

PERENCANAAN PENGAJARAN

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN KOPERASI
SKS/SMT : 2 (TIGA)/2 (DUA)
DOSEN : SUSANTI KURNIAWATI, S.PD, M.SI

PERT KE	BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	EVALUASI
	REVIEW PEMASARAN		
1	PEMAHAMAN MANAJEMEN PEMASARAN	TUGAS PEMASARAN KONSEP MARKETING DAN ALAT ORIENTASI PERUSAHAAN DI LINGKUNGAN PASAR PERUBAHAN PEMASARAN DAN BISNIS	
2,3	MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN, NILAI DAN RETENSI	DEFINISI CUSTOMER VALUE DAN KEPUASAN HUKUM KINERJA BISNIS BERKINERJA TINGGI PENYAMPAIAN CUSTOMER VALUE DAN KEPUASAN PEROLEHAN DAN RETENSI KONSUMEN	
3,4	PEMENANG PASAR : PERENCANAAN STRATEGIS BERORIENTASI PASAR	PERENCANAAN STRATEGIS KORPORAT DAN DIVISI PERENCANAAN STRATEGIS BISNIS PROSES PEMASARAN PERENCANAAN PRODUK	FORMATIVE PENUGASAN -2
5	ANALISIS PELUANG PASAR	PENGUMPULAN INFORMASI DAN PENGUKURAN PERMINTAAN PASAR. KOMPONEN SISTEM INFORMASI PEMASARAN MODERN MARKETING DECISION SUPPORT SYSTEM	
6	SCANNING LINGKUNGAN PEMASARAN	ANALISIS KEBUTUHAN DAN TRENDS DALAM LINGKUNGAN MAKRO IDENTIFIKASI DAN TANGGAPAN PADA KEKUATAN LINGK. MAKRO	Menghitung fungsi konsumsi dan

			konsusmsi
7	ANALISIS PASAR KONSUMEN DAN PERILAKU PEMBELIAN	FAKTOR UTAMA YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN. TAHAPAN KEOUTUSAN PEMBELIAN	FORMATIVE PENUGASAN-3
UJIAN TENGAH SEMESTER			
8	ANALISIS PASAR BISNIS DAN PERILAKU PEMBELIAN BISNIS	ORGANIZATIONAL BUYING PARTISIPAN DALAM PROSES PEMBELIAN BISNIS PROSES PURCHASING-PROCUREMENT INSTITUTIONAL AND GOVERNMENT MARKETS.	
9	PERSAINGAN KOPERASI	IDENTIIKASI PESAING KOPERASI ANALISIS PESAING KOPERASI MERANCANG SISTEM INTELEGENSI PERSAINGAN MERANCANG STRATEGI PERSAINGAN KOP	
10	IDENTIFIKASI SEGMENT PASAR DAN PENYELEKSIAN TARGET PASAR	LEVEL DAN POLA SEGMENT PASAR SEGMENTASI KONSUMEN DAN PASAR BISNIS TARGET PASAR	
11	POSITIONING PENAWARAN PASAR MELALUI PLC	DEFFERENTIATION TOOLS MEMBANGUN DAN MENKOMUNIKASIKAN STRATEGY POSITIONING STRATEGI PASAR PLC EVALUASI PASAR	
12	PENGEMBANGAN PRODUK BARU	PENYELENGGARAAN ORGANISASI YANG EFEKTIF PROSES PENGEMBANGAN IDE REALISASI KONSEP-STRATEGI PENGEMBANGAN KEARAH KOMERSIALISASI PROSES ADAPTASI KONSUMEN	

13	ILMU EKONOMI PEMBANGUNAN	Mengetahui permasalahan pembangunan ekonomi Mengetahui pengertian dan ekonomi pembangunan ekonomi Mengetahui teori pembangunan ekonomi Mengetahui perencanaan ekonomi.	FORMATIVE
14	UJIAN AKHIR SEMESTER		

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.