

1. Deskripsi Mata Kuliah

MR 304 Pengantar Pemasaran : S-1, 2 SKS, Semester 2

Mata Kuliah ini membahas peranan dan pentingnya pemasaran dalam bisnis resort and leasur melalui topik-topik analisis peluang pasar analisis lingkungan pemasaran, analisis konsumen, pengukuran dan peramalan pasar, strategi, target dan positioning . menyusun strategi pengembangan produk dan strategi dalam persaingan pasar.

2. Silabus Mata Kuliah

1. Identitas mata kuliah

Nama Mata Kuliah	: Pengantar Pemasaran Resort & Leisure
Kode Mata Kuliah	: MR 304
SKS	: 2 SKS
Semester/Jenjang	: 2 (dua)/S1
Kelompok Mata Kuliah	: MKK – Program Studi Wajib
Program Studi	: Management Resort & Leisure
Persyarat	: Pengantar Manajemen
Dosen	: Dr. Suwandi Lia Afriza, SE.MM.

2. Tujuan

Setelah mengikuti perkuliahan Pemasaran diharapkan mahasiswa mampu menganalisis tentang pemasaran yang berguna bagi penyusunan strategi pemasaran, perencanaan pemasaran di *Resort and Leisure*.

3. Pendekatan Pembelajaran

- Penyampaian materi di kelas, diskusi, tanya jawab
- Praktik dan mendisegn Promotion Tools
- Diskusi Kelompok
- Sistem Informasi pada Multi Media

4. Media Pembelajaran

- OHP
- LCD
- WhiteBoard

5. Rincian Materi perkuliahan tiap pertemuan

Pertemuan 1 : Mempeleajari Strategi Pemasaran ; konsep dan perkembangan pemasaran Resort and Leisure

Pertemuan 2 : Mempelajari Marketing Relationship yang membahas peranan pemasaran, memperkenalkan bauran pemasaran yang dikembangkan unt jasa menjelaskan evolusi jasa, dan marketing relationship.

Pertemuan 3 : Mempelajari mengenai pasar, beserta strategi pasar , pasar yang dapat dimasuki, terjadinya atau terbentuknya pasar secara geografis dll

Pertemuan 4 : Mempelajari Segmentasi Pasar Resort and Leisure, menguraikan kerangka proses segmentasi, menjelaskan basis-basis yang tepat unt mengsegmentasi pasar, dan memberikan contoh- contoh pendekatan yang berhasil untuk segmentasi

Pertemuan 5 : Mempelajari pengertian produk, macam-macam/ jenis produk , merencanakan dan Strategi Produk

- Pertemuan 6 : Mempelajari pengertian produk, macam-macam/ jenis produk , merencanakan dan Strategi Produk
- Pertemuan 7 : Mempelajari terjadinya harga pada produk , komponen-komponen harga serta Strategi Penetapan Harga
- Pertemuan 8 : UTS
- Pertemuan 9 : Mempelajari sejauhmana Loyalitas Pelanggan terhadap produk yang ada dan bagaimana terjadinya serta mempertahankan pelanggan yang loyal
- Pertemuan 10 : Mempelajari bagaimana memperkenalkan produk serta Strategi Promosi resort and leasure
- Pertemuan 11 : Mempelajari bagaimana produk berada dalam PLC (posisi produk pada saat kapan berada dalam tahap PLC) Strategi Pemasaran dalam Produk Life cycle
- Pertemuan 12 : Mempelajari bagaimana produk berada dalam PLC (posisi produk pada saat kapan berada dalam tahap PLC) Strategi Pemasaran dalam Produk Life cycle
- Pertemuan 13 : Mempelajari Strategi Pemasaran dalam berbagai Posisi persaingan yang terjadi di pasar
- Pertemuan 14 : Mempelajari Strategi Pemasaran Internasional, memahami dan mempelajari proses pemasaran, masuk ke dl pasar global.
- Pertemuan 15 : Mempelajari Riset Pemasran dan informasi pasar, bagaimana suatu produk, harga dan promosi akan di luncurkan atau digunakan diteliti dahulu dalam sebuah riset
- Pertemuan 16 : UAS

6. Daftar buku

- Manajemen pemasaran: analisis, perencanaan, & pengendalian. Jaslim Saladin. Penerbit Linda Karya. Bandung. 2004.
- Services Marketing (Pemasaran Jasa). Adrian Payne. Penerbit Andi. Yogyakarta. 2000
- Manajemen Pemasaran Modern. Basu Swastha DH & Irawan. Penerbit Liberty. Yogyakarta. 1997.
- Contemporary Marketing. Boone & Kurtz. Thomson South-Western. United States. 2005.
- Strategi Pemasaran. Fandy Tjiptono. Penerbit Andi. Yogyakarta. 1997.
- The Tourism Development Hand Book, A Practical Approach to Planning & Marketing. Kerry Godfrey & Jackie Clarke. Continuum. London. 2000.
- Relationship marketing, Syafrudin Chan, Pt Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003
- Customer Loyalty, Jill Griffin, Erlangga, Jakarta.
- Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa, Buchari Alma, Alvabeta Bandung, 2005
- Introduction to Marketing Management, Rewoldt, Scot, Warshaw. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta. 2005.
- Pengantar Manajemen Pemasaran. Sunarto. UST Press. Yogyakarta. 2006
- Strategi Pemasaran Produk. Paul N Bloom & Louise N Boone. Prestasi Pustakarya. Jakarta. 2006

Manajemen Pemasaran Jasa. Rambat Lupiyoadi & A Hamdani. PT. Salemba Empat. Jakarta. 2006

Sales Promotion. Julian Cummins & Roddy Mullin. PPM. Jakarta. 2004

Strategic Costumers Alliance. Ken Burnet. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta 1992

Guerilla Marketing in 30 Days, Jay conrad Levinson & Al Lautenslager, PT. Andi, Yogyakarta, 2005

Manajemen Pemasaran Hotel dan Pariwisata, Philp Kotler

Pemasaran Pariwisata, Oka A Yoeti, Penerbit Angkasa, Bandung, 1996