

## Tinjauan Mata Kuliah

Mata kuliah Kebijakan dan Strategi Pemasaran merupakan salah satu mata kuliah inti dalam program Administrasi Niaga/Bisnis. Mata kuliah ini sangat erat berhubungan dengan mata kuliah inti lainnya, seperti: Manajemen Keuangan Bisnis, Kebijakan dan Strategi Produksi, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Kebijakan Bisnis.

Buku Materi Pokok (BMP atau modul) dari mata kuliah Kebijakan dan Strategi Pemasaran menyajikan bahasan secara mendalam mengenai keterampilan manajemen dan organisasi yang sangat dibutuhkan untuk menyusun kebijakan dan strategi dalam kegiatan pemasaran. Bahan ajar ini membahas tentang konsep-konsep strategik dan mengkaji kasus-kasus nyata dalam situasi organisasi yang dinamik, global dan penuh persaingan.

Dalam BMP mata kuliah kebijakan dan strategi pemasaran akan dijelaskan tentang konsep strategi dan contoh kasus yang berkaitan dengan proses manajemen strategik pada organisasi dalam menghadapi tuntutan *stakeholders* global yang dinamis. Hal-hal yang dijelaskan dalam BMP mata kuliah ini antara lain adalah: 1) Peran dan kedudukan pemasaran dalam bisnis, 2) Analisis lingkungan pemasaran, 3) Penelitian pemasaran dan peluang pasar, 4) Segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran dan posisi produk, 5) Kebijakan dan strategi produk, 6) Kebijakan dan Strategi Harga, 7) Kebijakan dan Strategi Distribusi, 8) Kebijakan dan Strategi Promosi, dan 9) Mengelola Organisasi Pemasaran Terpadu.

Setelah mempelajari seluruh materi Bahan Ajar (BA) mata kuliah Kebijakan dan Strategi Pemasaran ini, Anda diharapkan mampu menyusun dan mengembangkan kebijakan dan strategi pemasaran yang integratif, etis, dan inovatif. Adapun kompetensi yang Anda miliki setelah mempelajari bahan ajar ini secara rinci dapat dilihat pada Peta Kompetensi sebagai berikut.

### Peta Kompetensi Kebijakan dan Strategi Pemasaran (ADBI4433)

