmentasi, Targetting dan Positioning Pasar	Kot Chap 10, 11
8	Ujian Tengah Semester	
9	Pemasaran Global	Chap 12, 13
10	Pengembangan Produk I	Chap 14
11	Pengembangan Produk II	Chap 15
12	Penetapan Harga	Chap 16
13	Saluran Pemasaran	Chap 17, 18
14	Komunikasi Pemasaran I	Chap 19, 20
15	Komunikasi Pemasaran II	Chap 21, 22
16	Ujian Akhir Semester	

Referensi:

1. Kotler, Philip, 2003. Marketing Management. Elevent Edition. Pearson Education, Inc., New Jersey. [**Kot**]
2. Referensi lain yang relevan baik dari internet, jurnal, majalah, koran, maupun lainnya yang akan ditambahkan sebagai suplemen sesuai dengan topik yang sedang dibahas.