UNUSA	**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER** **JURUSAN S1 MANAJEMEN** **FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN TEKNOLOGI DIGITAL** **UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SURABAYA**

MATA KULIAH	**KODE**	**Rumpun MK**	**BOBOT (sks)**		**SEMESTER**	**Direvisi**
Pemasaran Strategik	MJS21632	Ilmu Manajemen	T=3	P=0	VI (Gasal)	13 Februari 2021

	Pengembang RP	**Dosen PJMK**	**Ka PRODI**
	(Rachma Rizqina Mardhotillah, S.T., M.MT) **NPP. 19051258**	**(Rachma Rizqina Mardhotillah, S.T., M.MT)** **NPP. 19051258**	**(Riyan Sisiawan Putra, S.E., M.SM)** **NPP. 1306897**

Capaian Pembelajaran(CP)	**Program Studi**	**S1 Manajemen**

	Sikap : 1.Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius. 2.Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika. 3.Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. 4.Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik. 5.Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. Pengetahuan: Mahasiswa mampu menerapkan konsep yang berkaitan dengan Pemasaran Strategik didalam sebuah organisasi/perusahaan. **Mata Kuliah** Setelah mengikuti perkuliahan mata kuliah ini, diharapkan mahasiswa mampu menerapkan konsep yang berkaitan dengan Pemasaran Strategik di dalam sebuah organisasi/perusahaan.
Diskripsi Singkat MK	Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa akan mendapatkan outcome berupa kemampuan melakukan pemasaran yang didasari strategi dengan melihat dan mengatur arah agar dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan.
Referensi	**Utama :** a. Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta: Salemba Empat **Pendukung :** 1. Utilization of Social Media and Its Impact on Marketing Performance: A Case Study of SMEs in Indonesia
Media Pembelajaran	**Software :** SLIDE POWER POINT & VIDEO YG RELEVAN **Hardware :** LCD, LAPTOP
Team Teaching	Drs. Pupandam Katias M.M Dr. Mohamad Yusak Anshori, drs., M.M
Matakuliah Syarat	Tidak ada
Deskripsi Bahan Kajian dan Topik Bahasan	**Bahan Kajian:** Bahan kajian dalam mata kuliah ini adalah Pemasaran Strategik

	Topik Bahasan: Topik bahasan dalam mata kuliah ini antara lain menjelaskan mengenai konsep dasar manajemen pemasaran strategik, proses dan analisis menyangkut elemen-elemen penting untuk dapat bersaing secara efektif di pasar. Materi yang diberikan dibagi kedalam lima bagian, dimulai dari proses dan pihak yang terlibat dipasar, dimana, kapan dan bagaimana bersaing, evaluasi dan pemilihan strategi, dan diakhiri dengan penjelasan tentang implementasi dan pengendalian strategi.
Assesment	P = Performance (Terdiri dari kehadiran, dan partisipasi kelas) (10%) T = Nilai tugas (individu dan kelompok) (10%) UTS = Ujian Tengah Semester (30%) UAS = Ujian Akhir Semester (50%)

Minggu ke	Kemampuan Akhir yang diinginkan setiap tahapan belajar (CPK)	Bahan Kajian (Materi ajar)	Bentuk Pembelajaran (Metode)	Assessment			Dosen Pengampu
				Indikator	Bentuk	Bobot Penilai an	
I	Memahami Manajemen Pemasaran Strategis: Sebuah Pendahuluan dan Ringkasan	1. Pengertian strategi bisnis 2. Manajemen pemasaran strategis 3. Pemasaran dan Perannya dalam strategi	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	1.1 Menjelaskan tentang apakah yang dimaksud dengan sebuah strategi bisnis. 1.2 Mampu menjelaskan mengenai manajemen pemasaran strategis 1.3 Mampu menjelaskan pemasaran dan apa saja perannya dalam strategi	Makalah dan presentasi kelompok	5%	Tim Dosen Manajemen Unusa
II	Memahami Analisis Eksternal dan Analisis Pelanggan	1. Analisis Eksternal 2. Cakupan dari Analisis Pelanggan 3. Segmentasi	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	2.1 Mampu menjelaskan analisis eksternal 2.2 Mampu menjelaskan cakupan dari Analisis pelanggan 2.3 Mampu menjelaskan segmentasi	Makalah dan presentasi kelompok	5%	Tim Dosen Manajemen Unusa

III	Memahami Analisis Kompetitor	1. Identifikasi kompetitor-Pendekatan berbasis pelanggan 2. Identifikasi kompetitor-Kelompok strategis 3. Potensi kompetitor	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	3.1 Mampu menjelaskan dan mengidentifikasi kompetitor dengan pendekatan berbasis pelanggan 3.2 Mampu menjelaskan dan mengidentifikasi kompetitor dengan kelompok strategis 3.3 Mampu menjelaskan potensi kompetitor	Makalah dan presentasi kelompok	10%	Tim Dosen Manajemen Unusa
IV	Analisis Pasar/Sub Pasar	1. Dimensi analisis pasar 2. Sub pasar yang bertumbuh 3. Ukuran pasar saat ini dan pasar potensial	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	4.1. Menjelaskan apa yang dimaksud dimensi analisis pasar 4.2. Menjelaskan mengenai sub pasar yang bertumbuh 4.3. Menjelaskan mengenai ukuran pasar saat ini dan dapsar potensial	Makalah dan presentasi kelompok,	10%	Tim Dosen Manajemen Unusa
V	Analisis Lingkungan dan Ketidakpastian Strategis	1. Tren Teknologi 2. Tren Konsumen 3. Tren pemerintah/ perekonomian	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	5.1. Menjelaskan serta mampu memahami Tren Teknologi 5.2. Menjelaskan serta mampu memahami Tren Konsumen 5.3. Menjelaskan serta mampu memahami Tren	Makalah dan presentasi kelompok,	5%	Tim Dosen Manajemen Unusa

				pemerintah atau perekonomian			
VI	Analisis Internal	1. Kinerja keuangan-penjualan dan profitabilitas 2. Pengukuran kinerja-dibalik profitabilitas 3. Kekuatan dan kelemahan	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	6.1. Menjelaskan dan memahami Kinerja keuangan- Penjualan dan profitabilitas 6.2. Menjelaskan dan memahami pengukuran kinerja- dibalik profitabilitas 6.3. Menjelaskan dan memahami kekuatan dan kelemahan.	Makalah dan presentasi kelompok,	5%	Tim Dosen Manajemen Unusa
VII	Menciptakan keunggulan, sinergi, dan filosofi Strategis	1. Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan 2. Peran dari sinergi 3. Filosofi strategis	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	7.1. Memahami dan menjelaskan tentang keunggulan proses penilaian. 7.2. Mengembangkan, mengevaluasi, dan memberikan sedikitnya empat alat penilaian kinerja. 7.3. Menjelaskan mengenai filosofi strategis	Makalah dan presentasi kelompok,	10%	Tim Dosen Manajemen Unusa
VIII	Alternatif Proporsi Nilai	1. Tantangan Strategi Bisnis 2. Alternatif proposisi nilai 3. Mutu yang unggul	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	8.1. Menejelaskan tentang Tantangan Strategi Bisnis 8.2. Menjelaskan mengenai Alternatif Proposisi Nilai	Makalah dan presentasi kelompok	5%	Tim Dosen Manajemen Unusa

				8.3. Menjelaskan mengenai mutu yang unggul			
IX	Memabntu dan Mengelola Ekuitas Merek	1. Kesadaran Merek 2. Loyalitas Merek 3. Asosiasi Merek	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	9.1. Menjelaskan, mengidentifikasi, dan memahami tentang kesadaran merek 9.2. Menjelaskan, mengidentifikasi, dan memahami tentang loyalitas merek 9.3. Menjelaskan, mengidentifikasi, dan memahami tentang asosiasi merek	Makalah dan presentasi kelompok,	5%	Tim Dosen Manajemen Unusa
X	Membangkitkan Bisnis	1. Membangkitkan bisnis 2. Meningkatkan penggunaan produk 3. Pembeda merek	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	10.1. Menjelaskan dan memahami tentang membangkitkan bisnis 10.2. Menjelaskan dan memahami tentang meningkatkan penggunaan produk 10.3. Menjelaskan dan memahami pembeda produk	Makalah dan presentasi kelompok,	10%	Tim Dosen Manajemen Unusa
XI	Mendongkrak Bisnis	1. Aset dan kompetensi yang dapat didongkrak 2. Perluasan Merek	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	11.1. Menjelaskan dan memahami manakah aset dan kompetensi yang dapat didongkrak.	Makalah dan presentasi kelompok,	5%	Tim Dosen Manajemen Unusa

		3. Sub merek dan merek penyokong		11.2. Menjelaskan dan memahami perluasan merek 11.3. Menjelaskan dan memahami sub merek dan merek penyokong			
XII	Menciptakan Bisnis	1. Bisnis Baru 2. Keunggulan Inovator 3. Mengelola persepsi kategori	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	12.1. Menjelaskan dan memahami bisnis baru 12.2. Menjelaskan dan memahami tentng keunggulan inovator 12.3. Menjelaskan dan memahami mengelola persepsi kategori	Makalah dan presentasi kelompok,	10%	Tim Dosen Manajemen Unusa
XIII	Strategi-strategi Global	1. Motivasi-motivasi yang mendasari strategi-strategi global 2. Memperluas jejak global 3. Negara mana yang dipilih	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	13.1. Menjelaskan dan memahami motivasi yang mendasari strategi global. 13.2. Menjelaskan dan memahami tentang memperluas jejak global 13.3. Menjelaskan dan memahami tentang negara apa yang akan dipilih dan dimasuki.	Makalah dan presentasi kelompok,	5%	Tim Dosen Manajemen Unusa
XIV	Menetapkan berbagai prioritas untuk berbagai bisnis dan	1. Portofolio bisnis 2. Divestasi atau likuidasi 3. Strategi memeras	1. Presentation 2. Brainstorming 3. Discussion	14.1. Menjelaskan dan memahami tentang portofolio bisnis	Makalah dan	10%	Tim Dosen Manajemen Unusa

	merek pilihan untuk keluar, memperoleh hasil, dan konsolidasi			14.2. Menjelaskan dan memahami tentang Divestasi atau Likuidasi 14.3. Menjelaskan dan memahami Strategi Memeras	presentasi kelompok,		

Surabaya, 13 Februari 2021

Dosen Pengampu	Ketua Program Studi
Tim Dosen Manajemen Unusa	**(Riyan Sisiawan Putra, S.E., M.SM)** **NPP. 1306897**