

Daftar Isi

Tinjauan Mata Kuliah	vii
Modul 01	1.1
Peran dan Kedudukan Pemasaran dalam Bisnis	
Kegiatan Belajar 1	1.5
Pemasaran dalam Bisnis di Abad ke-21	
Kegiatan Belajar 2	1.19
Merancang Strategi Pemasaran yang Berorientasi Pelanggan	
Modul 02	2.1
Analisis Lingkungan Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	2.5
Analisis Lingkungan Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	2.13
Analisis Pasar Konsumen	
Kegiatan Belajar 3	2.22
Analisis Pasar Bisnis	
Modul 03	3.1
Kebijakan dan Strategi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	3.4
Tahap-Tahap Penelitian Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	3.15
Pengukuran Pemasaran dan Peramalan Permintaan	

Modul 04	4.1
Segmentasi Pasar, Penentuan Pasar Sasaran dan Posisi Produk	
Kegiatan Belajar 1 Segmentasi Pasar	4.4
Kegiatan Belajar 2 Penentuan Pasar Sasaran dan Posisi Produk	4.17
Modul 05	5.1
Kebijakan dan Strategi Produk	
Kegiatan Belajar 1 Strategi Produk	5.5
Kegiatan Belajar 2 Strategi Merek	5.19
Modul 06	6.1
Kebijakan dan Strategi Harga	
Kegiatan Belajar 1 Tujuan dan Kebijakan Penetapan Harga	6.5
Kegiatan Belajar 2 Penentuan Harga dalam Bisnis	6.16
Modul 07	7.1
Kebijakan dan Strategi Distribusi	
Kegiatan Belajar 1 Saluran Pemasaran, Logistik, dan Manajemen Distribusi	7.5
Kegiatan Belajar 2 Pemasaran Langsung, Pengecer dan Pedagang Besar (<i>Wholesalers</i>)	7.18

Modul 08 8.1

Kebijakan dan Strategi Promosi

Kegiatan Belajar 1 8.5

Bauran Promosi

Kegiatan Belajar 2 8.18

Komunikasi Pemasaran Terintegrasi

Modul 09 9.1

Mengelola Organisasi

Pemasaran Terpadu

Kegiatan Belajar 1 9.5

Pemasaran Internal dan
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kegiatan Belajar 2 9.14

Perencanaan dan Implementasi
Pemasaran

Riwayat Penulis 9.28