

Tinjauan Mata Kuliah

Buku Materi Pokok (BMP) Manajemen Pemasaran membahas mengenai berbagai konsep penting pemasaran yang perlu dipahami mahasiswa pada tingkatan magister/strata dua. Konsep-konsep pemasaran dalam BMP ini dibahas secara komprehensif dari tiga aspek penting manajemen yaitu perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian. Materi dalam BMP ini juga menguraikan isu aktual disesuaikan dengan adanya *market change* yang dipicu oleh berbagai perkembangan lingkungan seperti teknologi, peningkatan pendapatan, perubahan *lifestyle*, konsumen yang semakin *well educated*, yang kesemuanya berdampak pada semakin kuatnya *bargaining power* konsumen.

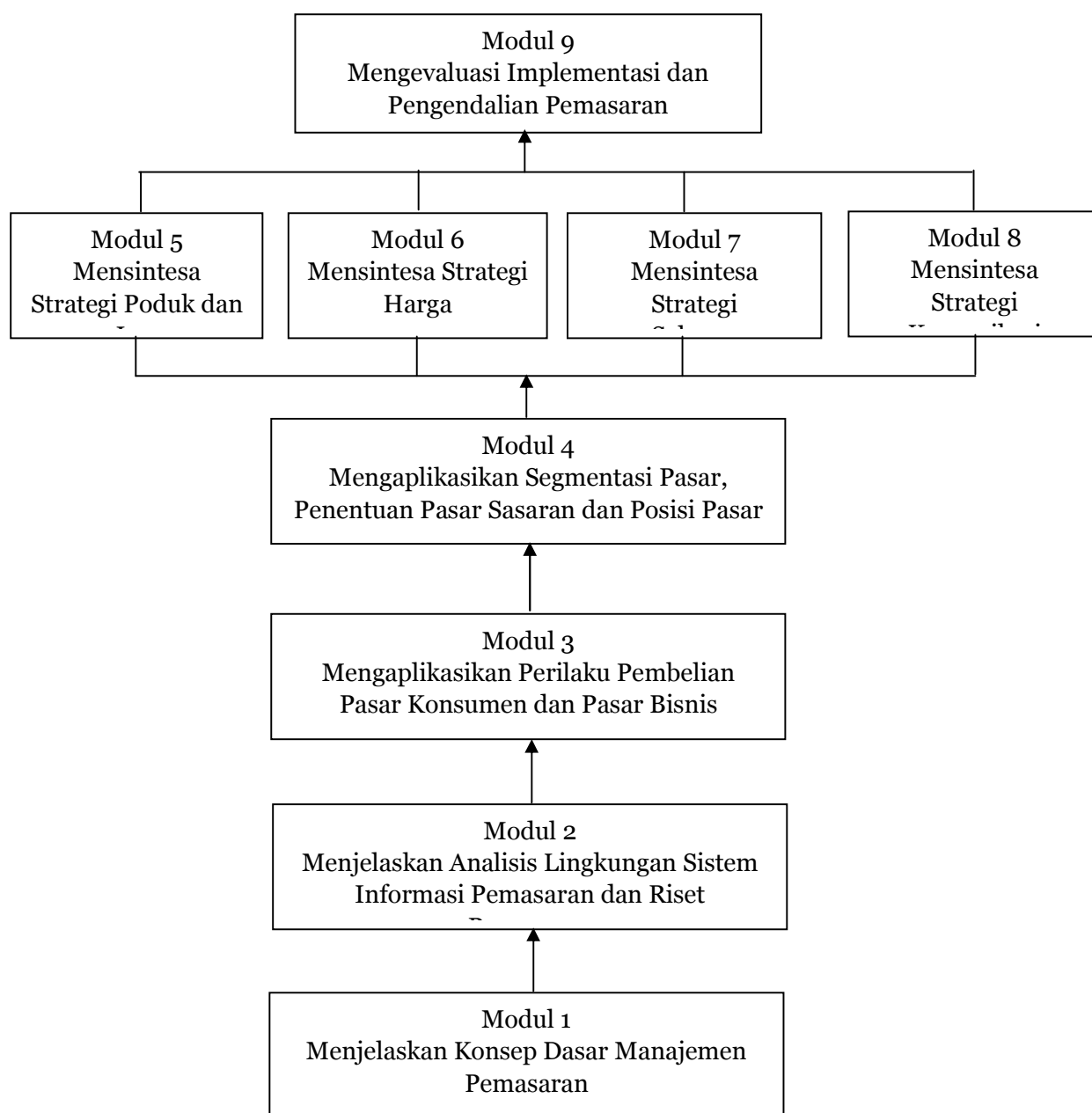
Penciptaan *value* untuk memperkuat keunggulan bersaing merupakan faktor penting mempertahankan kelangsungan hidup para pelaku bisnis. Konsep-konsep yang dijelaskan dalam BMP ini berusaha untuk secara detail menjawab pentingnya *creating value* yang menekankan pada prinsip *relationship* dengan *stakeholders* yang didasarkan pada prinsip *win-win solution*.

BMP ini memiliki 3 (tiga) Satuan Kredit Semester (SKS) terdiri dari 9 (sembilan) modul yang dilengkapi dengan latihan kasus-kasus yang mendiskusikan permasalahan atau isu yang berkembang pada saat ini pada tingkatan mikro. Selain itu setiap modul juga dilengkapi dengan tes formatif, latihan dan rangkuman untuk membantu mahasiswa menguasai materi pada setiap modul.

Materi BMP Manajemen Pemasaran menyajikan kompetensi yang diberikan secara bertahap. Penjelasan mengenai konsep dasar Manajemen Pemasaran merupakan substansi awal yang harus dikuasai mahasiswa. Pemahaman substansi ini dapat menjadi dasar bagi mahasiswa untuk mengetahui arti pentingnya analisis lingkungan dan riset pemasaran. Substansi-substansi tersebut merupakan langkah awal untuk mulai mengetahui perilaku konsumen baik pada pasar bisnis maupun pasar konsumen. Selanjutnya kompetensi penting mengenai strategi pemasaran dijabarkan dalam penjelasan tentang: segmentasi, penentuan pasar dan posisi pasar yang menjadi acuan untuk mengembangkan strategi pemasaran seperti: strategi produk/jasa, strategi harga, strategi saluran distribusi dan strategi komunikasi. Secara skematis kompetensi yang ingin dicapai dalam proses pembelajaran mengenai Manajemen Pemasaran dapat dilihat pada bagan Analisis Instruksional.

Memiliki kompetensi Manajemen Pemasaran yang merupakan salah satu fungsi ilmu manajemen mutlak harus dicapai oleh mahasiswa. Oleh karena itu setiap mahasiswa program Magister Manajemen harus lulus matakuliah ini. Untuk itu dianjurkan mahasiswa belajar secara intensif dengan menyediakan waktu belajar sekitar 136 jam dalam satu semester dengan mengikuti tutorial dan belajar secara mandiri.

ANALISIS INSTRUKSIONAL MANAJEMEN PEMASARAN



PETUNJUK PENGGUNAAN BUKU MATERI POKOK

Untuk membantu Anda dalam mempelajari Buku Materi Pokok (BMP) Manajemen Pemasaran, maka BMP ini dilengkapi dengan multi media dalam bentuk CD, yang dikemas dalam satu paket. CD multi media ini berisi tentang contoh kasus serta tambahan/pendalaman materi untuk melengkapi uraian dan bahasan yang telah disampaikan dalam BMP Manajemen Pemasaran.

Jika Anda mengalami kesulitan pada saat mempelajari materi yang ada di modul, dan CD multi media, silahkan menghubungi Ginta Ginting di Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Terbuka melalui:

- Telepon (021) 7490941 pesawat 1603
- Faks (021) 7490941 ext 1519
- E-mail: gintaginting@yahoo.com