

Daftar Isi

Tinjauan Mata Kuliah	vii
Modul 01	1.1
Konsep Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Digital	
Kegiatan Belajar 1	1.4
Perkembangan Aktivitas Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	1.19
Perbedaan Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Digital	
Modul 02	2.1
Lingkungan Pemasaran pada Era Digital: Isu Hijau dan Keberlanjutan	
Kegiatan Belajar 1	2.4
Bauran Pemasaran Hijau dan Keberlanjutan	
Kegiatan Belajar 2	2.40
Platform Digital Saat Ini: Pemasaran Ramah Lingkungan dan Keberlanjutan	
Modul 03	3.1
Diferensiasi, <i>Targeting</i> , dan Segmentasi pada Era Digital	
Kegiatan Belajar 1	3.5
Konsep Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan Diferensiasi pada Era Digital	
Kegiatan Belajar 2	3.14
Diferensiasi pada Era Digital	
Kegiatan Belajar 3	3.33
Strategi <i>Targeting</i> di Era Digital	

Kegiatan Belajar 4 Segmentasi pada Era Digital	3.53
Modul 04 Periklanan Daring	4.1
Kegiatan Belajar 1 Mengenal Periklanan Daring (<i>Online Advertising</i>)	4.4
Kegiatan Belajar 2 <i>Targeting</i> Konsumen dan Analisis Periklanan Daring	4.26
Modul 05 Manajemen Media Sosial	5.1
Kegiatan Belajar 1 Manajemen Media Sosial	5.4
Kegiatan Belajar 2 Strategi Pengelolaan Media Sosial	5.18
Modul 06 Perilaku dan Wawasan Konsumen pada Era Digital	6.1
Kegiatan Belajar 1 Memahami Perilaku Konsumen pada Era Digital	6.5
Kegiatan Belajar 2 Strategi Keterlibatan Konsumen Digital	6.19

Modul 07	7.1
Manajemen Hubungan Pelanggan Digital	
Kegiatan Belajar 1	7.4
Manajemen Hubungan Pelanggan Digital	
Kegiatan Belajar 2	7.18
Penerapan Manajemen Hubungan Konsumen Digital	
Modul 08	8.1
Riset Pemasaran pada Era Digital	
Kegiatan Belajar 1	8.4
Riset Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	8.22
Desain Riset Pemasaran Digital	
Modul 09	9.1
Pengembangan Produk Baru dan Pertumbuhan Jangka Panjang	
Kegiatan Belajar 1	9.4
Pengembangan Produk Baru	
Kegiatan Belajar 2	9.21
Pertumbuhan Jangka Panjang	
Riwayat Penulis	9.51