

Daftar Isi

Modul 01	1.1
Ruang Lingkup Pemasaran Strategik	
Kegiatan Belajar 1	1.7
Strategi Korporasi dan Strategi Bisnis: Konsep dan Perkembangannya	
Kegiatan Belajar 2	1.32
Pemasaran Strategi dan Strategi Pemasaran	
Modul 02	2.1
Analisis Situasi	
Kegiatan Belajar 1	2.6
Analisis Situasi Internal	
Kegiatan Belajar 2	2.21
Analisis Situasi Eksternal	
Modul 03	3.1
Segmentasi Pasar, Pemilihan Target Pasar, dan Penentuan Posisi Merek	
Kegiatan Belajar 1	3.6
Segmentasi dan Targeting	
Kegiatan Belajar 2	3.23
Positioning, Relationship Marketing dan Kepuasan Pelanggan	
Modul 04	4.1
Strategi Produk	
Kegiatan Belajar 1	4.6
Strategi Produk Individu, Lini Produk, dan Bauran Produk	
Kegiatan Belajar 2	4.33
Strategi Pemasaran Layanan	

Penerapan Strategi Strategik

ISBN 978-6-16-23-0000-0

Penerapan Strategi

Penerapan Strategi

Penerapan Strategi

Penerapan

Penerapan

Penerapan

Penerapan

Jalan Ceng Keng, Penerapan

Berkas - Penerapan

Tela - Penerapan

Lampiran - Penerapan

Penerapan

Cetakan pertama, Januari 2022

Cetakan

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Kepenerbitan Penerbitan

Ditulis oleh

dalam bentuk

Ditulis oleh

Ditulis oleh

Ditulis oleh

Judul: Penerapan

penerapan

Penerapan

Berkas - Penerapan

M.M.

Ditulis oleh

Ditulis oleh

Ditulis oleh

Ditulis oleh

Ditulis oleh

Modul 05 5.1

Strategi Harga

Kegiatan Belajar 1 5.5

Teori Harga

Kegiatan Belajar 2 5.31

Strategi Harga

Modul 06 6.1

Strategi Distribusi

Kegiatan Belajar 1 6.6

Peran Perantara dan Model-Model

Saluran Distribusi

Kegiatan Belajar 2 6.20

Merancang dan Mengelola Saluran

Pemasaran

Modul 07 7.1

Strategi Promosi

Kegiatan Belajar 1 7.5

Promosi sebagai Strategi Komunikasi

Pemasaran Terpadu

Kegiatan Belajar 2 7.23

Strategi Iklan, Promosi Penjualan,

Public Relation, Event dan

Sponsorship, Personal Selling,

Pemasaran Langsung

Modul 08 8.1

Strategi Pemasaran untuk Berbagai

Situasi

Kegiatan Belajar 1 8.5

Strategi Pemasaran untuk Pasar Baru,

yang Sedang Bertumbuh, Dewasa, dan

Telah Menurun

Kegiatan Belajar 2 8.42

Strategi Pemasaran pada Era Ekonomi

Baru dan Pasar Global

Modul 09 9.1

Pengembangan Organisasi yang Digerakkan oleh Pasar Serta Implementasi dan Pengendalian Strategi Pemasaran

Kegiatan Belajar 1 9.5

Pengembangan Organisasi yang Digerakkan oleh Pasar

Kegiatan Belajar 2 9.19

Implementasi dan Pengendalian Strategi Pemasaran

1. Ruang lingkup pemasaran strategis
2. Analisis situasi
3. Segmentasi pasar, pemilihan target pasar dan positioning
4. Strategi produk
5. Strategi harga
6. Strategi distribusi
7. Strategi promosi
8. Strategi pemasaran untuk berbagai situasi
9. Pengembangan organisasi yang digerakkan oleh pasar serta implementasi dan pengendalian strategi pemasaran

Dengan pokok bahasan di atas, diharapkan setelah mempelajari modul ini, pembaca mampu menerapkan strategi pemasaran yang meliputi strategi STP, *segmentasi targeting dan positioning* (STP), bauran pemasaran dan strategi pemasaran untuk berbagai situasi.