

Daftar Isi

TINJAUAN MATA KULIAH	ix
MODUL 1: RUANG LINGKUP PEMASARAN STRATEGIK	1.1
Kegiatan Belajar 1:	
Strategi Korporasi dan Strategi Bisnis: Konsep dan Perkembangannya	1.5
Latihan	1.28
Rangkuman	1.30
Tes Formatif 1	1.31
Kegiatan Belajar 2:	
Pemasaran Strategi dan Strategi Pemasaran	1.35
Latihan	1.48
Rangkuman	1.50
Tes Formatif 2	1.50
KUNCI JAWABAN TES FORMATIF	1.55
GLOSARIUM	1.57
DAFTAR PUSTAKA	1.58
MODUL 2: ANALISIS SITUASI	2.1
Kegiatan Belajar 1:	
Analisis Situasi Internal	2.5
Latihan	2.17
Rangkuman	2.19
Tes Formatif 1	2.19
Kegiatan Belajar 2:	
Analisis Situasi Eksternal	2.23
Latihan	2.49
Rangkuman	2.51
Tes Formatif 2	2.52

KUNCI JAWABAN TES FORMATIF	2.56
GLOSARIUM	2.59
DAFTAR PUSTAKA	2.60

MODUL 3: SEGMENTASI PASAR, PEMILIHAN TARGET PASAR, DAN PENENTUAN POSISI MEREK 3.1

Kegiatan Belajar 1:	
Segmentasi dan <i>Targetings</i>	3.5
Latihan	3.19
Rangkuman	3.21
Tes Formatif 1	3.22

Kegiatan Belajar 2:	
<i>Positioning, Relationship Marketing</i> , dan Kepuasan Pelanggan	3.25
Latihan	3.60
Rangkuman	3.61
Tes Formatif 2	3.62

KUNCI JAWABAN TES FORMATIF	3.67
GLOSARIUM	3.70
DAFTAR PUSTAKA	3.71

MODUL 4: STRATEGI PRODUK 4.1

Kegiatan Belajar 1:	
Strategi Produk Individu, Lini Produk, dan Bauran Produk	4.5
Latihan	4.30
Rangkuman	4.32
Tes Formatif 1	4.33

Kegiatan Belajar 2:	
Strategi Pemasaran Layanan	4.37
Latihan	4.49
Rangkuman	4.50
Tes Formatif 2	4.51

KUNCI JAWABAN TES FORMATIF	4.54
GLOSARIUM	4.58
DAFTAR PUSTAKA	4.60

MODUL 5: STRATEGI HARGA 5.1

Kegiatan Belajar 1:	
Teori Harga	5.4
Latihan	5.27
Rangkuman	5.29
Tes Formatif 2	5.31

Kegiatan Belajar 2:	
Strategi Harga	5.35
Latihan	5.47
Rangkuman	5.48
Tes Formatif 2	5.49

KUNCI JAWABAN TES FORMATIF	5.53
GLOSARIUM	5.56
DAFTAR PUSTAKA	5.58

MODUL 6: STRATEGI DISTRIBUSI 6.1

Kegiatan Belajar 1:	
Peran Perantara dan Model-Model Saluran Distribusi	6.4
Latihan	6.14
Rangkuman	6.16
Tes Formatif 1	6.16

Kegiatan Belajar 2:	
Merancang dan Mengelola Saluran Pemasaran	6.20
Latihan	6.43
Rangkuman	6.44
Tes Formatif 2	6.45

KUNCI JAWABAN TES FORMATIF	6.49
GLOSARIUM	6.51
DAFTAR PUSTAKA	6.52

MODUL 7: STRATEGI PROMOSI	7.1
Kegiatan Belajar 1:	
Promosi sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	7.3
Latihan	7.16
Rangkuman	7.18
Tes Formatif 1	7.19

Kegiatan Belajar 2:	
Strategi Iklan, Promosi Penjualan, <i>Public Relation</i> , <i>Event</i> dan <i>Sponsorship</i> , <i>Personal Selling</i> , Pemasaran Langsung	7.23
Latihan	7.49
Rangkuman	7.50
Tes Formatif 2	7.52

KUNCI JAWABAN TES FORMATIF	7.57
GLOSARIUM	7.61
DAFTAR PUSTAKA	7.62

MODUL 8: STRATEGI PEMASARAN UNTUK BERBAGAI SITUASI	8.1
Kegiatan Belajar 1:	
Strategi Pemasaran untuk Pasar Baru, yang Sedang Bertumbuh, Dewasa, dan Telah Menurun	8.4
Latihan	8.43
Rangkuman	8.45
Tes Formatif 2	8.47

Kegiatan Belajar 2:	
Strategi Pemasaran pada Era Ekonomi Baru dan Pasar Global	8.51
Latihan	8.61

Tinjauan Mata Kuliah

Rangkuman	8.62
Tes Formatif 2	8.63

KUNCI JAWABAN TES FORMATIF	8.67
GLOSARIUM	8.70
DAFTAR PUSTAKA	8.72

MODUL 9: PENGEMBANGAN ORGANISASI YANG DIGERAKKAN OLEH PASAR SERTA IMPLEMENTASI DAN PENGENDALIAN STRATEGI PEMASARAN	9.1
--	-----

Kegiatan Belajar 1:	
Pengembangan Organisasi yang Digerakkan oleh Pasar	9.4
Latihan	9.13
Rangkuman	9.15
Tes Formatif 1	9.16

Kegiatan Belajar 2:	
Implementasi dan Pengendalian Strategi Pemasaran	9.19
Latihan	9.42
Rangkuman	9.43
Tes Formatif 2	9.44

KUNCI JAWABAN TES FORMATIF	9.48
GLOSARIUM	9.51
DAFTAR PUSTAKA	9.52
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	9.53