



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S2 Manajemen**

Kode
Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan										
Dynamic Strategic Marketing	6110104336		T=3	P=0	ECTS=6.72	2	11 Februari 2025										
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi											
	Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si.		Dr. Sanaji, S.E., M.Si.,			Dr. Andre Dwijanto Witjaksono, S.T., M.Si.											
Model Pembelajaran	Case Study																
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																
	CPL-8	Mampu menghasilkan dan mengembangkan ide usaha dalam lingkungan bisnis global secara kreatif															
	CPL-9	Mampu mengelola penelitian bisnis dalam menghadapi dinamika perubahan lingkungan															
	CPL-10	Mampu beradaptasi terhadap konteks permasalahan bisnis yang dihadapi dengan baik															
	CPL-11	Mampu mengembangkan jiwa entrepreneurial secara berkelanjutan															
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																
	CPMK - 1	Memahami prinsip-prinsip dasar strategi pemasaran dalam lingkungan bisnis yang dinamis.															
	CPMK - 2	Menganalisis faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi strategi pemasaran.															
	CPMK - 3	Merancang strategi pemasaran yang berbasis analisis pasar, pesaing, dan pelanggan.															
	CPMK - 4	Mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi pemasaran yang efektif.															
	Matrik CPL - CPMK																
			CPMK	CPL-8	CPL-9	CPL-10	CPL-11										
		CPMK-1	✓			✓											
		CPMK-2	✓														
		CPMK-3					✓										
	CPMK-4			✓													
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																	
	CPMK	Minggu Ke															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	CPMK-1	✓										✓			✓		
	CPMK-2		✓				✓										
	CPMK-3			✓		✓					✓		✓	✓			
	CPMK-4				✓			✓	✓	✓						✓	✓
Deskripsi Singkat MK	Deskripsi Singkat MK Brief description of the course Mata kuliah dynamic strategic marketing diberikan kepada mahasiswa S2 Manajemen yang mengambil peminatan pemasaran. Mata kuliah Dynamic Strategic Marketing dirancang untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan dan pengetahuan terkini dalam perencanaan dan implementasi strategi pemasaran yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar. Fokus utama mata kuliah ini adalah memahami dan mengelola dinamika pasar yang cepat berubah melalui penerapan prinsip-prinsip pemasaran strategis yang inovatif dan berbasis data. Perkuliahan didesain menggunakan model Problem Based Learning (PBL) dan Case Study. Mahasiswa diharapkan mampu memecahkan kasus atau masalah-masalah pemasaran berbasis teori yang ditunjang oleh pemikiran yang kritis.																
Pustaka	Utama :																

<ol style="list-style-type: none"> 1. 1. David Aaker & Damien McLoughlin - Strategic Market Management (2020). 2. 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010). 3. 3. Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Eugene Chan, Gavin Northey - Consumer Behaviour (2021) 							
Pendukung :							
<ol style="list-style-type: none"> 1. 1. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley. 2. 2. Keller, K. L. (2019). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th ed.). Pearson. 3. 3. Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2017). Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics. Macmillan International Higher Education. 4. 4. Solomon, M. R. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.). Pearson 5. 5. Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing (2nd ed.). Kogan Page 							
Dosen Pengampu		Prof. Dr. Sri Setyo Iriani, S.E., M.Si. Dr. Sanaji, S.E., M.Si. Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk 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	Mahasiswa mampu memahami ruang lingkup strategi pemasaran dinamis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu menjelaskan hierarchy strategy dalam korporasi 2. Mahasiswa mampu menjelaskan penerapan konsep strategic market management. 	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi untuk review artikel/ PjBL untuk publikasi di jurnal internasional.	Diskusi review artikel/ PjBL untuk publikasi di jurnal internasional.	Materi: Walker & Mullins (Ch. 1) Pustaka: 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010). Materi: Aaker (Ch. 1) Pustaka: 1. David Aaker & Damien McLoughlin - Strategic Market Management (2020).	5%
2	Mahasiswa mampu menjelaskan implikasi strategi korporat dan Strategi Bisnis terhadap strategi pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu menjelaskan implikasi strategi korporat bagi strategi pemasaran 2. Mahasiswa mampu menjelaskan implikasi strategi bisnis bagi strategi pemasaran 	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi untuk review artikel/ PjBL untuk publikasi di jurnal internasional.	Diskusi review artikel/ PjBL untuk publikasi di jurnal internasional.	Materi: Walker & Mullins (Ch. 2-3) Pustaka: 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010).	5%

3	Mahasiswa mampu menganalisis peluang pasar, pemilihan target, dan keputusan posisi pasar	<p>1. Mahasiswa mampu memahami penggunaan analisis peluang pasar</p> <p>2. Mahasiswa menerapkan konsep pengukuran pasar</p> <p>3. Mahasiswa mampu menerapkan konsep pemilihan target pasar dan keputusan memilih positioning.</p>	<p>Kriteria: Penguasaan topik dan kesesuaian dengan kajiannya</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	<p>Materi: Walker & Mullins (Ch. 4-6)</p> <p>Pustaka: 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - <i>Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010).</i></p>	0%
4	Mahasiswa mampu memahami pengambilan keputusan strategis dalam pemasaran	Mahasiswa mampu menggunakan model pengambilan keputusan dalam strategi pemasaran	<p>Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	<p>Materi: Walker & Mullins (Ch. 7)</p> <p>Pustaka: 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - <i>Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010).</i></p> <p>Materi: Aaker (Ch. 5)</p> <p>Pustaka: 1. David Aaker & Damien McLoughlin - <i>Strategic Market Management (2020).</i></p>	5%
5	Mahasiswa mampu memahami formulasi strategi pemasaran	Mahasiswa dapat menyusun strategi diferensiasi dan positioning yang efektif	<p>Kriteria: Penguasaan topik kajian Ketepatan, dan kesesuaiannya</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	<p>Materi: Walker & Mullins (Ch. 7)</p> <p>Pustaka: 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - <i>Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010).</i></p>	5%
6	Mahasiswa mampu memahami strategi masuk pasar baru	Mahasiswa memahami strategi inovasi dan penetrasi pasar baru	<p>Kriteria: Penguasaan topik kajiannya, Ketepatan</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja</p>	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	<p>Materi: Walker & Mullins (Ch. 8)</p> <p>Pustaka: 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - <i>Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010).</i></p>	5%

7	Mahasiswa mampu memahami strategi untuk pasar yang sudah matang	Mahasiswa dapat menerapkan pendekatan dalam pasar jenuh dan menurun	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Materi: Walker & Mullins (Ch. 9-10) Pustaka: 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - <i>Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010).</i>	5%
8	Kemampuan akhir dari TM1 sampai TM7	Ujian Tengah Semester (draft artikel)	Kriteria: Ujian Tengah Semester (tes) Bentuk Penilaian : Tes	Ujian Tengah Semester	Ujian Tengah Semester	Materi: - Pustaka: 3. Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Eugene Chan, Gavin Northey - <i>Consumer Behaviour (2021)</i>	15%
9	Mahasiswa mampu memahami evaluasi strategi pemasaran	Mahasiswa mengembangkan indikator keberhasilan strategi pemasaran	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Materi: Walker & Mullins (Ch. 13) Pustaka: 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - <i>Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010).</i>	5%
10	Mahasiswa mampu memahami peran teknologi dalam pemasaran	Mahasiswa mampu mengidentifikasi dampak digitalisasi terhadap strategi pemasaran	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Materi: Aaker (Ch. 11) Pustaka: 1. David Aaker & Damien McLoughlin - <i>Strategic Market Management (2020).</i>	0%
11	Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam strategi pemasaran	Mahasiswa dapat mengidentifikasi faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Materi: Hoyer et al. (Ch. 1-5) Pustaka: 3. Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Eugene Chan, Gavin Northey - <i>Consumer Behaviour (2021)</i>	5%

12	Mahasiswa mampu memahami manajemen merek dan diferensiasi	Mahasiswa memahami strategi pengelolaan merek dan ekuitas merek.	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Materi: Aaker (Ch. 9) Pustaka: 1. David Aaker & Damien McLoughlin - <i>Strategic Market Management (2020)</i> . Materi: Hoyer et al. (Ch. 9-10) Pustaka: 3. Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Eugene Chan, Gavin Northey - <i>Consumer Behaviour (2021)</i>	0%
13	Mahasiswa mampu memahami implementasi strategi pemasaran	Mahasiswa memahami faktor keberhasilan dalam implementasi strategi pemasaran.	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Materi: Walker & Mullins (Ch. 12) Pustaka: 2. Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - <i>Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010)</i> .	5%
14	Mahasiswa mampu memahami pemasaran berkelanjutan dan etika	Mahasiswa mampu mengintegrasikan tanggung jawab sosial dalam strategi pemasaran,	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Materi: Aaker (Ch. 6) Pustaka: 1. David Aaker & Damien McLoughlin - <i>Strategic Market Management (2020)</i> . Materi: Hoyer et al. (Ch. 14) Pustaka: 3. Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Eugene Chan, Gavin Northey - <i>Consumer Behaviour (2021)</i>	5%
15	Presentasi proyek akhir	Mahasiswa mempresentasikan hasil analisis dan strategi pemasaran yang telah dirancang	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Model Pembelajaran berbasis Proyek (PjBL), Metode diskusi dan tanya jawab	Materi: - Pustaka: 1. David Aaker & Damien McLoughlin - <i>Strategic Market Management (2020)</i> . Materi: - Pustaka: 2. Orville Walker, John	15%

Mullins,
Harper Boyd -
Marketing
Strategy: A
Decision-
Focused
Approach
(2010).

Materi: -
Pustaka: 3.
Wayne D.
Hoyer,
Deborah J.
MacInnis, Rik
Pieters,
Eugene Chan,
Gavin Northey
- Consumer
Behaviour
(2021)

Materi: -
Pustaka: 1.
Kotler, P.,
Kartajaya, H.,
& Setiawan, I.
(2021).
Marketing 5.0:
Technology
for Humanity.
Wiley.

Materi: -
Pustaka: 2.
Keller, K. L.
(2019).
Strategic
Brand
Management:
Building,
Measuring,
and Managing
Brand Equity
(5th ed.).
Pearson.

Materi: -
Pustaka: 3.
Palmatier, R.
W., & Sridhar,
S. (2017).
Marketing
Strategy:
Based on First
Principles and
Data
Analytics.
Macmillan
International
Higher
Education.

Materi: -
Pustaka: 4.
Solomon, M.
R. (2018).
Consumer
Behavior:
Buying,
Having, and
Being (12th
ed.). Pearson

Materi: -
Pustaka: 5.
Kingsnorth, S.
(2019). Digital
Marketing
Strategy: An

						<i>Integrated Approach to Online Marketing (2nd ed.). Kogan Page</i>	
16	Kemampuan akhir dari TM 9 sampai TM 15	Ujian Akhir Semester Artikel literatur review	Kriteria: Ujian Akhir Semester Bentuk Penilaian : Tes	Ujian Akhir Semester	Ujian Akhir Semester	Materi: - Pustaka: 1. <i>David Aaker & Damien McLoughlin - Strategic Market Management (2020).</i> Materi: - Pustaka: 2. <i>Orville Walker, John Mullins, Harper Boyd - Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach (2010).</i> Materi: - Pustaka: 3. <i>Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Eugene Chan, Gavin Northey - Consumer Behaviour (2021)</i>	20%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	45%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	7.5%
3.	Praktik / Unjuk Kerja	12.5%
4.	Tes	35%
		100%

Catatan

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
- 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.
- 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.
- Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
- 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.

File PDF ini digenerate pada tanggal 18 April 2025 Jam 14:20 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa