

## KONTRAK PERKULIAHAN

Nama Mata Kuliah : **Manajemen Pemasaran I**  
Kode Mata Kuliah/ SKS : EBM612282 /MJN 282/ 3 SKS  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Pengajar :

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| 1. Dr. Mahrinasari, S.E., M.Sc. (PJ)  | 8. Roslina, S.E., M.Si.                      |
| 2. Aidasari S.E., M.Si.               | 9. Driya Wiryawan, S.E., M.M.                |
| 3. Aripin Ahmad, S.E., M.Si           | 10. Dr. Dorothy Rouly Pandjaitan, S.E., M.Si |
| 4. Dr. Nasrullah Yusuf.               | 11. Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.     |
| 5. Rinaldi Bursan S.E., M.Si          | 12. Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.          |
| 6. Muji Rachmat Ramelan, S.E., M.B.A. | 13. Faila Shofa, S.E., M.Si.                 |
| 7. Mahatir Muhammad , S.E, M.M.       | 14. Afri Aripin, S.E., M.S.M                 |

Semester : Ganjil 2016/2017 (S1 Reguler dan S1 Paralel)

Hari/ Waktu : Senin/ 13.00 – 15.30 WIB

Ruang : A101/B101/B102/ C101/E102/E105

### 1. Manfaat Mata Kuliah :

Manajemen pemasaran I memberikan pengetahuan dan pemahaman pada mahasiswa tentang konsep dasar manajemen pemasaran dalam kegiatan bisnis. Pengetahuan dan pemahaman konsep manajemen pemasaran penting bagi mahasiswa manajemen sebagai bekal dalam praktik bisnis yang merupakan aktivitas terpenting dalam siklus dan fungsi bisnis keseharian.

### 2. Deskripsi :

Mata Kuliah Manajemen Pemasaran I merupakan mata kuliah wajib bagi mahasiswa jurusan manajemen dan khususnya bagi mahasiswa yang berminat untuk mengambil konsentrasi ilmu di bidang Manajemen Pemasaran. Mata kuliah ini membahas konsep dan teknik-teknik analisis yang digunakan dalam aktivitas pemasaran serta keputusan-keputusan yang berkaitan dengan pemasaran produk atau jasa perusahaan. Beberapa pokok bahasan yang perlu diketahui dan difahami oleh setiap mahasiswa pada mata kuliah ini yaitu pengertian dan ruang lingkup kegiatan manajemen pemasaran termasuk Konsep dan Evolusi Pemasaran; Mengenal dan Memahami strategi dan rencana pemasaran; menangkap aktivitas pemasaran dan nilai pasar bagi pemenuhan kebutuhan konsumen termasuk menganalisis lingkungan pemasaran; membangun nilai merek yang kuat; mendesain penawaran pasar termasuk menyusun strategi produk, mengelola pemasaran jasa, mendesain strategi harga, mengelola pemasaran distribusi; mengkomunikasikan nilai produk atau jasa melalui kegiatan komunikasi pemasaran terintegrasi; dan menciptakan pertumbuhan pasar dalam jangka panjang dalam menghadapi pasar global.

### 3. Tujuan Mata Kuliah

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan:

1. Menjelaskan konsep manajemen pemasaran

2. Menganalisis permasalahan yang sering dihadapi perusahaan dan merumuskan kebijakan pemasaran dalam rangka pengambilan keputusan perusahaan yang tepat.

#### 4. Organisasi Materi Kuliah

Per temuan	Pokok Bahasan	Referensi	Tugas Kelompok	Tugas Individu
1	Pendahuluan: - Kontrak Perkuliahan dan Silabus - <b>Peran, Pengertian, dan Ruang Lingkup Konsep dan Evolusi Pemasaran</b>	- Silabus.feb.unila .ac.id - Buku 1 (Ch.1) - Buku 2 (Ch.2)		
2	Dunia Pemasaran: Nilai Pemasaran + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch.1) - Buku 2 (Ch.2)		√
3	Perencanaan Pasar Strategis + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch.3) - Buku 2 (Ch.2)		
4	Lingkungan Pemasaran dan Mengelola Informasi Pemasaran + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch.3) - Buku 2 (Ch.3)		
5	Riset Pemasaran + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch. 4 & CH. 5) - Buku 2 (Ch. 3 & Ch. 4)		
6	Perilaku Pasar Konsumen + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch.6) - Buku 2 (Ch.6)		
7	Perilaku Pasar Bisnis + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch.6) - Buku 2 (Ch.7)		
8	<b>UTS</b>			
9	Segmentasi Pasar + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch.7) - Buku 2 (Ch.9)		√
10	Penentuan Target Pasar + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch.7) - Buku 2 (Ch.9)		
11	Posisi Merek dan Keunggulan Bersaing + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch. 9) - Buku 2 (Ch. 13 & Ch. 14)		
12	Produk dan Identitas Merek + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 1 (Ch.8 & Ch. 9)		
13	Mengelola Jasa + Pembahasan Kasus Pertanyaan dari Buku I	- Buku 2 (Ch.14)		
14	Presentasi Tugas + Diskusi (Topik Bahasan Artikel)- Berbasis Tugas Individu Sebelum UTS), Diambil secara Acak/Random	Artikel Publikasi Internasional		
15	Presentasi Tugas + Diskusi (Topik Bahasan Artikel)- Berbasis Tugas Individu Sebelum UTS, Diambil secara Acak/Random	Artikel Publikasi Internasional		
16	Presentasi Tugas + Diskusi (Topik Bahasan Artikel)- Berbasis Tugas Individu Sebelum UTS, Diambil secara Acak/Random	Tugas Artikel Publikasi Internasional		

#### 5. Buku Bacaan Bagi Mahasiswa

### **Buku Wajib:**

1. [Buku 1] Solomon, Michael R .; Marshall, Greg W .; and Stuart, Elnora W. 2015. Marketing: Real People - Real Choice, 8th edition, Pearson Education, Prentice Hall.
2. [Buku 2] Phillip Kotler and Kevin Lane Keller. 2016 Marketing Management 15th edition. Pearson Education, Prentice Hall.

### **Buku Tambahan**

1. Phillip Kotler & Gary Amstrong. 2014. *Principle of Marketing 15<sup>th</sup> edition*. Pearson.
2. Satria Bangsawan. 2003. Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama, Universitas Lampung.
3. Publikasi Artikel pada Jurnal-Jurnal Marketing, Publikasi Jurnal Internasional.

## **6. Kewajiban Mahasiswa**

- a. Toleransi keterlambatan 10 menit.
- b. Hadir mengikuti kuliah sekurang-kurangnya 80% dari total pertemuan, bagi yang tidak memenuhi maka tidak diperkenankan mengikuti UAS (Peraturan Akademik Pasal ).
- c. Memberikan sumbang saran dan aktif dalam melakukan tugas-tugas diskusi.
- d. Membuat dan mengumpulkan semua tugas terstruktur yang diberikan dosen.
- e. Mengikuti semua kuis dan tugas yang diselenggarakan.
- f. Mengikuti Ujian Tengah Semester dan Ujian Akhir Semester.
- g. Dilarang menggunakan pakaian tanpa berkerah dan sandal. Jika ada yang melanggar sebanyak dua kali, resikonya mahasiswa yang bersangkutan tidak diperkenankan mengikuti perkuliahan hingga akhir semester.
- h. Dilarang mencontek dan memberikan jawaban kepada teman lain saat Ujian (Kuis, UTS, dan UAS), Pelanggaran akademik akan dikenakan Sanksi.
- i. Dilarang membuang kotoran di ruang kelas/Tetap menjaga kebersihan. Jika mahasiswa melanggar atura ini, akan dikenakan sanksi etika mahasiswa.

## **7. Tugas**

- a. **Tugas Kelompok:** Mahasiswa secara kelompok wajib meringkas pokok bahasan pada setiap pertemuan yang dituangkan dalam power poin, serta memberikan contoh produk untuk setiap pokok bahasan. Jika perlu mencantumkan visualisasi gambar yang relevan. Kelompok berkewajiban juga menjawab Tugas Kasus pada setiap Bab Pokok Bahasan yang ada pada Buku 1. **Kelompok Presentasi wajib** memaparkan tugas kelompoknya termasuk Tuags Kasus pada setiap Pokok Bahasan. **Kelompok mahasiswa lain yang tidak melakukan presentasi wajib** memberi pertanyaan dan Komenta/Tanggapan yang relevan dengan pokok bahasan yang sedang dibahas atau disiskusikan. Bagi mahasiswa yang bertanya atau menanggapi akan diberi Reward Poin Nilai dengan 3 kategori: **Terbaik diberi Skor: di atas 80; Kategori Baik diberi Nilai 70-80; kategori Cukup diberi Nilai 60-69.**
- b. **Tugas Individu: Mahasiswa secara perorangan wajib membuat dan mengumpulkan Ringkasan dari artikel publikasi** pada jurnal internasional dari salah satu pokok bahasan sebanyak 2 jenis tugas setelah UTS dan setelah UAS. Ringkasan berisi tentang Latar Belakang, Identifikasi Masalah dan Tujuan Tulisan, Hasil, serta Saran/Implikasi hasil.
- c. **Khusus hasil Tugas Individu sebelum UTS akan dibahas pada 3 (tiga) sesi terakhir. Setiap Sesi, mahasiswa individu akan dipilih secara random untuk memaparkan tugas Individunya. Mahasiswa lain berkewajiban menanyakan dan memberi tanggapan.** Bagi mahasiswa yang bertanya atau menanggapi akan diberi Reward Poin Nilai dengan 3

kategori: **Terbaik** diberi Skor: di atas 80; **Kategori Baik** diberi Nilai 70-80; **kategori Cukup** diberi Nilai 60-69.

## 8. Kriteria Penilaian

a. Penilaian akan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

Nilai Akhir	Huruf Mutu	Angka Mutu	Status
≥76	A	4	Lulus
71 – 75	B+	3,5	Lulus
66 – 70	B	3	Lulus
61 – 65	C+	2,5	Lulus
55 – 60	C	2	Lulus
50 – 54	D	1	Lulus
< 50	E	0	Tidak Lulus

b. Berikut adalah bobot dan cara menentukan nilai akhir

Hal yang Dinilai		Bobot
Kegiatan Akademik	Besaran Persentase	110 %
Tugas		30%
Kuis/Aktivitas Kelas		10%
UTS		30%
UAS		30%
<b>INSENTIF KEHADIRAN &gt; 80%</b>		<b>10%</b>
<b>Jumlah</b>		<b>110%</b>

### Rumus Menghitung Nilai Akhir:

$$NA = ( \% \times RT) + ( \% \times RK) + ( \% \times UTS) + ( \% \times UAS )$$

Keterangan:

- NA = Nilai Akhir  
 RT = Rata-rata tugas  
 RK = Rata-rata Kuis/Aktif Diskusi Kelas  
 UTS = Ujian Tengah Semester  
 UAS = Ujian Akhir Semester

Mahasiswa / Ketua Kelas

Bandar Lampung, 1 September 2016  
 Dosen Penanggung Jawab Mata Kuliah

-----  
 NPM....

Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.  
 NIP 19661027 199003 2 002