





# RANCANGAN TUGAS MAHASISWA (RTM) PROGRAM STUDI MANAJEMEN MAN108 MANAJEMEN PEMASARAN

Mata Kuliah	<b>Manajemen Pemasaran</b>	Tanggal	31 Mei 2023
Kode MK	MAN 108	Rumpun MK	MKWP
Bobot (sks)	T (Teori) : 3	Semester	2
	P (Praktik/Praktikum) : 0		
Dosen Pengembang RPS,	Koordinator Keilmuan,	Kepala Program Studi,	Dekan,
			
Dr. Yohanes Totok Suyoto S.S., M.Si., CPMA.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.	Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CPMA.	Dra. Clara Evi Citraningtyas, M.A. Ph.D.

## RANCANGAN TUGAS MAHASISWA

### NOMOR TUGAS

1-6

### BENTUK TUGAS

1. Tes (Tes Online)
2. Unjuk Kerja (Studi Kasus)
3. Tes (Tes Online)
4. Tes (Tes Tertulis)
5. Tes (Tes Lisan)
6. Observasi (Proyek)

### JUDUL TUGAS

1. Konsep berpikir sistematis dalam manajemen Pemasaran.
2. Pendekatan berpikir sistematis dalam mengatasi masalah manajemen Pemasaran.
3. Konsep strategi manajemen pemasaran dan kaitannya dengan analisis.
4. Konsep dan prinsip pengelolaan dalam berbagai lingkungan kerja di bidang Pemasaran.
5. Konsep analisis situasi bisnis dan organisasi secara holistik.
6. Konsep manajemen Pemasaran dalam mengatasi permasalahan konteks urban.

### SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

1. Kemampuan memahami konsep berpikir sistematis dalam manajemen Pemasaran.
2. Kemampuan menggunakan pendekatan berpikir sistematis dalam mengatasi masalah manajemen Pemasaran.
3. Kemampuan memahami konsep strategi manajemen pemasaran dan kaitannya dengan analisis.
4. Kemampuan memahami konsep dan prinsip pengelolaan dalam berbagai lingkungan kerja di bidang Pemasaran.
5. Kemampuan memahami konsep analisis situasi bisnis dan organisasi secara holistik.
6. Kemampuan mengaplikasikan konsep manajemen Pemasaran dalam mengatasi permasalahan konteks urban.

### DESKRIPSI TUGAS

Mata kuliah ini memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai konsep, teori, prinsip, dan praktik manajemen pemasaran. Pemasaran bukan hanya suatu fungsi manajemen dalam bisnis, melainkan juga suatu proses. Sebagai sebuah proses, pemasaran mencakup serangkaian aktivitas yang berkaitan dengan menciptakan nilai yang superior bagi pelanggan sehingga dapat tercipta hubungan yang kuat dan keterlibatan pelanggan pada proses pemasaran yang digagas dan diimplementasikan perusahaan. Dengan mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan memperoleh pengetahuan mendalam dan pemahaman komprehensif tentang proses pemasaran, analisis lingkungan pemasaran, pasar konsumen dan perilaku konsumen, pasar bisnis dan perilaku pembelian bisnis, desain dan strategi bauran pemasaran, produk, jasa dan merek, pengembangan produk dan siklus hidup produk, etika dan tanggungjawab sosial. Selain itu, proses pembelajaran mata kuliah ini juga menyediakan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengasah keterampilan praktis pemasaran khususnya berhubungan dengan pembuatan marketing plan dan sales.

### METODE Pengerjaan Tugas

## RANCANGAN TUGAS MAHASISWA (RTM) PROGRAM STUDI MANAJEMEN MAN108 MANAJEMEN PEMASARAN

### RANCANGAN TUGAS MAHASISWA

Sesuai dengan soal-soal yang diberikan, mahasiswa perlu memahami serangkaian teori yang sudah dipelajari. Untuk menjawab soal yang bersangkutan mahasiswa perlu membaca dengan baik materi kuliah yang terkait.

### BENTUK DAN FORMAT LUARAN

Tugas harus dikumpulkan dalam bentuk draft tertulis yang sudah dikemas secara rapi. Format yang disarankan adalah: menggunakan kertas A4, halaman dapat bervariasi sesuai dengan keperluan, diketik dengan bentuk huruf Times New Roman, spasi 1, margin 4,3,3,3, dan ukuran huruf 12.

### INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

Latihan soal: penilaian didasarkan pada beberapa kriteria, yaitu logika berpikir, kaidah bahasa yang baik dan benar, ketajaman analisis, komprehensivitas uraian, dan kebenaran jawaban.

### JADWAL PELAKSANAAN

SCPMK	Penilaian dan Bobot					Total Bobot Penilaian
	Latihan 1 Tes (Tes Online)	Tugas 1 Unjuk Kerja (Studi Kasus)	Latihan 2 Tes (Tugas Tertulis)	Latihan 3 Tes (Tes Lisan)	Proyek 1 Observasi (Proyek)	
23-MAN-SCPMK-0431	15%					15%
23-MAN-CPMK-0432		20%				20%
23-MAN-CPMK-0521	15%					15%
23-MAN-CPMK-0711			15%			15%
23-MAN-CPMK-0731				15%		15%
23-MAN-CPMK-1012					20%	20%
<b>Total per penilaian</b>	<b>30%</b>	<b>20%</b>	<b>15%</b>	<b>15%</b>	<b>20%</b>	<b>100%</b>

### LAIN-LAIN

Tugas dikerjakan secara mandiri. Uraian disusun berdasarkan narasi yang diuat sendiri. Tidak diperbolehkan menjiplak uraian dari sumber-sumber lain.

### DAFTAR RUJUKAN

1. Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2016, *Principles of Marketing*, 16<sup>th</sup> Edition, USA, Pearson Education Limited.
2. Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition, United Kingdom, Pearson Education Limited.

### RUBRIK PENILAIAN

Jenjang/Grade	Angka/Skor	Angka Mutu	Deskripsi/Indikator Kerja
A (Sangat Baik)	A : 90.0 – 100	4	Mahasiswa mampu menjawab seluruh pertanyaan dengan sangat tepat. Jawaban mahasiswa mencakup semua elemen yang ditanyakan.
	A- : 80.00 – 89.99	3.7	
B (Baik)	B+ : 75.00 – 79.99	3.3	Mahasiswa mampu menjawab seluruh pertanyaan dengan tepat. Jawaban mahasiswa tidak mencakup 1 elemen utama yang ditanyakan.
	B : 70.00 – 74.99	3.0	
	B - : 65.00 – 69.99	2.7	
C (Cukup)	C+ : 60.00 - 64.99	2.3	Mahasiswa mampu menjawab seluruh pertanyaan dengan kurang tepat. Jawaban mahasiswa tidak mencakup 2 elemen utama yang ditanyakan.
	C : 55.00 – 59.99	2.0	
D (Kurang)	C- : 50.00 – 54.99	1.7	Mahasiswa tidak mampu menjawab semua pertanyaan dengan tepat. Jawaban mahasiswa tidak mencakup 2 elemen utama yang ditanyakan.
	D : 40.00 – 49.99	1	



**RANCANGAN TUGAS MAHASISWA (RTM)  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
MAN108 MANAJEMEN PEMASARAN**

E (Sangat Kurang / Tidak Lulus)	<40.00	0	Mahasiswa sama sekali tidak mampu mengungkapkan poin-poin gagasan yang menjadi jawaban atas semua pertanyaan yang diajukan.
---------------------------------------	--------	---	---