

# Part 2 **M**ANAJEMEN **P**EMASARAN

Fasilitator	:	Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.
Kantor	:	Ruang 310 Lantai 3 Sayap Selatan Gedung FEB UGM
Telpon	:	(0274) 548510-15 ext.118; HP 085292327883 (SMS).
E-mail	:	<a href="mailto:bayu@feb.ugm.ac.id">bayu@feb.ugm.ac.id</a> , <a href="mailto:bayufeugm@yahoo.com">bayufeugm@yahoo.com</a>
Website	:	<a href="http://bayusutikno.staff.ugm.ac.id">http://bayusutikno.staff.ugm.ac.id</a>
Tahun Akademik	:	November-Desember 2011
Jadwal	:	Selasa 10.00-12.30 WIB
Ruang	:	MSI
Kelas	:	Matrikulasi Manajemen

## DESKRIPSI MATAKULIAH

Mata kuliah manajemen pemasaran **bagian ke-2** untuk mahasiswa/i program matrikulasi S2 MSI membahas 2 pilar utama dalam manajemen pemasaran, yaitu **marketing tactic** dan **marketing continuity** dalam 5 kali pertemuan setelah ujian midterm.

## TUJUAN PEMBELAJARAN

Mata kuliah ini didesain untuk memberikan “amunisi” bagi mahasiswa/i tentang Manajemen Pemasaran yang setara dengan matakuliah Manajemen Pemasaran di Program S1 Reguler, terutama bagi lulusan non S1 manajemen ataupun bagi lulusan manajemen yang membutuhkan pendalaman. Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa/i diharapkan mampu mengikuti secara lebih prima mata kuliah Manajemen Pemasaran di program S2 MSI yang berorientasi pada **research based learning**.

Untuk mencapai tujuan pembelajaran tersebut, proses pembelajaran di desain dengan pendekatan **proactive student centered learning**, yang menempatkan mahasiswa/i sebagai aktor utama proses pembelajaran, yang dipacu dengan berbagai penugasan individual dan kelompok (*assignments*), presentasi dan diskusi kelas, smart quiz, serta membaca sebelum kelas sesuai jadwal materi adalah suatu keniscayaan (*readings before class is a must*).

Secara lebih spesifik proactive student centered learning dimaksudkan agar mahasiswa/i memiliki kemampuan **3C\*plus** sebagai berikut:

1. **Comprehensive knowledge understandings**: pemahaman yang tuntas dan kritis terhadap 4 pilar utama marketing yaitu philosophy, strategy, tactic dan continuity.

2. **Collaborative research skills:** ketrampilan melakukan riset kualitatif dan kuantitatif untuk mendeskripsikan fenomena, mendefinisikan masalah dan memutuskan solusi terbaik.
3. **Communicative:** ketrampilan mengkomunikasikan ide via diskusi, presentasi dan karya tulis (paper) yang efektif, efisien dan attractive.  
plus **Conducting ethically** dalam berperan sebagai **marketing decision maker and problem solver**.

## REFERENSI

1. Kotler, Philip dan Kevin L. Keller (2009), *Marketing Management*, the 13<sup>th</sup> edition, Pearson International edition. (KK).
2. Artikel dan kasus-kasus terkait dengan topik yang akan didiskusikan.

## JADWAL

Tanggal	Pertemuan	Materi	Referensi
8 November 2011 (10.00-12.30) Selasa	1	<b>Marketing Tactic</b> Setting the Product dan managing services <b>Tugas 1:</b> Mahasiswa mengumpulkan instrument pengukuran (kuesioner) tentang services yang telah publish di jurnal internasional. Dikumpulkan 15 November 2011.	KK12 & KK13
15 November 2011 (10.00-12.30) Selasa	2	<b>Marketing Tactic</b> Developing the Pricing Channels of marketing <b>Presentasi Paper 1:</b> Paswan et al., (2007) Effect of obtaining one's preferred service brand. <i>Journal of Services Marketing</i> .	KK14 KK15 & KK16
22 November 2011 (10.00-12.30) Selasa	3	<b>Marketing Tactic</b> Integrating marketing communication <b>Presentasi Paper 2:</b> Jean et al., (2010) Drivers and performance outcome of relationship learning for supplier. <i>Journal of International Marketing</i> . <b>Presentasi Paper 3:</b> Pihlstrom and Brush (2008) Comparing the perceived value of information and entertainment mobile services. <i>European Journal of Marketing</i> . <b>Tugas 2:</b> Mahasiswa mengumpulkan iklan media visual dan audiovisual lintas negara. Dikumpulkan 29 November 2011.	KK17-19
29 November 2011 (10.00-12.30) Selasa	4	<b>Marketing Continuity</b> Fulfilling new opportunities: new product and global market <b>Presentasi Paper 4:</b> Haon et al., (2009) Familiarity and competence diversity in new product development teams. <i>Marketing Letters</i> .	KK20 & KK21
6 Desember 2011 (10.00-12.30) Selasa	5	<b>Marketing Continuity</b> Managing holistic marketing organization <b>Presentasi Paper 5:</b> Theodosiou and Leonidou (2003) Standardization versus adaptation of international marketing strategy. <i>International Business Review</i> .	KK22

		<p><b>Presentasi Paper 6:</b> Akamavi (2005) Reengineering Servqual process mapping. <i>The International Journal of Bank Marketing</i>.</p> <p>Summing up  <b>Paper:</b> Buat proposal riset pemasaran 5-10 halaman kuarto, 12 ft, 1 spasi Times New Roman. Dikumpulkan saat Ujian Final.</p>	
Desember 2011		<b>UJIAN FINAL</b> Open book, 2 soal, 111 menit	

### EVALUASI

Presentasi Paper	: 20%	Ujian	: 30%
Tugas	: 20%	Project paper	: 30%

A : 90-100	A- : 85-89	B+ : 80-84
B : 75-79	B- : 70-74	C+ : 65-69
C : 60-64	C- : 55-59	D : 50-54
D- : 45-49	E : 25-44	F : 0-24

### LAIN-LAIN (The Do's and The Don't's)

- Mahasiswa/i adalah manusia dewasa dan matang, maka perilaku yang tidak etis dan atau curang akan mendapatkan sanksi dinyatakan "GAGAL" atau "TIDAK LULUS".
- Keterlambatan lebih dari 500 detik sesuai jam yang ada dikelas, maka yang bersangkutan dipersilakan belajar mandiri dan dinyatakan tidak hadir mengikuti perkuliahan.
- Mahasiswa/i wajib menaati ketentuan MSI UGM tentang tata tertib (termasuk pakaian) selama mengikuti perkuliahan.
- Selama mengikuti perkuliahan handphone dan alat komunikasi sejenis lainnya, harus di "senyap" kan (silent), dan tidak diperkenankan melakukan aktifitas yang tidak berkontribusi positif terhadap perkuliahan.
- Mahasiswa/i dan Fasilitator adalah "sahabat belajar" dengan prinsip saling asah, asih, asuh demi tercapainya tujuan pembelajaran secara optimal.
- SELAMAT BELAJAR dan SELAMAT DATANG DI DUNIA MARKETING!