



**PROGRAM DIPLOMA MANAJEMEN PEMASARAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**SILABUS MANAJEMEN PEMASARAN LANJUT**

No.

Revisi : 00

Tgl. Januari 2016

Hal 1 dari 2

**MATAKULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN LANJUT**  
**KODE MATAKULIAH : MNJ 5331 (3 SKS TEORI)**  
**SEMESTER : Genap**  
**PROGRAM STUDI : D3 Pemasaran**  
**DOSEN PENGAMPU : Dr. TONY WIJAYA.,MM**

### **A. Deskripsi Mata Kuliah**

Matakuliah manajemen pemasaran menjelaskan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan pemahaman konsep manajemen pemasaran termasuk perkembangannya, membangun hubungan dengan pelanggan, proses pemasaran, kondisi pasar dan konsumen, strategi pemasaran dan perluasan pasar di bidang pemasaran sebagai kelanjutan dari manajemen pemasaran.

### **B. Standar Kompetensi Mata Kuliah**

Mahasiswa memiliki kemampuan dalam memahami berbagai hal yang berkaitan dengan dasar manajemen pemasaran termasuk perkembangannya, membangun hubungan dengan pelanggan, proses pemasaran, kondisi pasar dan konsumen, strategi pemasaran dan perluasan pasar di bidang pemasaran sebagai kelanjutan dari manajemen pemasaran.

### **C. Proses Pembelajaran**

Pembelajaran dilaksanakan di dalam kelas dengan metode ceramah, diskusi kasus pemasaran, dan penugasan.

### **D. Referensi**

1. Wajib:

Philip, Kotler & Amstrong, Gary.2012. *Principles of Marketing . 14<sup>Ed</sup>*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.(A)

2. Anjuran:

Majalah *Marketing* (B). [www.majalahmarketing.com](http://www.majalahmarketing.com)

### **E. Penilaian**

No.	Komponen Penilaian	Bobot (%)
1	Tugas	20%
2	Diskusi kasus/penelitian	25%
3	Ujian Tengah Semester	25%
4	Ujian Akhir Semester	30%
	<b>JUMLAH</b>	<b>100%</b>



**PROGRAM DIPLOMA MANAJEMEN PEMASARAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**SILABUS MANAJEMEN PEMASARAN LANJUT**

No.

Revisi : 00

Tgl. Januari 2016

Hal 2 dari 2

**F. Skema Pembelajaran**

<b>Pertemuan /Minggu</b>	<b>Kompetensi Dasar</b>	<b>Materi Pokok</b>	<b>Kegiatan Pembelajaran</b>	<b>Sumber Bahan/ Referensi</b>
1	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar pemasaran dan perkembangannya	1. Penjelasan silabus 2. Menjelaskan konsep dasar pemasaran 3. Memahami pelanggan dan pasar	1. Ceramah 2. Tanya jawab/diskusi	A1
2-4	Mahasiswa mampu memahami proses pemasaran	1. Nilai pelanggan 2. Identifikasi elemen kunci strategi pemasaran 3. Manajemen hubungan pelanggan dan nilai.	1. Ceramah 2. Diskusi kasus	A1-2, B
5-7	Mahasiswa mampu memahami tentang kondisi pasar dan konsumen	1. Kekuatan lingkungan 2. Keputusan pemasaran 3. Mengelola informasi dan pasar 4. Identifikasi pasar	1. Ceramah 2. Tanya jawab/diskusi	A3-6, B
8	Ujian Mid Semester			
9-12	Mahasiswa mampu memahami desain strategi pemasaran	1. Identifikasi segmen pasar dan memilih pasar 2. Membangun nilai pelanggan 3. Pengembangan produk 4. Pengembangan harga 5. Saluran pemasaran 6. Usaha eceran 7. Komunikasi 8. Periklanan 9. Penjualan langsung 10. Penjualan online	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	A7-17, B
13-15	Mahasiswa mampu memahami perluasan pasar	1. Keunggulan bersaing 2. Pasar global 3. Tanggung jawab sosial pemasaran	1. Ceramah 2. Presentasi kelas	A18-20, B
16	Ujian Akhir Semester			

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,

Dosen pengampu,

Agung Utama., M.Si  
197410142008121001

Dr. Tony Wijaya, MM  
197907162014041001