

Daftar Isi

Modul 01	1.1
Perkembangan Konsep Pemasaran dan Teori Kompetisi	
Kegiatan Belajar 1	1.5
Perkembangan Konsep Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	1.24
Teori Kompetisi	
Modul 02	2.1
<i>Resource-Advantage Theory:</i> Teori Keunggulan Sumberdaya	
Kegiatan Belajar 1	2.5
<i>Resource-Advantage Theory:</i> Teori Keunggulan Sumberdaya	
Kegiatan Belajar 2	2.16
Kompetensi Sumber Daya	
Modul 03	3.1
Respon Kompetitif, Orientasi Pasar dan Peran Strategi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	3.5
Kompetitif Pada Evolusi Pasar	
Kegiatan Belajar 2	3.19
Sumber Daya Internal Perusahaan	
Modul 04	4.1
Strategi Pemasaran: <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> dan Keunggulan Bersaing	

Kegiatan Belajar 1 Pemasaran Strategik dielemen 4P	4.5	
Kegiatan Belajar 2 Kinerja Perusahaan	4.20	
Modul 05	5.1	
<i>Branding Strategy, Brand Equity</i> dan Pengembangan Produk		
Kegiatan Belajar 1 Kekuatan Merek	5.5	
Kegiatan Belajar 2 Strategi Pengembangan Produk	5.20	
Modul 06	6.1	
<i>Sales Management</i> (Manajemen Penjualan)		
Kegiatan Belajar 1 Tenaga Penjualan	6.5	
Kegiatan Belajar 2 Kompetensi Tenaga Penjual	6.14	
Modul 07	7.1	
Komunikasi Pemasaran Terintegrasi dan Pemasaran Global		
Kegiatan Belajar 1 Peranan Komunikasi dalam Strategi Pemasaran	7.5	
Kegiatan Belajar 2 Ekspansi Pemasaran	7.21	
Modul 08	8.1	
Desain Penelitian Kuantitatif		
Kegiatan Belajar 1 Alokasi Sumber Daya Pemasaran	8.5	

Kegiatan Belajar 2 Optimalisasi Sumber Daya Pemasaran	8.18
Kegiatan Belajar 3 Judul Kegiatan Belajar Tiga	8.11
Modul 09 Pemasaran Jasa dan Riset Pemasaran	9.1
Kegiatan Belajar 1 Elemen Jasa dalam Pemasaran Produk	9.5
Kegiatan Belajar 2 Dukungan Riset dalam Pemasaran	9.20