

## Silabus

### Identitas Mata Kuliah

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

### Deskripsi Isi

Manajemen Pemasaran Global merupakan Mata Kuliah yang mempelajari pengertian serta pemahaman wawasan, ruang lingkup berbagai konsep-konsep pemasaran global. Konsep manajemen pemasaran global ini diperlukan sebagai studi lanjutan dalam mempelajari pengetahuan pemasaran yang lebih rinci. Juga diberikan pengetahuan praktis jika diperlukan mahasiswa mampu mengelola pemasaran global sendiri, dan bertindak efisien dalam kehidupan sehari-hari.

### Tujuan

- a. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan filosofi dari pemasaran global.
- b. Mahasiswa dapat menjelaskan lingkungan pemasaran global
- c. Mahasiswa dapat menjelaskan pelanggan global
- d. Mahasiswa dapat menjelaskan Sistem Informasi dan Penelitian Pemasaran Global
- e. Mahasiswa dapat menjelaskan Segmenting, Targeting dan Positioning
- f. Mahasiswa dapat menganalisis Strategi Pemasaran Global
- g. Mahasiswa dapat menganalisis dan menjelaskan Keputusan Produk
- h. Mahasiswa dapat menjelaskan Keputusan Harga
- i. Mahasiswa dapat menjelaskan Saluran Pemasaran Global dan Distribusi Fisik
- j. Mahasiswa dapat menjelaskan Promosi Global: Penjualan Pribadi, Public Relations, Sales Promotion, Direct Marketing, Trade Shows, Sponsorship.
- k. Mahasiswa dapat menjelaskan Iklan Global
- l. Mahasiswa dapat menjelaskan Global E-Marketing
- m. Mahasiswa dan menjelaskan Memimpin, Mengorganisasikan dan Memonitor Upaya Pemasaran Global.
- n. Mahasiswa dapat menjelaskan masa depan Pemasaran Global

\*) Dapat dibuat sendiri dengan mengikuti form ini

\*\*) Mata kuliah yang harus diambil oleh mahasiswa sebelum mata kuliah ini

--

1. Pendekatan Umum Pembelajaran

a. Metode Pembelajaran
1. Ceramah
2. Tanya jawab
3. Diskusi
4. Pemberian Tugas
5. Simulasi . Brainstorming
b. Media Pembelajaran
• OHP
• LCD Projector
• Home Page di Internet
• Case Studi

2. Evaluasi Hasil Belajar Mahasiswa

1.Indikator Keberhasilan
a. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan filosofi dari pemasaran global.
b. Mahasiswa dapat menjelaskan lingkungan pemasaran global
c. Mahasiswa dapat menjelaskan pelanggan global
d. Mahasiswa dapat menjelaskan Sistem Informasi dan Penelitian Pemasaran Global
e. Mahasiswa dapat menjelaskan Segmenting,Targeting dan Positioning
f. Mahasiswa dapat menganalisis Strategi Pemasaran Global
g. Mahasiswa dapat menganalisis dan menjelaskan Keputusan Produk
h. Mahasiswa dapat menjelaskan Keputusan Harga
i. Mahasiswa dapat menjelaskan Saluran Pemasaran Global dan Distribusi Fisik
j. Mahasiswa dapat menjelaskan Promosi Global: Penjualan Pribadi, Public Relations, Sales Promotion, Direct Marketing, Trade Shows, Sponsorship.
k. Mahasiswa dapat menjelaskan Iklan Global
l. Mahasiswa dapat menjelaskan Global E-Marketing
m. Mahasiswa dan menjelaskan Memimpin, Mengorganisasikan dan Memonitor Upaya Pemasaran Global.
n. Mahasiswa dapat menjelaskan masa depan Pemasaran Global
2. Teknik Penilaian
Nilai Tugas Laporan Kasus Global : 25 %
Nilai UTS : 35 %
Nilai UAS : 45 %
3. Kriteria Penilaian

\*) Dapat dibuat sendiri dengan mengikuti form ini

\*\*) Mata kuliah yang harus diambil oleh mahasiswa sebelum mata kuliah ini

80 – 100 = A
70 – 79 = B
60 – 69 = C
< 60 = D

3. Garis Besar Materi Setiap Pertemuan

PERT. KE	GARIS BESAR MATERI KULIAH
1	Definisi Dan Filosofi Dari Pemasaran Global
2	Lingkungan Pemasaran Global
3	Pelanggan Global
4	Sistem Informasi dan Penelitian Pemasaran Global
5	Segmenting, Targeting dan Positioning
6	Strategi Pemasaran Global
7	UJIAN TENGAH SEMESTER
8	Strategi Pemasaran Global
9	Keputusan Produk
10	Keputusan Harga
11	Saluran Pemasaran Global dan Distribusi Fisik
12	Promosi Global: Penjualan Pribadi, Public Relations, Sales Promotion, Direct Marketing, Trade Shows, Sponsorship.
13	Iklan Global
14	Global E-Marketing
15	Memimpin, Mengorganisasikan dan Memonitor Upaya Pemasaran Global.
16	UJIAN AKHIR SEMESTER

\*) Dapat dibuat sendiri dengan mengikuti form ini

\*\*) Mata kuliah yang harus diambil oleh mahasiswa sebelum mata kuliah ini

#### 4. Daftar Pustaka Utama

1. Manajemen Pemasaran Global, Warren J. Keegan, edisi 7 Prenhallindo JKT, 2004
2. Global Marketing, Kotabe,

\*) Dapat dibuat sendiri dengan mengikuti form ini

\*\*\*) Mata kuliah yang harus diambil oleh mahasiswa sebelum mata kuliah ini