



**UNIVERSITAS GUNADARMA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JURUSAN / PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)		Semester	Tgl Penyusunan
Manajemen Pemasaran	IT021231	2		2	13 September 2018
Otorisasi	Nama Koordinator Pengembang RPS	Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada)	Ka PRODI		
	tanda tangan Dr. Sri Setya Handayani	Tanda tangan Dr. Sri Setya Handayani	Tanda tangan Iman Murtono Soenhadji Ph.D		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) Yang Dibebankan Pada Mata Kuliah				
S7	Bekerjasama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.				
P1	Menguasai konsep teoritis, metoda, dan perangkat analisis fungsi manajemen (perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, dan pengendalian) dan fungsi organisasi pemasaran.				
P6	Menguasai etika bisnis dan nilai-nilai kemanusiaan (humanityvalues).				
KU1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang pemasaran.				
KU3	Mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah dibidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis terhadap informasi dan data.				
KK2	Mampu melaksanakan fungsi organisasi pemasaran pada level operasional di berbagai tipe organisasi				
CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)					
CPMK1	Mampu menjelaskan lingkup pemasaran dalam abad ini (S7);				
CPMK2	Mampu merumuskan strategi dan rencana pemasaran (P1,KU1,KK2);				
CPMK3	Mampu merumuskan strategi produk, merek dan kemasan (P1,P6,KU1,KU3)				
CPMK4	Mampu menjelaskan dan merumuskan strategi penetapan harga (P1,P6,KU1,KU3);				
CPMK5	Mampu menjelaskan aneka jenis saluran distribusi yang bisa digunakan dalam pemasaran (P1,P6,KU1,KU3)				

	CPMK6	Mampu menjelaskan berbagai macam komunikasi pemasaran (KK2,KU1,S7)
<b>Diskripsi Singkat MK</b>	Pada mata kuliah ini mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan pemahaman tentang konsep dasar mengenai kegiatan pemasaran dalam usaha bisnis untuk menghasilkan pendapatan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Mahasiswa juga dapat mengerti dan memahami kegiatan pemasaran dalam usaha bisnis pada Abad ke 21.	
<b>Bahan Kajian / Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengolah Data Riset</li> <li>2. Melaksanakan Event (bagian dari Komunikasi Merek)</li> <li>3. Melakukan Pendekatan kepada Calon Pelanggan Potensial</li> <li>4. Melaksanakan Ketrampilan Penjualan</li> <li>5. Menyusun Rencana Aktifitas penjualan</li> <li>6. Pemasaran Jasa</li> <li>7. Membangun hubungan Pelanggan Jangka Panjang</li> <li>8. Membeli dinamika Konsumen dan Bisnis</li> <li>9. Strategi dan rencana pemasaran</li> <li>10. Pemasaran yang bertanggung jawab dalam lingkungan global</li> </ol>	
<b>Daftar Referensi</b>	<p><b>Utama:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2016). <i>A Framework For Marketing Management</i>, Sixth Edition, Global Edition</li> <li>2. Kotler, Philip and Amstong, Gary. (2015). <i>Principles of Marketing</i>. Sixth Edision, Global Edition</li> </ol> <p><b>Pendukung:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.</li> </ol>	
<b>Media Pembelajaran</b>	<b>Perangkat lunak:</b> Internet	<b>Perangkat keras :</b> Notebook & LCDProjector
<b>Nama Dosen Pengampu</b>	Dr. Sri Setya Handayani	
<b>Mata kuliah prasyarat (Jika ada)</b>	Dasar Pemasaran	

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Mampu mengolah data Riset : menginput dan menganalisis data riset [A3,D2]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemindahan data dalam instrument riset ke alat pengolah data</li> <li>• Memasukan data ke dalam area riset yang dimaksud</li> <li>• Pengolahan data yang telah diinput sesuai dengan ketentuan pengolahan data</li> <li>• Penterjemahan hasil pengolahan data menjadi informasi dengan mengacu pada hipotesa awal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Diskusi kelompok dan studi kasus</li> </ul>	<b>TM:</b> <b>1x(2x50")</b>  <b>TT:</b> <b>1x(2x60")</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun data (membuat tabulasi data), input data, serta menganalisis data riset. <b>(Tugas-1)</b></li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading  <b>Bentuk non-test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tulisan makalah</li> <li>• Presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menjelaskan Pemindahan data dalam instrument riset ke alat pengolah data</li> <li>• Ketepatan menjelaskan pemasukan data ke dalam area riset yang dimaksud</li> <li>• Ketepatan menjelaskan Pengolahan data yang telah diinput sesuai dengan ketentuan pengolahan data</li> <li>• Ketepatan menjelaskan</li> </ul>	<b>7</b>

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
							menterjemahkan hasil pengolahan data menjadi informasi dengan mengacu pada hipotesa awal	
2 & 3	Mampu memahami cara melaksanakan Event (bagian dari komunikasi merek) : merencanakan event, menangani acara pada event, dan mengevaluasi penyelenggaraan event (A3,D2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menetapkan tujuan event</li> <li>Menyusun term of reference (TOR)</li> <li>Menganggarkan aspek biaya</li> <li>Membuat proposal event</li> <li>Menyampaikan pesan utama dari penyelenggaraan event dalam bentuk rangkaian kegiatan</li> <li>Mencapai target audience yang telah ditetapkan</li> <li>Menganalisis tolak ukur untuk mengevaluasi performa event</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi kelompok dan studi kasus</li> </ul>	<b>TM:</b> 2x(2x50")  <b>TT:</b> 2x(2x60")  <b>BM:</b> 2x(2x60")	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyusun rencana event (<b>Tugas-2</b>)</li> <li><b>Mengevaluasi penyelenggaraan event (Tugas 3)</b></li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading  <b>Bentuk non-test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tulisan makalah</li> <li>Presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menganalisis dalam menetapkan tujuan event</li> <li>Ketepatan menganalisis penyusunan term of reference (TOR)</li> <li>Ketepatan menganalisis penganggara n aspek biaya</li> <li>Ketepatan menganalisis dalam</li> <li>Ketepatan menganalisis</li> </ul>	<b>14</b>

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengidentifikasi umpan balik terhadap pelaksanaan event</li> </ul>					pembuatan proposal event <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menganalisis penyampaian pesan utama dari penyelenggaraan event dalam bentuk rangkaian kegiatan</li> <li>Ketepatan menganalisis pencapaian target audience yang telah ditetapkan</li> <li>Ketepatan menganalisis tolok ukur untuk mengevaluasi performa event</li> <li>Ketepatan menganalisis</li> </ul>	

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
							dalam pengidentifikasian umpan balik terhadap pelaksanaan event	
4	Mampu memahami melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial : mendapatkan data calon pelanggan potensial (prospecting) dan menghubungi calon pelanggan potensial (A3,D2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknik mencari pelanggan potensial, <i>referral</i> atau <i>non-referral</i></li> <li>• Data pelanggan yang lengkap, akurat dan relevan didapat</li> <li>• Kontak melalui beragam mediakomunikasi (telepon, <i>e-mail</i>, <i>short message service</i>, dll)</li> <li>• Jadwal pertemuan (<i>meeting</i>) dengan calon pelanggan potensial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Diskusi kelompok dan studi kasus</li> </ul>	<b>TM:</b> 1x(2x50")  <b>TT:</b> 1x(2x60")  <b>BM:</b> 1x(2x60")	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan pendekatan kepada calon pembeli potensial (<b>Tugas-4</b>)</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading  <b>Bentuk non-test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempraktekan melakukan pendekatan dengan calon pembeli potensial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis teknik mencari pelanggan potensial, <i>referral</i> atau <i>non-referral</i></li> <li>• Ketepatan menganalisis Data pelanggan yang lengkap, akurat dan relevan yang didapat</li> <li>• Ketepatan menganalisis Kontak melalui beragam mediakomunikasi (telepon, <i>e-mail</i>, <i>short message</i>)</li> </ul>	<b>7</b>

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
							service, dll) yang dilakukan	
							<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menganalisis Jadwal pertemuan (<i>meeting</i>) dengan calon pelanggan potensial</li> </ul>	
5 - 7	Mampu memahami ketrampilan penjualan : membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial, melaksanakan penggalian kebutuhan (probing) terhadap calon pelanggan potensial dengan presentasi, melaksanakan presentasi penjualan, melaksanakan penanganan terhadap keberatan palanggan,	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuka percakapan dengan menyebutkan nama, jabatan, tempat bekerja, tujuan pertemuan</li> <li>Melakukan percakapan untuk mencairkan suasana (icebreaking)</li> <li>Melaksanakan teknnik penggalian kebutuhan pelanggan berupa pertanyaan situasi, masalah, dampak dari masalah</li> <li>Menawarkan solusi pemenuhan kebutuhan pelanggan</li> <li>Menentukan tipe presentasi yang akan disampaikan apakah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi kelompok dan studi kasus</li> </ul>	<b>TM:</b> <b>3x(2x50")</b>  <b>TT:</b> <b>3x(2x60")</b>  <b>BM:</b> <b>3x(2x60")</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>trampil dalam membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial (<b>Tugas-5</b>)</li> <li><b>Mampu menyusun kebutuhan dari calon pelanggan potensial (Tugas 6)</b></li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading  <b>Bentuk non-test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tulisan makalah</li> <li>Presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menganalisis pembukaan percakapan dengan menyebutkan nama, jabatan, tempat bekerja, dan tujuan pertemuan</li> <li>Ketepatan menganalisis dalam melakukan percakapan untuk mencairkan suasana (icebreaking)</li> <li>Ketepatan</li> </ul>	<b>21</b>

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
	melaksanakan negoisasi, dan memfasilitasi komitmen pembelian (closing) (A3, D2)	<p>bertujuan untuk menyampaikan informasi, berusaha melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyiapkan berbagai perlengkapan yang dibutuhkan seperti alat penampil presentasi, penunjuk laser (<i>laser pointer</i>), layar putih, dan berbagai perlengkapan lainnya disiapkan</li> <li>• Menyampaikan pesan utama dalam presentasi disampaikan</li> <li>• Menyebutkan <i>Feature, Advantage, Benefit</i> (FAB) dari produk/jasa</li> <li>• Menjawab hal yang menjadi keberatan pelanggan dengan menyebutkan nilai (<i>value</i>) yang terdapat pada produk/jasa yang ditawarkan</li> <li>• Menyiapkan skenario negosiasi (<i>shopping</i>)</li> </ul>					<p>menganalisis pelaksanaan teknik penggalan kebutuhan pelanggan berupa pertanyaan situasi, masalah, dampak dari masalah</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis dalam menawarkan solusi pemenuhan kebutuhan pelanggan</li> <li>• Ketepatan menganalisis menentukan tipe presentasi yang akan disampaikan apakah bertujuan untuk menyampaikan informasi, berusaha</li> </ul>	



Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
		<p><i>list</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengidentifikasi taktik negosiasi pelanggan</li> <li>• Mengakomodir hal yang menjadi concern pelanggan (<i>win-win solution</i>)</li> <li>• Mengidentifikasi waktu dan tanda-tanda (<i>verbal</i> dan <i>nonverbal</i>) yang tepat untuk penutupan penjualan</li> <li>• Melakukan Teknik untuk penutupan penjualan</li> </ul>					<p>melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis dalam menyiapkan berbagai perlengkapan yang dibutuhkan seperti alat penampil presentasi, penunjuk laser (<i>laser pointer</i>), layar putih, dan berbagai perlengkapan lainnya disiapkan</li> <li>• Ketepatan menganalisis dalam menyampaikan pesan utama dalam presentasi disampaikan</li> <li>• Ketepatan</li> </ul>	

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
							<p>menganalisis penyebutan <i>Feature, Advantage, Benefit</i> (FAB) dari produk/jasa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis menjawab hal yang menjadi keberatan pelanggan dengan menyebutkan nilai (<i>value</i>) yang terdapat pada produk /jasa yang ditawarkan</li> <li>• Ketepatan menganalisis persiapan skenario negosiasi (<i>shopping list</i>)</li> <li>• Ketepatan menganalisis identifikasi taktik</li> </ul>	

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
							negosiasi pelanggan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis akomoodir hal yang menjadi concern pelanggan (<i>win-win solution</i>)</li> <li>• Ketepatan menganalisis identifikasi waktu dan tanda-tanda (<i>verbal</i> dan <i>nonverbal</i>) yang tepat untuk penutupan penjualan</li> <li>• Ketepatan menganalisis dalam melakukan teknik untuk penutupan penjualan</li> </ul>	
8	Mampu memahami penyusunan rencana aktifitas penjualan :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembuatan daftar dan target pekerjaan harian</li> <li>• Menentukan prioritas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode:</li> </ul>	<b>TM:</b> <b>1x(2x50")</b>  <b>TT:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun rencana aktifitas penjualan. (<b>Tugas-7</b>)</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis pembuatan daftar dan</li> </ul>	<b>7</b>

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
	melaksanakan pengelolaan waktu dan melaksanakan pengelolaan teritori (A3,D2)	<p>pekerjaan dalam sehari</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memetakan teritori yang menjadi tanggungjawab pekerjaannya</li> <li>• Menentukan prioritas pelanggan</li> <li>• Menentukan rencana kunjungan berdasarkan teritori</li> </ul>	Diskusi kelompok dan studi kasus	<p><b>1x(2x60")</b></p> <p><b>BM:</b></p> <p><b>1x(2x60")</b></p>		<p><b>Bentuk non-test:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tulisan makalah</li> <li>• Presentasi</li> </ul>	<p>target pekerjaan harian</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis penentuan prioritas pekerjaan dalam sehari</li> <li>• Ketepatan menganalisis pemetaan teritori yang menjadi tanggungjawab pekerjaannya</li> <li>• Ketepatan menganalisis penentuan prioritas pelanggan</li> <li>• Ketepatan menganalisis penentuan rencana kunjungan berdasarkan teritori</li> </ul>	
9	Mampu memahami dan menjelaskan tentang pemasaran jasa (A3,D2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jasa sesungguhnya</li> <li>• Realitas Jasa Baru</li> <li>• Mengelola Kualitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode:</li> </ul>	<p><b>TM:</b></p> <p><b>1x(2x50")</b></p> <p><b>TT:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun daftar produk dari suatu jasa. <b>(Tugas-8)</b></li> </ul>	<p><b>Kriteria:</b></p> <p>Rubrik kriteria grading</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis arti jasa sesungguhnya</li> </ul>	<b>7</b>

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
		<p>Jasa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengelola Jasa Pendukung Produk</li> </ul>	<p>Diskusi kelompok dan studi kasus</p>	<p><b>1x(2x60")</b></p> <p><b>BM:</b> <b>1x(2x60")</b></p>		<p><b>Bentuk non-test:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tulisan makalah</li> <li>Presentasi</li> </ul>	<p>a</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menganalisis Realitas Jasa Baru</li> <li>Ketepatan menganalisis Mengelola Kualitas Jasa</li> <li>Ketepatan menganalisis Mengelola Jasa Pendukung Produk</li> </ul>	
10	<p>Mampu menjelaskan tentang cara membangun hubungan pelanggan jangka panjang (A3,D2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membangun nilai, kepuasan, dan loyalitas pelanggan</li> <li>Memaksimalkan nilai umur pelanggan</li> <li>Budidaya hubungan pelanggan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi kelompok dan studi kasus</li> </ul>	<p><b>TM:</b> <b>1x(2x50")</b></p> <p><b>TT:</b> <b>1x(2x60")</b></p> <p><b>BM:</b> <b>1x(2x60")</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyusun strategi yang dapat digunakan untuk membangun hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang. <b>(Tugas-9)</b></li> </ul>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading</p> <p><b>Bentuk non-test:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tulisan makalah</li> <li>Presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menganalisis dalam membangun nilai, kepuasan, dan loyalitas pelanggan</li> <li>Ketepatan menganalisis pemaksimalan nilai umur pelanggan</li> <li>Ketepatan menganalisis</li> </ul>	<b>7</b>

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
							Budidaya hubunga pelanggan	
<b>UJIAN TENGAH SEMESTER</b>								
11	Mampu menjelaskan dan membedakan Pasar Konsumen dan Pasar Industri (A3,D2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor yang memengaruhi Perilaku Konsumen</li> <li>• Proses Psikologis Utama</li> <li>• Proses Keputusan Pembelian Konsumen</li> <li>• Pembelian Terorganisasi</li> <li>• Peserta dalam Proses Membeli Bisnis</li> <li>• Tahapan dalam Proses Membeli Bisnis</li> <li>• Mengelola Hubungan Pelanggan Bisnis-ke-Bisnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Diskusi kelompok dan studi kasus</li> </ul>	<b>TM:</b> <b>1x(2x50")</b>  <b>TT:</b> <b>1x(2x60")</b>  <b>BM:</b> <b>1x(2x60")</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun perbedaan pasar konsumen dengan pasar industri. <b>(Tugas-10)</b></li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading  <b>Bentuk non-test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tulisan makalah</li> <li>• Presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis faktor yang memengaruhi Perilaku Konsumen</li> <li>• Ketepatan menganalisis proses psikologis utama</li> <li>• Ketepatan menganalisis proses keputusan pembelian konsumen</li> <li>• Ketepatan menganalisis pembelian terorganisasi</li> <li>• Ketepatan menganalisis peserta dalam Proses</li> </ul>	<b>7</b>

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
							<ul style="list-style-type: none"> <li>embeli Bisnis</li> <li>Ketepatan menganalisis tahapan dalam Proses Membeli Bisnis</li> <li>Ketepatan menganalisis mengelola hubungan pelanggan Bisnis-ke-Bisnis</li> </ul>	
12	Memahami Strategi dan Rencana Pemasaran (A3,D2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pemasaran dan Nilai Pelanggan</li> <li>Perencanaan Strategis dan Divisi</li> <li>Perencanaan Strategis Unit Bisnis</li> <li>Rencana Pemasaran, Kontrol dan Kinerja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi kelompok dan studi kasus</li> </ul>	<b>TM:</b> <b>1x(2x50")</b>  <b>TT:</b> <b>1x(2x60")</b>  <b>BM:</b> <b>1x(2x60")</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyusun strategi dan rencana pemasaran. (<b>Tugas-11</b>)</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading  <b>Bentuk non-test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tulisan makalah</li> <li>Presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menganalisis Pemasaran dan Nilai Pelanggan</li> <li>Ketepatan menganalisis Perencanaan Strategis dan Divisi</li> <li>Ketepatan menganalisis Perencanaan Strategis Unit</li> </ul>	<b>7</b>

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
							Bisnis <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis Rencana Pemasaran, Kontrol dan Kinerja</li> </ul>	
13	Mampu memahami tentang persaingan dalam pemasaran (A3,D2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekuatan persaingan</li> <li>• Mengidentifikasi para pesaing</li> <li>• Menentukan sasaran para pesaing</li> <li>• Merancang sistem intelijen</li> <li>• Menyeimbangkan orientasi pelayanan dan orientasi pesaing</li> <li>• Merancang strategi bersaing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Diskusi kelompok dan studi kasus</li> </ul>	<b>TM:</b> <b>1x(2x50")</b>  <b>TT:</b> <b>1x(2x60")</b>  <b>BM:</b> <b>1x(2x60")</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun daftar kekuatan yang dimiliki dalam persaingan. <b>(Tugas-12)</b></li> <li>• Menyusun daftar para pesaing yang akan saingan perusahaan <b>(Tugas-13)</b></li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading  <b>Bentuk non-test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tulisan makalah</li> <li>• Presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan menganalisis kekuatan persaingan</li> <li>• Ketepatan menganalisis mengidentifikasi para pesaing</li> <li>• Ketepatan menganalisis menentukan sasaran para pesaing</li> <li>• Ketepatan menganalisis merancang sistem intelijen</li> <li>• Ketepatan menganalisis menyeimbangkan</li> </ul>	<b>7</b>



Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
							gkan orientasi pelayanan dan orientasi pesaing • Ketepatan menganalisis merancang strategi bersaing	
14	Pemasaran yang bertanggung jawab dalam lingkungan global (A3,D2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bersaing Pada Pasar Global</li> <li>Pemasaran Internal</li> <li>Pemasaran Bertanggung Jawab Sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi kelompok dan studi kasus</li> </ul>	<b>TM:</b> 1x(2x50")  <b>TT:</b> 1x(2x60")  <b>BM:</b> 1x(2x60")	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyusun strategi pemasaran yang bertanggungjawab dalam pasar global. <b>(Tugas-14)</b></li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Rubrik kriteria grading  <b>Bentuk non-test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tulisan makalah</li> <li>Presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menganalisis persaingan di Pada Pasar Global</li> <li>Ketepatan menganalisis pemasaran internal</li> <li>Ketepatan menganalisis pemasaran bertanggung jawab sosial</li> </ul>	<b>7</b>
UJIAN AKHIR SEMESTER								