Daftar Isi

Tinjauan Mata Kuliah	vii
Modul 01	1.1
Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	1.4
Prinsip-Prinsip Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	1.27
Proses Komunikasi Pemasaran	
Modul 02	2.1
Teori-Teori Dasar Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	2.7
Teori Sistem dan Teori Organisasi Simbolik	
Kegiatan Belajar 2	2.31
Teori Produksi dan Pemrosesan Pesan	
Modul 03	3.1
Teori-Teori Dasar Komunikasi Pemasaran (2)	
Kegiatan Belajar 1	3.4
Teori Pengembangan Hubungan dan Hubungan Berkelanjutan	
Kegiatan Belajar 2	3.28
Teori Proses dan Efek Media	

Modul 04	4.1
Aspek-Aspek Dasar Kunci Analisis Komunikasi Pemasaran: Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen	
Kegiatan Belajar 1	4.6
Strategi Pemasaran dalam Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	4.36
Perilaku Konsumen dalam Komunikasi Pemasaran	
Modul 05	5.1
Aspek-Aspek Dasar Kunci Analisis Komunikasi Pemasaran: Stakeholders dan Isu-Isu Intraorganisasional	
Kegiatan Belajar 1	5.5
<i>Stakeholders</i> dalam Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	5.35
Isu-Isu Intraorganisasional dalam Komunikasi Pemasaran	
Modul 06	6.1
Aspek-Aspek Dasar Kunci Analisis Komunikasi Pemasaran: Riset Pemasaran dan Isu-Isu Lingkungan	
Kegiatan Belajar 1	6.5
Riset Pemasaran dalam Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	6.33
Isu-Isu lingkungan dalam Komunikasi Pemasaran	

Modul 07	7.1
Aspek-Aspek Dasar <i>Promotional Tools</i> dalam Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	7.5
Promosi dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	7.24
Strategi Komunikasi Pemasaran	
Modul 08	8.1
<i>Primary Tools of Promotion</i> dalam Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	8.5
Komunikasi dalam Periklanan dan Pemasaran Langsung	
Kegiatan Belajar 2	8.32
Komunikasi dalam Promosi Penjualan, <i>Personal Selling</i> dan <i>Public Relations</i>	
Modul 09	9.1
<i>Secondary Tools of Promotion</i> dan Etika dalam Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	9.4
<i>Sponsorship</i> , <i>Exhibition</i> , dan <i>Corporate Identity</i> dalam Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	9.22
<i>Packaging</i> (Pengemasan), <i>Merchandising</i> , <i>Word Of Mouth Communication</i> , dan Internet dalam Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 3	9.46
Etika dalam Komunikasi Pemasaran	
Riwayat Penulis	9.62