



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

Kode  
Dokumen

### RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

<b>MATA KULIAH (MK)</b>	<b>KODE</b>	<b>Rumpun MK</b>	<b>BOBOT (sks)</b>	<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>																																																																																																																						
Manajemen Pemasaran Global	6110103309	Mata Kuliah Pilihan Program Studi	T=3 P=0 ECTS=6.72	7	1 Juni 2023																																																																																																																						
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Koordinator Program Studi</b>																																																																																																																						
	Dr. Sri Setyo Iriani, S.E., M.Si		Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si		Dr. Andre Dwijanto Witjaksono, S.T., M.Si.																																																																																																																						
<b>Model Pembelajaran</b>	Case Study																																																																																																																										
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>																																																																																																																										
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>																																																																																																																										
	<b>CPMK - 1</b>	C4. Mahasiswa mampu memperbandingkan secara tepat kesesuaian praktik-praktik Pemasaran Internasional dengan teori.																																																																																																																									
	<b>CPMK - 2</b>	C5. Mahasiswa mampu mengevaluasi secara tepat kesesuaian praktik-praktik Pemasaran Internasional dengan teori.																																																																																																																									
	<b>CPMK - 3</b>	P1. Mahasiswa mampu Menunjukkan strategi dalam melakukan Pemasaran Internasional sesuai dengan bidang usahanya																																																																																																																									
	<b>CPMK - 4</b>	P1. Mahasiswa mampu Membedakan strategi dalam melakukan Pemasaran Internasional sesuai dengan bidang usahanya																																																																																																																									
	<b>CPMK - 5</b>	A5. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat dan kewirausahaan di dalam kegiatan pembelajaran Pemasaran Internasional.																																																																																																																									
<b>Matrik CPL - CPMK</b>																																																																																																																											
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td>CPMK</td></tr> <tr><td>CPMK-1</td></tr> <tr><td>CPMK-2</td></tr> <tr><td>CPMK-3</td></tr> <tr><td>CPMK-4</td></tr> <tr><td>CPMK-5</td></tr> </table>	CPMK	CPMK-1	CPMK-2	CPMK-3	CPMK-4	CPMK-5																																																																																																																				
CPMK																																																																																																																											
CPMK-1																																																																																																																											
CPMK-2																																																																																																																											
CPMK-3																																																																																																																											
CPMK-4																																																																																																																											
CPMK-5																																																																																																																											
<b>Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>																																																																																																																											
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPMK-1</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td style="text-align: center;">✓</td><td style="text-align: center;">✓</td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-4</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-5</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	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																	CPMK-5																				
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																																																																																																																											
CPMK-5																																																																																																																											
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah Manajemen Pemasaran Global menjelaskan tentang bagaimana mengelola pemasaran dalam konteks global. Sub tema dalam mata kuliah ini mencakup lingkup pemasaran global, korporasi global, dukungan system informasi dalam pemasaran global, dan aspek teknis pemasaran global. Setelah mengikuti mata kuliah ini, diharapkan mahasiswa mampu secara teknis dan memiliki karakter cerdas guna memberikan pemecahan masalah terkait pemasaran global.																																																																																																																										
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>																																																																																																																										
		<ol style="list-style-type: none"> <li>[1] Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller, (2009). Manajemen Pemasaran , Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga [2] 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. Jakarta: Salemba Empat.</li> <li>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</li> <li>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</li> </ol>																																																																																																																									
	<b>Pendukung :</b>																																																																																																																										
		1. Majalah : SWA, Marketing , Business Week, Forbes, The Economic dan Mix																																																																																																																									

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		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	- Persiapan yang baik terhadap tujuan, bobot, bentuk tugas, dan sistem penilaian - Memahami tentang Pemasaran Global dan ruang lingkungannya	Kemampuan mahasiswa untuk mengusulkan sistem perkuliahan dan ruang lingkup materi perkuliahan	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif	- Penugasan membaca literatur dan mengkritisi penjelasan pembelajar tentang dasar-dasar Global Marketing- Mendiskusikan tentang Conceptual Framework - Penugasan 3 X 50		<p><b>Materi:</b> Mengidentifikasi konsep dasar pemasaran Internasional serta mengetahui faktor penyebab kegagalan memasuki pasar Internasional</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i></p> <p><b>Materi:</b> Mengidentifikasi konsep dasar pemasaran Internasional serta mengetahui faktor penyebab kegagalan memasuki pasar Internasional</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i></p>	0%
2	- Kemampuan untuk mengenal dan menggali lingkungan ekonomi dan unsur sosial serta kebudayaan dari pasar dunia - Pemahaman terhadap teori pemasaran global	Ketajaman mahasiswa dalam mengelola suatu permasalahan berdasarkan dasar teori pemasaran global	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif	Penugasan membaca literatur dan mengkritisi penjelasan pembelajar tentang lingkungan ekonomi, unsur sosial dan kebudayaan dari lingkungan pasar dunia 3 X 50		<p><b>Materi:</b> Mengidentifikasi konsep dasar pemasaran Internasional serta mengetahui faktor penyebab kegagalan memasuki pasar Internasional</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i></p> <p><b>Materi:</b> Mengidentifikasi konsep dasar pemasaran Internasional serta mengetahui faktor penyebab kegagalan memasuki pasar Internasional</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i></p>	0%

3	Setiap kelompok mampu mengkualifikasi bagaimana ciri-ciri pasar regional dan dimensi lega	Pemahaman setiap mahasiswa dan tingkat komprehensif berfikir nya	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Penugasan membaca literatur dan mengkritisi penjelasan pembelajar tentang Lingkungan Pemasaran Global yang meliputi ciri-ciri pasar regional dan Legal 3 X 50		<b>Materi:</b> Menganalisa lingkungan pemasaran Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i> <hr/> <b>Materi:</b> Menganalisa lingkungan pemasaran Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i>	0%
4	Setiap individu mampu memahami dan mengkualifikasi sumber pendanaan, pasokan dan strategi produksi global	Ketajaman sintesis dan kritis terhadap fenomena bisnis global	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Penugasan membaca dan mengkritisi literatur dan berdiskusi tentang sumber pendanaan dan keputusan dalam menghadapi krisis global.Menyusun dan merencanakan sumber pasokan dan strategi produksi global 3 X 50		<b>Materi:</b> Menganalisa lingkungan pemasaran Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i> <hr/> <b>Materi:</b> Menganalisa lingkungan pemasaran Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i>	0%
5	- Pemahaman terhadap riset informasi pemasaran - Setiap mahasiswa dapat mereview dan mengkritisi kembali materi-materi yang telah diajarkan sebelumnya	Kemampuan mahasiswa untuk mengkritisi materi perkuliahan	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Penugasan membaca literatur dan mengkritisi penjelasan pembelajar tentang Sistem dan riset informasi pemasaran 3 X 50		<b>Materi:</b> Mengidentifikasi lingkungan finansial internasional <b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i> <hr/> <b>Materi:</b> Mengidentifikasi lingkungan finansial internasional <b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i>	0%

6	Pemahaman terhadap strategi pemasukan dan perluasan pasar global	Perkembangan kemampuan mahasiswa	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif	Penugasan membaca literatur dan berdiskusi dengan kelompok tentang Strategi alternatif untuk pemasukan dan perluasan Penugasan berdiskusi tentang Analisis strategi kompetitif 3 X 50		<b>Materi:</b> Mengidentifikasi lingkungan finansial internasional <b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i>  <b>Materi:</b> Mengidentifikasi lingkungan finansial internasional <b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i>	0%
7	Mengusulkan pengelolaan modal kerja	Pemahaman terhadap ruang lingkup pemasaran global dari proses awal pemasukan pasar global hingga perluasan pasar	<b>Kriteria:</b> Mengidentifikasi lingkungan finansial internasional  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif	Penugasan membaca literatur dan mengkritisi penjelasan pembelajar tentang proses awal pemasukan pasar global hingga perluasan pasar Latihan mengelola modal kerja 3 X 50		<b>Materi:</b> Mengidentifikasi konsep STP dalam pemasaran Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i>  <b>Materi:</b> Mengidentifikasi konsep STP dalam pemasaran Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i>	0%
8	UTS		<b>Bentuk Penilaian :</b> Tes	3 X 50			0%
9	- Menemukan produk -produk kreatif dan inovatif yang akan dipasarkan secara global	Pemahaman setiap mahasiswa dan tingkat kreativitas berfikirnya Menjelaskan alasan perusahaan melakukan penggabungan usaha	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif	- Penugasan membaca literatur dan berdiskusi dengan kelompok tentang Keputusan penentuan produk - Penugasan membaca literatur dan berdiskusi dengan kelompok tentang Keputusan penentuan harga 3 X 50		<b>Materi:</b> Menganalisa strategi pemasaran kompetitif <b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i>  <b>Materi:</b> Menganalisa strategi pemasaran kompetitif <b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i>	0%

10	- Pemahaman tentang bagaimana proses pengambilan keputusan perusahaan global dalam menentukan saluran distribusi dan kegiatan ekspor impor.	Ketajaman dan kekritisan mahasiswa dalam menentukan saluran distribusi dan ekspor- impor.	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif	Penugasan membaca literatur dan mengkritisi penjelasan pembelajar tentang Keputusan menentukan saluran distribusi Penugasan diskusi kelompok Latihan menghitung dan menilai merger 3 X 50		<b>Materi:</b> Menganalisa pemasaran ekspor sebagai strategi untuk memasuki pasar Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i>  <b>Materi:</b> Menganalisa pemasaran ekspor sebagai strategi untuk memasuki pasar Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i>	0%
11	Pemahaman setiap mahasiswa terhadap proses menentukan kegiatan promosi	- Ketajaman analisis, kemampuan menentukan kegiatan promosi	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif	Penugasan membaca literatur dan mengkritisi penjelasan pembelajar Penugasan diskusi kelompok untuk pemecahan kasus pemasaran multinasional : Keputusan promosi 3 X 50		<b>Materi:</b> Mengidentifikasi manajemen produksi dan jasa Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i>  <b>Materi:</b> Mengidentifikasi manajemen produksi dan jasa Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i>	0%
12	Pemahaman mahasiswa terhadap alternatif dan saluran distribusi	- Ketajaman analisis dan kemampuan dalam identifikasi saluran internasional	<b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif	Penugasan membaca literatur dan mengkritisi penjelasan pembelajar tentang efektivitas saluran distribusi di tinjau dari konsep 5C dan menunjukkan daya inovasi dari saluran distribusi 3 x 50		<b>Materi:</b> Mengenal distribusi Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i>  <b>Materi:</b> Mengenal distribusi Internasional <b>Pustaka:</b> <i>Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey</i>	5%
13	Menganalisis penetapan harga internasional						0%
14	Mengidentifikasi komunikasi pemasaran Internasional						0%
15	Menganalisa peran internet dalam menunjang pemasaran internasional						0%

16	Ujian Ak		Bentuk Penilaian : Tes				0%
----	----------	--	---------------------------	--	--	--	----

#### Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	5%
		5%

#### 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%.
- TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.