



UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S1 Bisnis Digital

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Mata Kuliah	Kode MK	Rumpun MK	Bobot (sks)	Semester	Tanggal Penyusunan
Pemasarn International		Mata Kuliah Program Studi	3 SKS		
	Dosen Pengembang RP\$ FAKHRI RABIALDY M.HRM		Dosen Pengampu MK FAKHRI RABIALDY M.HRM		Ketua Prodi Rizqon jamil Farhas
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL Prodi	<ol style="list-style-type: none"> Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. Mampu menguasai konsep teoritis, metode dan perangkat analisis fungsi manajemen dan fungsi organisasi pada berbagai jenis organisasi Mampu menguasai pengetahuan tentang prinsip-prinsip ilmu manajemen yang mencakup manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen operasi, perilaku organisasi, manajemen perubahan, manajemen strategi, perilaku konsumen, manajemen risiko, statistika bisnis, kepemimpinan, kewirausahaan dalam industri kreatif, etika penelitian bisnis, regulasi pada level lokal-regional-nasional-global, kaidah dan teknik komunikasi bisnis dan lintas-budaya dalam rangka menghasilkan kinerja organisasional yang tinggi pada level organisasi bisnis khususnya industry kreatif atau kewirausahaan 			
	CP-MK	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami konsep pemasaran global, tantangan pemasaran berskala global, identifikasi berbagai lingkungan yang berpengaruh terhadap pemasaran global, bauran pemasaran global, merencanakan dan mengorganisasi serta mengontrol operasi pemasaran global, peran Internet dalam pemasaranglobal(S9,KU5) Meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan mengatasimasalahdalampraksispemasaranglobal (S9,KU5) Meningkatkan kemampuan monitoring dan evaluasi terhadap strategi dan program pemasaran global dan membantu mahasiswa melengkapi diri dengan kemampuan mengambil keputusan manajerial berkaitan dengan pem asaran di lingkungan bisnis global (S9, KU5, KK5) 			
Deskripsi Singkat MK	<p>Mata kuliah ini memberikan pemahaman konseptual kepada mahasiswa mengenai proses pemasaran global dan tantangan yang dihadapi pemasar dalam menyusun, menjalankan, mengontrol, dan mengevaluasi strategi dan program pemasaran dalam lingkungan bisnis global dewasa ini. Mahasiswa mempelajari realitas Masyarakat global dengan segala persoalan bisnis yang berdampak pada strategi dan program pem asaran bagi perusahaan yang beroperasi pada tingkatan glo b a l. Lingkungan global mencakup lingkungan ekonomi, keuangan, budaya, politik, dan hokum yang mempengaruhi pemasaran. Berangkat dari pemahaman itu, mahasiswa akan dibimbing untuk melakukan penelitian pemasaran. Hasil penelitian yang diperoleh memungkinkan mahasiswa menyusun strategi dan program pemasaran yang efektif pada tingkatan internasional. Peran strategis Internet bagi pemasaran global akan melengkapi pemahaman mahasiswa ketika mahasiswa menemukan kesadaran bahwa dunia bisnis dewasa ini tidak dapat berkembang tanpa bantuan teknologi..</p>				

Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hakekat globalisasi dan pemasaran global 2. Lingkungan global yang mencakup lingkungan ekonomi, keuangan, budaya, politik, dan hukum 3. Pemasaran dan riset pemasaran global 4. Strategi dan program pemasaran global 5. Perencanaan, organisasi, dan kontrol operasi pemasaran global 6. Peran strategi Internet dalam pemasaran global 					
Media Pembelajaran	<i>White board, spidol Pengeras Suara, Laptop, LCD dan multi media class equipment</i>					
Team Teaching						
Matakuliah Prasyarat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengantar manajemen 2. Pengantar ilmu ekonomi 					
Minggu Ke-	Kemampuan Akhir yang diharapkan (Sub-CP MK)	Indikator	Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Kriteria, Bentuk dan Bobot Penilaian
<p style="text-align: center;">1</p>	<p>Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan peran penting pemasaran</p>	<p>Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan secara tepat konsep inti pemasaran 2. Menjelaskan secara tepat ruang lingkup manajemen pemasaran <p>Menjelaskan orientasi perusahaan terhadap pasar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perlunya pemasaran global dan globalisasi pasar • Evolusi pemasaran global dalam lingkungan bisnis global 	<p>LCD, Laptop, Class room.</p>	<p>1.30 menit</p>	<p>Portofolio tes essay.</p>
<p style="text-align: center;">2</p>	<p>Mahasiswa dapat memahami, merencanakan, dan menganalisa perencanaan strategis</p>	<p>Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan secara tepat konsep inti pemasaran 2. Menjelaskan secara tepat ruang lingkup manajemen pemasaran 3. Menjelaskan orientasi perusahaan terhadap pasar 	<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan ekonomi global • Lingkungan keuangan internasional 	<p>LCD, Laptop, Class room.</p>	<p>1.30 menit</p>	<p>Portofolio tes essay.</p>

3	Mahasiswa dapat memahami, merencanakan, dan menganalisa perencanaan strategis	<p>Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Menjelaskan dengan tepat perencanaan strategis korporasi 5. Menjelaskan cara mengidentifikasi unit bisnis strategis 6. Menjelaskan bagaimana menetapkan misi perusahaan 7. Menjelaskan perencanaan strategic bisnis 8. Menjelaskan bagaimana menetapkan misi bisnis 	<p>Definisidan elemen-elemen budaya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perbandinganlintas budaya dan adaptasibudaya • • Budayadanbairan pem as aran • • Manajemen hubungan pelanggan global • • Lingkunganpolitik– lingkungan individual • • Lingkunganpolitik– risiko politik dan tekanan social • • Kesepakatan internasional dam batatasan trans-nasional 	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	Portofolio tes essay.
4	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan analisa lingkungan pemasaran	<p>Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan proses pemasaran 2. Menjelaskan hakikat dan isi rencana pemasaran 3. Menyebutkan para pelaku dalam lingkungan mikro perusahaan <p>Menyebutkan para pelaku dalam lingkungan makro perusahaan</p>	<p>Penelitian pemasaran global prim er dan sekunder</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peran Internet bagi stuti penelitian pas r • Penilaian ukuran pasar • Pengelolaan penelitian pemasaran global 	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	Portofolio tes essay.

5	Mahasiswa dapat memahami dan menganalisa pasar dan perilaku konsumen	<p>Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan Konsep fakta, data dan informasi Menjelaskan kualitas dari informasi dan komponen dalam sistem 	<ul style="list-style-type: none"> • Alasan bagi segmentasi pasar internasional • Pendekatan segmentasi pasar internasional • Scenario segmentasi pasar internasional • Basis bagi segmentasi pasar internasional • Strategi positioning pasar internasional • Positioning budaya konsumen lokal, asing, dan global 	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	Portofolio tes essay.
6, 7	1. Memahami, mengidentifikasi dan menganalisa pasar bisnis dan pesaing	<p>Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan bagaimana mengidentifikasi para pesaing 2. Menjelaskan bagaimana mengidentifikasi strategi pesaing 3. Menjelaskan bagaimana menentukan sasaran para pesaing 4. Menjelaskan bagaimana memperkirakan kekuatan dan kelemahan para pesaing 5. Memperkirakan pola para pesaing Menjelaskan bagaimana menentukan pesaing yang 	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi teknologi dan persaingan global • Strategi pemasaran global • Keterkaitan antara R&D, Operasi, dan Pemasaran • Regionalisasi strategi pemasaran global • Analisis persaingan 	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	Portofolio tes essay.

7	Mahasiswa mampu memahami dan mengidentifikasi segmentasi pasar	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat : 1. Menjelaskan secara tepat tentang segmentasi pasar 2. Menjelaskan bagaimana menetapkan pasar sasaran 3. Menjelaskan bagaimana menempatkan produk pada pasar sasaran 4. Menjelaskan bagaimana menempatkan produk baru	Manufacturing (outsourcing) <ul style="list-style-type: none"> • erluasan melalui joint venture • Whollyowned subsidiaries • Aliansi strategis • Timingofentry • Strategy keluar pasar • Penentuan target pas ar • Pemilihan cara memasuki pasa • Contract 			
8	Ujian Tengah Semester					
9	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengelolaan lini produk, kemasan, dan merk	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat : 1. Menjelaskan hirarki produk 2. Menyebutkan klasifikasi produk 3. Menganalisis keputusan mengenai lini produk Menganalisis keputusan mengenai kemasan dan label	customization <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan produk baru bagi pasar global • Strategi branding global • Pembajakan produk dan dam pak country of origin • Pemasaran jasa global 	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	
10	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengelolaan lini produk, kemasan, dan merk	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat : 4. Menjelaskan hirarki produk 5. Menyebutkan klasifikasi produk 6. Menganalisis keputusan mengenai lini produk Menganalisis keputusan mengenai kemasan dan label	pasar asing <ul style="list-style-type: none"> • Pengelolaan eskalasi harga • Fluktuasi mata uang dan harga global • Transferharga • Regulasi harga dan anti-dumping • Koordinasi harga 	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	Portofolio tes essay, presentasi.

11	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan tentang strategi penetapan harga	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat : 1. Menjelaskan tentang penetapan harga 2. Menjelaskan bagaimana strategi dalam memodifikasi harga 3. Menganalisis keputusan mengenai perubahan harga	Strategi Penetapan Harga : 1. Penetapan harga 2. Memodifikasi harga Menanggapi perubahan harga	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	Portofolio tes essay, presentasi.
12	Mahasiswa mampu memahami dan merancang strategi komunikasi dan bauran promosi	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat : 1. Menjelaskan tentang pengembangan komunikasi yang efektif 2. Menganalisis bauran promosi yang akan digunakan 3. Mengukur dan menganalisis hasil promosi Menganalisis pemilihan media promosi yang efektif	Strategi Komunikasi dan Bauran Promosi : 1. Pengembangan komunikasi yang efektif 2. Bauran promosi 3. Hasil promosi Media promosi	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	Portofolio tes essay, presentasi
13, 14	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan strategi pemasaran untuk pasar global	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat : 1. Menjelaskan daur hidup produk internasional 2. Menjelaskan tentang pemasaran internasional Menganalisis pasar internasional	Pasar Global : 1. Daur hidup untuk produk internasional 2. Lingkungan pemasaran internasional 3. Memutuskan pasar yang akan dimasuki 4. Menetapkan cara memasuki pasar 5. Program pemasaran Struktur organisasi pemasaran	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	Portofolio tes essay, presentasi
15	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan strategi pemasaran untuk pasar global	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa mampu mempresentasikan pelaksana pemasaran internasional	Presentasi kelompok	LCD, Laptop, Class room.	1.30 menit	Portofolio tes essay, presentasi
16	Ujian Akhir Semester					