

## RPS MARKETING MANAJEMEN

Pertemuan Ke/Tema	Uraian Pokok Bahasan	Uraian Bahasan	Catatan
1. Pengantar	Definisi Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memahami Kontrak Belajar</li> <li>• Memahami arti pemasaran dan lingkup pemasaran</li> <li>• Pemasaran di bidang jasa pariwisata</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan
2. Pelanggan/Konsumen	Memahami pelanggan secara umum dalam ilmu pemasaran dan memahami pelanggan dalam ilmu pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelanggan Dalam Konteks Pariwisata</li> <li>• Pelanggan dan Wisatawan</li> <li>• Mengenali macam-macam wisatawan sebagai pelanggan</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan
3. Segmentasi, Target, dan Positioning	Memahami orientasi tentang segmentasi, target, dan pemosisian produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmentasi</li> <li>• Target konsumen</li> <li>• Pemosisian Produk</li> <li>• Prakteknya dalam dunia pariwisata</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan
4. Marketing MIX	Komponen marketing mix sebagai instrument pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengertian marketing mix</li> <li>• Fungsi marketing mix</li> <li>• Evaluasi marketing mix</li> <li>• Promosi jasa</li> <li>• Praktek dalam dunia pariwisata</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan
5. Analisis Pasar dan Perilaku Pembelian	Peran budaya, sosial, personal, dan psikologi berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen Proses suatu keputusan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor budaya</li> <li>• Faktor Sosial</li> <li>• Faktor Personal</li> <li>• Faktor Psikologis</li> <li>• Proses keputusan pembelian</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan
6. Lingkungan pasar	Faktor Eksternal dan internal yang mengontrol dan mempengaruhi dinamika pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor eksternal</li> <li>• Faktor internal</li> <li>• Perubahan sosial</li> <li>• Demografis</li> <li>• Ekonomi sosial</li> <li>• Politik</li> <li>• Teknologi</li> <li>• Kompetisi</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan
7. Strategi Harga	Harga Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga elemen bauran pemasaran</li> <li>• Harga dan tantangan memenangkan pasar</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan

<b>8. MID Semester</b>	<b>Take Home Exam</b>		
9. Strategi Produk	Konsep Produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Core product</li> <li>• Generic Product</li> <li>• Expected Product</li> <li>• Augmented Product</li> <li>• Potential Product</li> <li>• Type of consumer products</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan
10. Marketing Communication	Mengelola dan Merancang komunikasi pemasaran terintegrasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauran Komunikasi Pemasaran</li> <li>• Membangun ekuitas merek</li> <li>• Strategi komunikasi</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan
11. Global marketing	Strategi Menembus Pasar Internasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barrier to Exit</li> <li>• Competition Strategy</li> <li>• Being Global Business</li> </ul>	Materi diberikan dalam bentuk softcopy, dipaparkan dalam bentuk ppt, dan didiskusikan
12. Studi Kasus 1 : STP	Segmentasi pasar wisatawan di Indonesia kasus Propinsi DIY	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentasi dan Diskusi</li> </ul>	Presentasi dan Diskusi
13. Studi Kasus 2 : Marketing MIX	Strategi pemasaran Destinasi pariwisata di Indonesia studi kasus destinasi daerah asal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentasi dan Diskusi</li> </ul>	Presentasi dan Diskusi
14. Studi Kasus 3 : Diferensi Produk dan Strategi Pasar dalam pariwisata	Strategi pengembangan destinasi wisata minat khusus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentasi dan Diskusi</li> </ul>	Presentasi dan Diskusi
15. Studi Kasus 4 : Pengembangan pasar dalam pariwisata	Mengenail Model-model Promosi pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentasi dan Diskusi</li> </ul>	Presentasi dan Diskusi
<b>16. UAS</b>	<b>Final Exam</b>		