



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S1 Akuntansi**

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan																																	
Manajemen Pemasaran	6220102058		T=2 P=0 ECTS=3.18	3	8 April 2025																																	
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Koordinator Program Studi																																	
		Dr. Rohmawati Kusumaningtias, S.E., Ak., MSA.																																	
Model Pembelajaran	Case Study																																					
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																					
	Matrik CPL - CPMK																																					
		CPMK																																				
Deskripsi Singkat MK	Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																					
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">CPMK</td> <td colspan="16" style="text-align: center;">Minggu Ke</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td> </tr> </table>				CPMK	Minggu Ke																	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
CPMK	Minggu Ke																																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																						
Deskripsi Singkat MK	<p>Pemasaran saat ini mengharuskan perusahaan mengubah mekanisme dari mengelola portofolio produk menjadi mengelola portofolio pelanggan. Perusahaan akan mengumpulkan database tentang pelanggan perorangan sehingga perusahaan dapat lebih memahami pelanggan dan memberikan penawaran serta pesan secara pribadi. Perusahaan maupun pemasar perlu menjalankan pemasaran holistik, dimana pengembangan, perancangan, dan implementasi program, proses, dan kegiatan pemasaran yang melihat keluasan dan salingtergantungan lingkungan pemasaran saat ini melalui dimensi kunci pemasaran holistik, yaitu: Pemasaran Internal, Pemasaran Terintegrasi, Pemasaran Hubungan, dan Pemasaran Kinerja. Melalui pembelajaran matakuliah Manajemen Pemasaran, mahasiswa akan memperoleh wawasan tentang program-program pemasaran modern yang sesuai dengan abad 21 serta mempraktikkannya sebagai bentuk pemahaman tentang ilmu Marketing.</p>																																					
Pustaka	Utama :																																					
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga belas, Erlangga 2. Kotler, Philip & Kevin L. Keller. 2013. Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited 3. Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCarthy, Ph.D, 2008, Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas, Salemba Empat, Jakarta 																																					
	Pendukung :																																					
Dosen Pengampu	Dra. Hj. Anik Lestari Andjarwati, M.M. Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si. Novi Marlina, S.Pd., M.Si. Ambar Kusumaningsih, S.E., Ak., CA., M.A. Rediyanto Putra, S.E., M.S.A.																																					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)																															
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)																																	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)																															

1	Merumuskan kegiatan pemasaran abad 21	(1) Mampu menjelaskan pentingnya manajemen pemasaran (2) Mampu menjelaskan lingkup manajemen pemasaran (3) Mampu menjelaskan konsep inti manajemen pemasaran serta falsafah pemasaran		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%
2	Merumuskan dan menganalisis nilai pelanggan	(1) Mampu menjelaskan pentingnya pelanggan (2) Mampu menjelaskan cara mewujudkan kepuasan pelanggan (3) Mampu membedakan CRM dengan CSR		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%
3	Menganalisis, menyimpulkan proses dan perencanaan pemasaran	(1) Mampu mengidentifikasi dan menyebutkan segmentasi pasar (2) Mampu menyebutkan pasar sasaran (3) Mampu menetapkan posisi produk/jasa di pasar		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 6 X 50			0%
4							0%
5	Memahami Sistem Informasi Pemasaran	(1) Mampu menjelaskan komponen Sistem Informasi Pemasaran (2) Mampu melakukan pencatatan internal pada sistem informasi pemasaran (3) Mampu memahami tentang intelijen pemasaran		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%
6	Menganalisis Pasar dan Perilaku Pasar	(1) Mampu membedakan dan menjabarkan macam-macam pasar (2) Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (3) Mampu menjabarkan proses keputusan pembelian		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 6 X 50			0%
7							0%
8	UJIAN TENGAH SEMESTER						0%
9	Menganalisis Pengembangan produk baru	(1) Mampu menjabarkan proses pengembangan produk baru (2) Mampu menjabarkan proses penerimaan konsumen		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%

10	Menganalisis Strategi Produk	(1) Mampu menjelaskan karakteristik dan klasifikasi produk (2) Mampu menjelaskan diferensiasi produk (3) Mampu menjelaskan bauran produk (4) Mampu menjabarkan merek, kemasan, label, dan garansi		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%
11	Menganalisis Strategi Harga	(1) Mampu menjelaskan pentingnya penetapan harga (2) Mampu menyebutkan langkah-langkah penetapan harga (3) Mampu menjelaskan perubahan harga		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%
12	Menganalisis Strategi Komunikasi Pemasaran	(1) Mampu menjabarkan bauran komunikasi pemasaran (2) Mampu menjelaskan karakteristik bauran komunikasi pemasaran (3) Mampu menjelaskan pengembangan komunikasi pemasaran efektif		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%
13	Strategi Pemasaran Eceran	(1) Mampu menjelaskan jenis-jenis pengecer (2) Mampu menjelaskan strategi Pemasaran eceran		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%
14	Menganalisis Strategi saluran distribusi	(1) Mampu menjelaskan pentingnya saluran distribusi (2) Mampu mengidentifikasi sistem saluran distribusi (3) Mampu menjelaskan pemasaran e-commerce		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%
15	Menganalisis Pemasaran Global	(1) Mampu menjelaskan persaingan secara global (2) Mampu membuat keputusan utama dalam pemasaran global		Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 3 X 50			0%
16	UAS			2 X 50			0%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
		0%

Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.