

Daftar Isi

Tinjauan Mata Kuliah	v
Modul 01	1.1
Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat	
Kegiatan Belajar 1	1.5
Pengertian Pemasaran dari Segi Sosial	
Modul 02	2.1
Perumusan Strategi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	2.4
Tugas-tugas Manajemen Pemasaran dalam Kondisi Bisnis yang Sudah Berubah	
Modul 03	3.1
Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar, dan Pemosisian	
Kegiatan Belajar 1	3.4
Pasar dan Penggolongannya	
Modul 04	4.1
Menganalisis Perilaku Konsumen	
Kegiatan Belajar 1	4.4
Perilaku Konsumen: Deskripsi dan Model	

Modul 05	5.1
Pengelolaan Produk dan Pengembangan Produk Baru	
Kegiatan Belajar 1	5.4
Memahami Produk beserta Penggolongannya	
Modul 06	6.1
Strategi Daur Hidup Produk	
Kegiatan Belajar 1	6.4
Peranan Daur Hidup Produk dalam Strategi Pemasaran	
Modul 07	7.1
Strategi Penetapan Harga	
Kegiatan Belajar 1	7.4
Harga: Pengertian dan Penetapannya	
Modul 08	8.1
Strategi Distribusi	
Kegiatan Belajar 1	8.4
Pengertian Saluran Distribusi	
Modul 09	9.1
Strategi Promosi dan Periklanan	
Kegiatan Belajar 1	9.4
Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran Terpadu	
Riwayat Penulis	9.59