

SATUAN PEMBELAJARAN

- 1. Nama Mata Kuliah : **Manajemen Pemasaran Global**
- 2. Kode : MJ 301
- 3. Bobot sks : 3 SKS
- 4. Semester : VII
- 5. Status *) :
- 6. Dosen Penanggung Jawab : Ayu Krishna, S.Sos, MM (2247)

Jumlah TM : 16

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi / Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/Referensi	Evaluasi
1. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan filosofi dari pemasaran global.	<ul style="list-style-type: none"> 1. Mendeskripsikan pemasaran: suatu disiplin universal 2. Mendefinisikan pemasaran domestic, Global, transnational 3. Mendeskripsikan Teori kasus. 4. Mendeskripsikan kekuatan yang mendorong dan menghambat Bisnis global 5. Mendeskripsikan kekuatan yang mendasari Bisnis Internasional 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan pemasaran sebagai suatu disiplin universal: konsep pemasaran dan tiga prinsip pemasaran. 2. Definisi dan sifat dari pemasaran domestic, global, transnational 3. Penjelasan teori kasus: keunggulan komperatif 4. Penjelasan kekuatan yang mendorong dan menghambat 5. Penjelasan kekuatan yang mendasari Bisnis ; orientasi manajemen, kerangka kerja moneter dan korporasi global 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Ceramah Bervariasi 2. Tanya jawab 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Essay Tertulis 2. Lisan

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi / Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/Referensi	Evaluasi
2. Mahasiswa dapat menjelaskan lingkungan pemasaran global	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendeskripsikan lingkungan pemasaran 2. Menjelaskan lingkungan ekonomi 3. Menjelaskan lingkungan sosial dan budaya 4. Menjelaskan lingkungan legal dan peraturan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Penjelasan lingkungan pemasaran 2) Penjelasan lingkungan ekonomi global: system ekonomi, perkembangan pasar 3) Penjelasan lingkungan sosial budaya: aspek dasar budaya, negosiasi lintas budaya 4) Penjelasan lingkungan legal dan peraturan: hukum internasional, pemecahan konflik, isu bisnis yang relevan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah 2. Diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Simulasi 2. Quiz
3. Mahasiswa dapat menjelaskan pelanggan global (perilaku konsumen)	<p><i>Describe or explain:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The consumer buying process 2. Organizational markets and buying behavior 3. Consumer and industrial products 4. Branding and packaging 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe the consumer buying process. 2. Discuss the organizational market categories. 3. Define product and distinguish between consumer and industrial products. 4. Explain the importance of branding and packaging. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah 2. Tanya Jawab 3. Problem Solving 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quiz

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi / Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/Referensi	Evaluasi
4. Mahasiswa dapat menjelaskan Sistem Informasi dan Penelitian Pemasaran Global	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi unsur yang membentuk system informasi global 2. Menjelaskan sumber informasi 3. Menjelaskan proses riset pemasaran. 4. Menjelaskan teknik analitik untuk melakukan riset pasar international 5. Menjelaskan kendali kantor pusat atas riset pemasaran global. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi unsur yang membentuk system informasi global 2. Penjelasan sumber informasi 3. Penjelasan proses riset pemasaran. 4. Penjelasan teknik analitik untuk melakukan riset pasar international 5. Penjelasan kendali kantor pusat atas riset pemasaran global. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah 2. Tanya Jawab 3. Problem Solving 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quiz
5. Mahasiswa dapat menjelaskan Segmenting, Targeting dan Positioning	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendefinisikan segmentasi pasar global 2. Menjelaskan penetapan sasaran global 3. Menjelaskan pasar dunia 4. Menjelaskan Pemasaran di Negara berkembang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisi segmentasi demografis, sikografis, tingkah laku dan manfaat dalam pasar global 2. Penjelasan penetapan sasaran global: criteria untuk menentukan target 3. Penjelasan pasar dunia berupa kerjasama ekonomi dan pengaturan dalam perdagangan dan kerjasama regional 4. Penjelasan Pemasaran di Negara berkembang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah 2. Tanya Jawab 3. Problem Solving 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Simulasi 2. Quiz

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi / Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/Referensi	Evaluasi
6. Mahasiswa dapat menganalisis Strategi Pemasaran Global	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan bagaimana perusahaan masuk ke Pasar Global dan Berekspansi: Isu Manajemen Pemasaran dan Nilai Rantai 2. Menjelaskan proses ekspor 3. Mendefinisikan lisensi 4. Menjelaskan usaha pantungan 5. Menjelaskan kepemilikan 6. Menjelaskan strategi perluasan pasar 7. Menjelaskan Penentuan Posisi Pasar 8. Menjelaskan Strategi Pemasaran Anak Perusahaan Multinasional 9. Menjelaskan strategi alternatif: model tahap-tahap perkembangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan bagaimana perusahaan masuk ke Pasar Global dan Berekspansi: Isu Manajemen Pemasaran dan Nilai Rantai 2. Penjelasan proses ekspor 3. Definisi lisensi 4. Penjelasan usaha pantungan 5. Penjelasan kepemilikan 6. Penjelasan strategi perluasan pasar 7. Penjelasan Penentuan Posisi Pasar 8. Penjelasan Strategi Pemasaran Anak Perusahaan Multinasional 9. Penjelasan strategi alternatif: model tahap-tahap perkembangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah 2. Tanya Jawab 3. Problem Solving 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Simulasi 2. Pretest
7. Mahasiswa dapat menganalisis dan menjelaskan Keputusan Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendefinisikan produk dan menjelaskan konsep dasar produk. 2. Menjelaskan lima macam karakteristik produk dan global branding 3. Menjelaskan tingkat kejenuhan produk dan rancangan produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisikan produk dan klasifikasi produk 2. Penjelasan mengenai penetapan posisi yang sama dan pendekatan pemasaran yang sama. 3. Tingkat kejenuhan produk dalam pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah 2. Tanya Jawab 3. Problem Solving 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Case Study 2. Simulasi

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi / Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/Referensi	Evaluasi
		global dan rancangan produk dilihat dari preferensi, biaya, hukum, dan kesesuaian			
8. Mahasiswa dapat menjelaskan Keputusan Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan strategi menetapkan harga global 2. Menjelaskan pengaruh lingkungan pada keputusan penetapan harga. 3. Menjelaskan penetapan harga transfer 4. Menjelaskan penetapan harga global 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan penetapan harga dengan pendekatan Jepang, tujuan penetapan harga, dan menggunakan pemasok sebagai alat strategis harga 2. Penjelasan penetapan transfer harga sesuai biaya, penetapan harga pokok, pengaturan pajak 3. Penjelasan perluasan/etnosentris, adaptasi/polisentris, dan penemuan baru/geosentris. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah 2. Diskusi: persyaratan perdagangan dan section 482 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Case Study 2. Simulasi
9. Mahasiswa dapat menjelaskan Saluran Pemasaran Global dan Distribusi Fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan tujuan dan hambatan saluran distribusi 2. Mendefinisikan terminologi saluran distribusi dan menjelaskan struktur saluran distribusi. 3. Menjelaskan saluran distribusi di negara berkembang dan inovasi saluran distribusi international 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan karakteristik elanggan, produk, perantara, dan lingkungan. 2. Definisi terminologi produk konsumen, perdagangan eceran global, produk industri. 3. Penjelasan enam langkah menuju strategi distribusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah 2. Diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Case Study 2. Simulasi

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi / Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/Referensi	Evaluasi
		Jepang			
10. Mahasiswa dapat menjelaskan Promosi Global: Penjualan Pribadi, Public Relations, Sales Promotion, Direct Marketing, Trade Shows, Sponsorship.	<ol style="list-style-type: none"> Menjelaskan Promosi Global: Penjualan Pribadi, Promosi Global: Public Relations 	<ol style="list-style-type: none"> Discuss promotional objectives, the promotional mix, Describe personal selling and the various types of sales promotions. 	<ol style="list-style-type: none"> Ceranah Diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> Simulation Quiz
11. Mahasiswa dapat menjelaskan Iklan Global	<ol style="list-style-type: none"> Menjelaskan Periklanan dan penetaan merek global Menjelaskan tahap-tahap perkembangan ekonomi Menjelaskan isi periklanan Menjelaskan keputusan media 	<ol style="list-style-type: none"> Penjelasan penetan merek global Penjelasan tahap perkembangan ekonomi dan kaitannya dengan periklanan Penjelasan penciptaan iklan, pengarahan seni dan naskah. Penjelasan saranan media, pemilihan biro iklan, dan keputusan media. 	<ol style="list-style-type: none"> Ceranah Diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> Case Study Simulasi
12. Mahasiswa dapat menjelaskan Global E-Marketing	<ol style="list-style-type: none"> Business information management The Internet, the WWW, and intranets Organizational design options Information system application programs Databases and database software 	<ol style="list-style-type: none"> Explain the importance of information management and the role of computers and communications technologies. Describe data communication networks. 	<ol style="list-style-type: none"> Ceranah Diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 Global Marketing, Kotabe 2004 	<ol style="list-style-type: none"> Case Study Simulasi

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi / Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/Referensi	Evaluasi
		3. Describe new options for organizational design stemming from communication technology. 4. Describe application programs at various organizational levels. 5. Discuss databases and the purpose of database software.			
13. Mahasiswa dan menjelaskan Memimpin, Mengorganisasikan dan Memonitor Upaya Pemasaran Global.	1. Menjelaskan kepemimpinan 2. Menjelaskan organisasi global 3. Menjelaskan pengendalian manajemen pemasaran global	1. Penjelasan kompetisi inti dan tim 2. Penjelasan pola pengembangan organisasi internasional 3. Penjelasan metode pengendalian formal, evaluasi prestasi kerja, dan metode pengendalian informasi.	1. Ceramah 2. Diskusi	1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004	1. Case Study 2. Simulasi
14. Mahasiswa dapat menjelaskan masa depan Pemasaran Global	1. Menjelaskan perubahan ekonomi global 2. Menjelaskan perusahaan global dalam evolusi susunan ekonomi internasional	1. Penjelasan perubahan ekonomi dunia 2. Penjelasan perusahaan yang berevolusi mewujudkan keberadaan di seluruh dunia.	3. Ceramah Diskusi	1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004 2. Global Marketing, Kotabe 2004	1. Quiz 2. Simulation