RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MANAJEMEN PEMASARAN II

EKM 208 (3 sks) Semester IV

Pengampu mata kuliah

Dr.Eri Besra, SE, MM
Dr. Sari Lenggogeni, SE, MM
Dr. Ratni Primalita, SE, Msi
Dr. Verinita, SE, MSi
Dr. Dessy Kurniasari, SE, Mbus
Dr. Syafrizal, SE, ME
Dra.Yanti,MM

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas
Padang, Tahun 2016

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
FAKULTAS /PPs: EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
MANAJEMEN PEMASARAN II	EKM 208	Mata Kuliah Wajib	3	4	

OTORISASI	Dosen Pengembang RPS	Koordinator Rumpun MK	Ka Program Studi
	Dr.Eri Besra, SE, MM Dr. Sari Lenggogeni, SE, MM Dr. Ratni Primalita, SE, Msi Dr. Verinita, SE, MSi Dr. Dessy Kurniasari, SE, Mbus Dr. Syafrizal, SE, ME Dra.Yanti,MM	Dr. Ratni Primalita, SE, Msi	Dr. Verinita, SE, MSi

Capaian Pembelajaran (CP)	CP Program Studi	
	S	Menunjukkan sikap beretika/santun, disiplin, jujur dan dapat dipercaya, kerja keras, bertanggungjawab dan percaya diri. mampu mengkomunikasikan ide secara logis, analitis, beradaptasi, mandiri, mempunyai komitmen dan motivasi.
	P	Menguasai Konsep Teoritis, Metode dan Perangkat Analisis Fungsi Manajemen dan Fungsi Organisasi pada berbagai jenis organisasi
		Menguasai kaidah, prinsip dan teknik komunikasi lintas fungsi, level organisasi dan budaya
	KU	Menerapkan pemikiran logis, kritis. Sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan/atau teknologi sesuai dengan bidang keahliannya.
		Mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis terhadap informasi dan data
	KK	Mampu mengambil keputusan manajerial yang tepat diberbagai tipe organisasi pada tingkat operasional berdasarkan analisis data dan informasi pada fungsi organisasi

Catatan :
S : Sikap
P : Pengetahuan
KU : Keterampilan Umum
KK : Keterampilan Khusus

		Mampu berkomunikasi efektif lintas fungsi dan level organisasi
	CP Mata Kuliah	
	1	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengertian sistem informasi manajemen
	2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep teknologi informasi
	3	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisa persoalan-persoalan organisasi dengan menggunakan teknologi informasi
	4	Mahasiswa mampu menyelesaikan masalah organisasi dengan memberikan solsusi yang sesuai dengan menggunakan sistem teknologi informasi
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	Mata ajaran ini merupakan lanjutan dari Manajemen Pemasaran I diberikan kepada mahasiswa manajemen mengenai aspek-aspek strategi dan operasi dalam manajemen pemasaran. Cakupan mata ajaran ini meliputi: Membentuk tawaran pasar, Membangun merek yang kuat, Menyerahkan nilai, mengkomunikasikan nilai dan menciptakan pertumbuhan jangka panjang yang berhasil	
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	1. Review materi Manajemen Pemasaran I 2. Menetapkan Strategi Produk 3. Merancang dan Mengelola Jasa 4. Menciptakan Ekuitas Merek 5. Mengatur Penetapan Posisi Merek 6. Menghadapi Persaingan 7. Mengembangkan Program dan Strategi Harga 8. Mid Test 9. Merancang dan Mengelola Saluran Pemasaran yang Terintegrasi 10. Mengelola Retailing, Wholesaling, dan Logistik 11. Merancang dan Mengelola Komunikasi Pemasaran Terpadu 12. Managing Mass Communication 13. Managing Personal Communication 14. Introducing New Market Offering 15. Memanfaatkan Pasar Global 16. Mengelola Organisasi Pemasaran holistik	
Pustaka	**Utama :**	*1.* Philip Kotler dan Kevin Lane Keller ,(Edisi terbaru) Marketing Management , Pearson Education Inc, New Jersey.

	2. Buku Tambahan: Multimedia/multidimensi **Pendukung :** Buku-buku dan jurnal lain yang berkaitan	
Media Pembelajaran	**Perangkat lunak :**	**Perangkat keras :**
	Microsoft power point	LCD & Projector dan Laptop
Team Teaching	1. Dr.Eri Besra, SE, MM 2. Dr. Sari Lenggogeni, SE, MM 3. Dr. Ratni Primalita, SE, Msi 4. Dr. Verinita, SE, MSi 5. Dr. Dessy Kurniasari, SE, Mbus 6. Dr. Syafrizal, SE, ME 7. Dra.Yanti,MM	
Assessment	Tes Tertulis, Partisipasi Mahasiswa(diskusi) dan Perilaku beretika	
Matakuliah Syarat	Pengantar Manajemen, Pengantar Bisnsis dan Manajemen Pemasaran I	

Minggu ke	Kemampuan Akhir yang Diharapkan/ (Kompetensi)	Bahan Kajian	Bentuk Pembelajaran	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	**Memahami :** silabus & RPKPS	Silabus & RPKPS	Introduksi kuliah		
2	**Menetapkan strategi produk**	Ch.12	Diskusi kelas Kuliah		

3	**Mendisain dan mengelola jasa**	Ch.13	Diskusi kelas Kuliah		
4	**Menciptakan Ekuitas Merek**	Ch.9	Diskusi kelas Kuliah		
5	**Mengatur Penetapan Posisi Merek**	Ch.10	Diskusi kelas Kuliah		
6	**Menghadapi Persaingan**	Ch.11	Diskusi kelas Kuliah		
7	**Mengembangkan strategi dan program penetapan harga**	Ch.14	Diskusi kelas Kuliah		
8	**Mendisain dan mengelola jaringan kerja dan saluran nilai**	Ch.15	Diskusi kelas Kuliah		
9	**Mengelola ritel, grosir dan logistic**	Ch.16	Diskusi kelas Kuliah		
10	**Mendisain dan mengelola komunikasi pemasaran terpadu**	Ch.17	Diskusi kelas Kuliah		
11	***Managing Mass Communication***	Ch.18	Diskusi kelas Kuliah		
12	***Managing Personal Communication***	Ch.19	Diskusi kelas Kuliah		
13.	***Introducing New Market Offering***	Ch.20	Diskusi kelas Kuliah		
14	**Memanfaatkan Pasar Global**	Ch.21	Diskusi kelas Kuliah		
15	**Mengelola Organisasi Pemasaran**	Ch. 22	Diskusi kelas Kuliah		

	holistik				
16	**Final Test**				

Kriteria (indikator) dan bobot penilaian

No.	Komponen Penilaian	Bobot (%)
1. Penilaian hasil		
a.	UTS	25
b.	UAS	25
c.	Tugas Kelompok (Presentasi & Penulisan paper)	22
d.	Keaktifan dalam diskusi	14
2. Penilaian proses		
1.	Dimensi intrapersonal *skill*	4
2.	Atribut interpersonal *softskill*	5
3.	Dimensi sikap dan tata nilai	5
	Total	100

Norma Akademik :

- Toleransi keterlambatan 15 menit.
- Selama proses pembelajaran berlangsung HP dimatikan.
- Pengumpulan tugas ditetapkan sesuai jadwal dan dilakukan sebelum pembelajaran dimulai.
- Kecurangan selama perkuliahan baik dalam Absensi, tugas dan ujian dianggap tidak lulus

Rancangan Tugas
Bentuk Tugas : Tugas Kelompok

1. ***Tujuan Tugas***

Agar mahasiswa mampu memahami konsep-konsep teori dalam Ilmu Manajemen Pemasaran II yang telah dijelaskan oleh dosen melalui kasus-kasus yang berisikan isu-isu Manajemen Pemasaran sesuai dengan topik-topik yang diajarkan setiap pertemuan

2. Uraian Tugas

A. Obyek: materi pokok bahasan diatas

B. Yang harus dikerjakan:

- Mencari kasus-kasus yang berisikan isu-isu manajemen sesuai dengan topik-topik yang diajarkan setiap pertemuan, membacanya, menganalisa dan menghubungkan dengan teori-teori yang diajarkan dan menuliskannya dalam bentuk sebuah laporan singkat. Kemudian juga disajikan dalam bentuk powerpoint yang akan dipresentasikan di kelas.

C. Cara pengerjaan:

* Mahasiswa di bagi menjadi beberapa kelompok, dimana setiap kelompok terdiri dari 4 sampai 5 orang mahasiswa

* Setiap kelompok akan diberikan tugas mencari kasus-kasus manajemen pemasaran yang berbeda sesuai dengan topik pembahasan (penentuan topik pembahasan dilakukan oleh dosen)

* Pelaksanaan tugas kelompok tersebut dilakukan setelah topik pembahasan diajarkan oleh dosen

Maka kelompok yang mendapat tugas mencari kasus sesuai dengan topik pada pertemuan ke-2 akan menyelesaikan dan menyerahkan serta menampilkan tugasnya dalam bentuk powerpoint serta mendiskusikannya dikelas pada pertemuan ke-3

* Tugas dikerjakan dalam 2 bentuk : 1. berbentuk laporan singkat yang terdiri dari pendahuluan, pembahasan dan kesimpulan
2. Berbentuk powerpoint yang akan ditampilkan dalam presentasi kelas

3. Kriteria Penilaian

- Pemahaman soal: 30%
- Kemampuan analisis: 30%
- Ketepatan jawaban: 40%