|  |  |
| --- | --- |
|  | **UNIVERSITAS BALIKPAPAN****FAKULTAS EKONOMI****PROGRAM STUDI MANAJEMEN** |

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nama Mata Kuliah:**Seminar Manajemen Pemasaran | **Semester:**7 (Tujuh) | **Mata Kuliah Prasyarat:** |
| **Kode Mata Kuliah:**106102749 | **Bobot SKS:**2 SKS | **Dosen Pengampu:** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi yang Dibebankan pada Mata Kuliah**  | ***Aspek Sikap***1. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik. (S8)
2. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. (S9)
3. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. (S10)

***Aspek Keterampilan Umum**** 1. 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 ekonomi manajemen. (KU1)
	2. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur (KU2)
	3. Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi. (KU3)
	4. Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya. (KU7)
	5. Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri. (KU8)

***Aspek Keterampilan Khusus***1. Mampu merumuskan fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staf, pengarahan, dan pengendalian serta evaluasi) pada level operasional di berbagai bidang organisasi baik bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional dan global. (KK1)
2. Mampu mengidentifikasi masalah manajerial dan fungsi organisasi pada level operasional, serta mengambil tindakan solutif yang tepat berdasarkan alternative yang dikembangkan, dengan menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang berakar pada kearifan lokal. (KK3)
3. Mampu mengambil keputusan manajerial yang tepat di berbagai bidang organisasi pada tingkat operasional, berdasarkan analisis data dan informasi pada fungsi organisasi. (KK5)

***Aspek Pengetahuan***1. Menguasai konsep teoritis, metode, dan perangkat analisis fungsi manajemen (perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, dan pengendalian) dan fungsi organisasi (pemasaran, sumber daya manusia, operasi, dan keuangan) pada berbagai jenis organisasi. (P1)
2. Menguasai prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan dalam berbagai bidang organisasi. (P3)
3. Menguasai minimal satu metode penelitian (studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif). (P5)
 |
| **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah**  | 1. P2 Mampu menerapkan instrumen analisis bisnis dan manajemen dengan mempertimbangkan aspek etika dan profesionalitas.
2. KK1 Mampu menunjukkan ketrampilan komunikasi efektif menggunakan argumen teoritis dan empiris ilmu manajemen.
3. KU2 Mampu menunjukkan ketrampilan penggunaan teknologi informasi dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan.
4. KU3 Mampu membangun jaringan kerjasama yang baik dengan pihak internal maupun eksternal dalam meyelesaikan tugasnya
 |
| **Deskripsi Mata Kuliah**  | Mata kuliah ini bertujuan memahami konsep-konsep pemasaran melalui artikel empiris dari penelitian – penelitian tentang pemasaran terkini, agar mahasiswa mendalami topik bahasan mata kuliah terkait sebelumnya khususnya manajemen pemasaran, perilaku konsumen, serta strategi komunikasi. Dengan demikian, mahasiswa akan memperoleh gambaran dan wawasan baru tentang pengelolaan pemasaran dan konsumen secara empiris. |
| **Daftar Referensi**  | **Utama :**1. Kotler, Philip. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 2003, Printice Hall, New Jersey
2. Suyanto,M.. Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia, 2006, Andi Publisher, Yogyakarta
3. Suyanto,M.. Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia, 2005, Andi Publisher, Yogyakarta
4. Suyanto,M.. Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan, 2004, Andi Publisher, Yogyakarta
5. Suyanto,M.. Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia, 2003, Andi Publisher, Yogyakarta
 |

Rencana Pembelajaran:

|  |
| --- |
| **Pertemuan Ke-1** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan pengertian Manajemen pemasaran |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan pengertian Manajemen strategic
2. Mampu menjelaskan pengertian pasar dan pemasaran
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | 1. Lingkup Pemasaran2. Pengembangan Strategi3. Sistem Informasi Pemasaran4. Perilaku konsumen |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | 30% UTS40% UAS30% Formatif |
| Waktu | 1 X 100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-2** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan proses Manajemen strategik |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan pengertian proses manajemen strategis
2. Mampu menjelaskan manajemen strategis dalam pemasaran
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Proses manajemen strategis1. Visi dan Misi Perusahaan
2. Analisis Lingkungan Internal
3. Analisis Lingkungan Eksternal
4. Menetapkan Sasaran Perusahaan
5. Menetapkan Strategi
6. Implementasi strategi
7. Pengendalian Strategi
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-3** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | 1. Mampu menjelaskan
2. Segmentasi pasar, pembididkan pasar dan penempatan posis
 |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan segmentasi pasar
2. Mampu menjelaskan pembidikan pasar
3. Mampu menjelaskan penempatan posisi
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | * Identifikasi segmen pasar, memilih target pasar dan penempatan posisi:
1. Segmentasi pasar
2. Pembididikan pasar
3. Penempatan Posisi
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-4** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | 1. Mampu menjelaskan
2. Segmentasi pasar, pembididkan pasar dan penempatan posis
 |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan segmentasi pasar
2. Mampu menjelaskan pembidikan pasar
3. Mampu menjelaskan penempatan posisi
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | * Identifikasi segmen pasar, memilih target pasar dan penempatan posisi:
1. Segmentasi pasa
2. Pembididikan pasar
3. Penempatan Posisi
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-5** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan strategi produk |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan merancang produk
2. Mampu menjelaskan strategi merek
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Merancang produk dan strategi merek1. Merancang produk (ide, barang dan jasa)
2. Strategi merek
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Tugas |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 |
| **Pertemuan Ke-6** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan strategi produk. |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan merancang produk
2. Mampu menjelaskan strategi merek
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Merancang produk dan strategi merek1. Merancang produk (ide, barang dan jasa)
2. Strategi merek.
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Tugas |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | 1. Paper and pencil produc
2. Partisipasi dan keaktifan
 |
| **Pertemuan Ke-7** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan strategi harga |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan strategi penetapan harga
2. Mampu menjelaskan strategi adaptasi harga
3. Mampu menjelaskan dalam menanggapi perubahan harga
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Strategi harga1. Menetapkan harga
2. Mengadaptasi harga
3. Menanggapi perubahan harga
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Tugas mempraktekkan komunikasi dan negosiasi efektif dalam kehidupan sehari-hari. |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-8** | Ujian Tengah Semester |
| **Pertemuan Ke-9** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan strategi tempat / distribusi |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan perancangan dan pengelolaan rantai nilai dan saluran pemasar
2. Mampu menjelaskan pengelolaan retail, gudang dan logistik
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Strategi tempat / distribusi1. Merancang dan mengelola rantai nilai dan saluran pemasar
2. Mengelola retail, gudang dan logistik
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-10** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan strategi tempat / distribusi |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan perancangan dan pengelolaan rantai nilai dan saluran pemasar
2. Mampu menjelaskan pengelolaan retail, gudang dan logistik
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Strategi tempat / distribusi1. Merancang dan mengelola rantai nilai dan saluran pemasar
2. Mengelola retail, gudang dan logistik
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-11** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan strategi promosi |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan strategi periklanan
2. Mampu menjelaskan strategi promosi penjualan
3. Mampu menjelaskan strategi pemasaran langsung
4. Mampu menjelaskan strategi penjualan perseorang
5. Mampu menjelaskan strategi public relations
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Strategi promosi1. Strategi periklanan
2. Strategi promosi penjualan
3. Strategi pemasaran langsung
4. Strategi penjualan perseorangan
5. Strategi public relations
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | 1. Tugas Lapangan
2. Membuat wawancara dengan dua pemimpin yang sukses
 |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-12** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan strategi promosi |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan strategi periklanan
2. Mampu menjelaskan strategi promosi penjualan
3. Mampu menjelaskan strategi pemasaran langsung
4. Mampu menjelaskan strategi penjualan perseorang
5. Mampu menjelaskan strategi public relations
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Strategi promosi1. Strategi periklanan
2. Strategi promosi penjualan
3. Strategi pemasaran langsung
4. Strategi penjualan perseorangan
5. Strategi public relations
 |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | 1. Tugas Lapangan
2. Membuat wawancara dengan dua pemimpin yang sukses
 |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-13** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan implementasi dan pengendalian pemasaran |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan implementasi pemasaran
2. Mampu menjelaskan Organisasi pemasaran
3. Mampu menjelaskan evaluasi pemasaran
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Etika bisnis, bentuk-bentuk tanggung jawab bisnis, dan hakikat bisnis. |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Tugas studi lapangan (kelompok) |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Juranal Empiris |
| **Pertemuan Ke-14** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu menjelaskan implementasi dan pengendalian pemasaran. |
| Indikator | 1. Mampu menjelaskan implementasi pemasaran
2. Mampu menjelaskan Organisasi pemasaran
3. Mampu menjelaskan evaluasi pemasaran
 |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Perdagangan internasional, tahap-tahap dan hambatan bisnis internasional, dan perusahaan multi nasional. |
| Metode/Model Pembelajaran | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Tugas studi lapangan (kelompok) |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Juranal Empiris |
| **Pertemuan Ke-15** |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mampu mempresentasikan rencana pemasaran |
| Indikator | Mampu mempresentasikan rencana pemasaran |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Presentasi Rencana Pemasaran1. Visi dan Misi Perusahaan
2. Analisis Lingkungan Internal
3. Analisis Lingkungan Eksternal
4. Menetapkan Sasaran Pemasarn
5. Menetapkan Strategi Pemasaran
6. Implementasi strategi
7. Pengendalian Strategi
 |
| Metode/Model Pembelajaran |  |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Presentasi hasil studi lapangan (Kelompok) |
| Waktu | 1$×$100 menit |
| Referensi | Jurnal Empiris |
| **Pertemuan Ke-16** | Ujian Akhir Semester |

|  |  |
| --- | --- |
| Mengetahui, Ketua Program Studi,Nadi Hernadi Moorcy, S.E., M.M.NIK. 015004046 | Balikpapan, September 2021Dosen Pengampu,C. Prihandoyo, S.E., M.M.NIK.  |